

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Die EU-zentrierte Regierungskommunikation
in Österreich -
aufgezeigt anhand von drei Beispielen: EU-Beitritt,
Vertrag von Lissabon, Euro-Rettungsschirm“

Verfasserin

Tina Schmoranz, Bakk. phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Mai 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 300
Studienrichtung lt. Studienblatt: Politikwissenschaft
Betreuer: Dr. Fritz Windhager

**„Die Einheit Europas war ein Traum von wenigen,
sie wurde eine Hoffnung für viele,
sie ist heute eine Notwendigkeit für alle.“**

Konrad Adenauer¹.

¹ Zitiert nach: *Rauchenberger, Josef* (Hrsg.) (1995): Entscheidung für Europa. Österreichs parlamentarischer Weg in die EU. Wien: PR-Verlag. S. 3.

Mediendemokratie – Regierungskommunikation – Öffentlichkeit – EU – Österreich

Eingebettet in den theoretischen Rahmen der Mediendemokratie geht vorliegende Diplomarbeit der Ausgestaltung von Regierungskommunikation in Österreich über drei ausgewählte EU-Themen nach, zu denen ein unterschiedliches Meinungsklima innerhalb der Bevölkerung vermutet wird. Die untersuchten Zeitpunkte sind der EU-Beitritt Österreichs im Jahr 1995 (positive Stimmung in der Bevölkerung), der Reformvertrag von Lissabon 2008 (neutrale Stimmung) sowie – als aktuelles Ereignis – der Euro-Rettungsschirm 2010 (ablehnende Haltung großer Bevölkerungsteile).

Mittels anspruchsvollem Methodenmix qualitativer und quantitativer Analysen stellt die Autorin die politische Öffentlichkeitsarbeit der Regierung – zu allen drei Untersuchungszeitpunkten SPÖ-ÖVP-Koalitionen – sowohl zur Politikherstellung innerhalb des Parlaments, als auch zur Politikdarstellung für die Öffentlichkeit (Schwerpunkt der Arbeit) dar. Eine strukturelle Analyse politischer Einrichtungen und Handlungsweisen bzgl. einer Tendenz zur Mediendemokratie wird ebenso durchgeführt, wie Quantität und Qualität der Kommunikationsakte oder ein – hier kausal noch nicht nachweisbarer – Einfluss der (vermuteten) Bevölkerungsmeynung auf die Art der Kommunikation untersucht werden. Als Kommunikatoren rücken Regierungspolitiker wie deren PR-Sprecher gleichermaßen in den Blickpunkt. Um die umfassenden Ergebnisse des empirischen Teils richtig zu interpretieren, sind zwei Kapitel theoretischen Überlegungen zu politischer Kommunikation und Öffentlichkeit bzw. europäischer Integration gewidmet.

Ziel der Arbeit war es, politik- und kommunikationswissenschaftliche Analysen und Theorien zu verknüpfen, um diese an einem Fallbeispiel der Regierungskommunikation über EU-Themen in Österreich anzuwenden und damit einen Beitrag zu liefern für ein besseres Verständnis zur schwierigen Kommunikationskonstellation in der Europäischen Union bzw. in den Mitgliedsstaaten über die Gemeinschaft.

1. EINLEITUNG	5
1.1. Erkenntnisinteresse	9
1.1.1. Persönliches Erkenntnisinteresse	9
1.1.2. Politikwissenschaftliches Erkenntnisinteresse	10
2. THEORIETEIL	15
2.1. Mediendemokratie als Rahmen der Regierungskommunikation	15
2.1.1. Grundlagen der Demokratietheorien	15
2.1.2. Entstehung der Mediendemokratie	18
2.1.2.1. Medialisierung	21
2.1.2.2. Politikherstellung vs. Politikdarstellung	24
2.1.2.3. Kritik: Mediendemokratie vs. Parteiendemokratie?	27
2.1.3. Politiker und die Europäische Union in der Mediendemokratie	29
2.1.4. Zusammenführung	34
2.2. Integrationsdebatte	37
2.2.1. Unterschiedliche Normen zwischen nationalstaatlicher und Europäischer Politiksetzung	37
2.2.2. Legitimatorische Grundsätze einer demokratischen Europäischen Gesellschaft	38
2.2.3. Konzepte einer Europäischen Öffentlichkeit	41
2.2.3.1. Unionsbürgerschaft	42
2.2.4. Zusammenführung	43
2.3. Politische Kommunikation	45
2.3.1. Begriffliche Annäherung	45
2.3.2. Die Methoden der politischen Kommunikation	48
2.3.3. Politische Öffentlichkeitsarbeit	52
2.3.3.1. Annäherung an den Begriff Öffentlichkeitsarbeit	52
2.3.3.2. Öffentlichkeitsarbeit im politischen Raum in Österreich	54
2.3.3.3. Parlaments- und Regierungskommunikation	57
2.3.4. Akteure der politischen Öffentlichkeitsarbeit	61
2.3.5. Instrumente der politischen Öffentlichkeitsarbeit	63
2.3.6. Funktionen der politischen Öffentlichkeitsarbeit	65
2.3.7. Probleme bei der politischen Öffentlichkeitsarbeit	65
2.3.8. Anleitung für politische Öffentlichkeitsarbeit	66
2.3.9. Zusammenführung	67
3. EMPIRIETEIL	69
3.1. Forschungsfragen, Hypothesen, Operationalisierungen	69
3.2. Methode	74
3.2.1. Leitfadeninterviews	74
3.2.1.1. Stichprobe	74
3.2.1.2. Datenauswertung	75
3.2.2. Inhaltsanalyse von Presseaussendungen	75
3.2.2.1. Stichprobe	75
3.2.2.2. Pre-Test	77
3.2.2.3. Datenauswertung	77
3.2.3. Analyse TV-Konfrontationen	77
3.2.3.1. Stichprobe	78
3.3. Die drei Untersuchungszeitpunkte	80

3.3.1. EU-Beitritt Österreichs	81
3.3.2. Vertrag von Lissabon	83
3.3.3. Euro-Rettungsschirm	86
4. ERGEBNISTEIL	89
4.1. Einführung zu den Ergebnissen	89
4.1.1. Zusammenführung des Begriffs Regierungskommunikation	89
4.1.2. Annäherung an den Begriff Öffentlichkeit	91
4.2. Datenauswertung	94
4.2.1. Experteninterviews	94
4.2.2. Presseaussendungen	95
4.2.3. TV-Konfrontationen	96
4.3. Beantwortung der Forschungsfragen	98
4.3.1. Forschungsfrage 1	98
4.3.1.1. Zusammenführung	110
4.3.2. Forschungsfrage 2	112
4.3.2.1. Zusammenführung	125
4.3.3. Forschungsfrage 3	126
4.3.3.1. Zusammenführung	130
4.3.4. Forschungsfrage 4	130
4.3.4.1. Zusammenführung	137
5. SCHLUSSFOLGERUNGEN	140
5.1. Ausblick	147
6. LITERATUR	150
7. ANHANG	161
7.1. Regierungskonstellationen zu den drei Untersuchungszeitpunkten	161
7.2. Interview-Leitfaden	162
7.3. Auflistung der Interviewpartner und Termine	164
7.4. Auswertung der Leitfadeninterviews	165
7.5. Auflistung der analysierten TV-Konfrontationen	167
7.6. Codierbogen für Aussendungen	168
7.7. SPSS-Auswertungen der Aussendungen	172

1. EINLEITUNG²

Die Zustimmung der österreichischen Bevölkerung zur Europäischen Union unterliegt, so zeigen die regelmäßigen Eurobarometer-Umfragen³, steten Schwankungen bzw. nimmt die Befürwortung generell seit dem Beitritt Österreichs zur EU im Jahre 1995 ab.⁴ „Die Haltung der europäischen Bürgerinnen und Bürger gegenüber der Gemeinschaft bleibt ambivalent und indifferent.“⁵ Auf eine breite Zustimmung kann aber in Zeiten tiefgreifender Krisen in der Union und einhergehend mit einem immer breiteren Wirken der gemeinschaftlichen Institutionen auf die Mitgliedsstaaten und somit auf deren Bevölkerung nicht verzichtet werden. „Ein freies Volk muß (sic!; Anm. d. Verf.) sicher sein, angemessen informiert zu werden, will es eine freie Regierung erfolgreich kontrollieren können.“⁶ Auch wenn man Sartoris Grundverständnis von Demokratie als „Regierung durch Diskussion“⁷ beachtet, erscheint eine Ablehnung bzw. ein Desinteresse gegenüber der Union als demokratiethoretisch bedenklich. Kohler-Koch formuliert daher: „With the deepening of the European Community and a changed international context, the conditions for ensuring the legitimacy for the system changed.“⁸

Aus der Ableitung nationalstaatlicher Grundsätze für die Gestaltung der Europäischen Union ergibt sich die Forderung nach einer modernen, professionellen und gut organisierten EU-Kommunikationspolitik, die auf Ebene der Regierungen lokalisiert sein muss, da sich die EU nur mühevoll eines eigenen Mediensystems bedienen kann, zudem durch die Sprachenvielfalt⁹ innerhalb der Union mit dem Problem konfrontiert ist, dass eine europäische Politikvermittlung außerordentlich schwierig umzusetzen ist. Die Forderung, dass daher die Mitgliedsstaaten die Kommunikation über Europa übernehmen, wurde auch im Vertrag von

² Gleich an erster Stelle sei darauf hingewiesen, dass die Autorin einzig aus Gründen der Leserefreundlichkeit in der gesamten Forschungsarbeit auf eine gendersensible Sprache verzichtet.

³ Standard Eurobarometer-Umfragen werden zweimal pro Jahr in allen Mitgliedsstaaten durchgeführt und von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Kommunikation veröffentlicht, mit dem Ziel, die öffentliche Meinung in der Union empirisch zu dokumentieren. Dazu werden etwa 1.000 Face-to-Face-Interviews pro Mitgliedsstaat durchgeführt, Fragen über die Einstellung zu europäischen wie nationalen Einrichtungen, Politiken und Themen abgefragt und aktuelle Tendenzen (bspw. die Wirtschaftskrise von 2010) mitgedacht.

⁴ Vgl. *Europäische Kommission*: Standard Eurobarometer. Online unter: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm.

⁵ *Holtz-Bacha*, Christina (2006): Medienpolitik für Europa. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 15.

⁶ Lippmann, Walter/ Merz, Charles (1920). Zitiert nach: *Baerns*, Barbara: Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart: Verlag Bonn Aktuell. S. 147.

⁷ *Sartori*, Giovanni (1992): Demokratietheorie. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. Einleitung, S. XI.

⁸ *Kohler-Koch*, Beate (1998): The Evolution and Transformation of European Governance. Wien: Institut für Höhere Studien. S. 4.

⁹ Vgl. *Holtz-Bacha* (2006). S. 304.

Maastricht¹⁰ festgehalten, in welchem es heißt, dass nationale Regierungen und Gemeinschaftsorgane die Europäische Union „closer to its citizens“ bringen müssen. Gerade die Europäische Kommission setzt zunehmend auf die öffentliche Meinung, Partnerschaft wird groß geschrieben, um jene Bürger in Entscheidungen zu integrieren, die tatsächlich auch betroffen sind.¹¹ So formuliert die Kommission auch in ihrem Weißbuch zu Europäischem Regieren: „Die Hauptverantwortung für die Einbeziehung der regionalen und kommunalen Ebene in die EU-Politik liegt nach wie vor bei den nationalen Verwaltungen, und daran sollte auch nichts geändert werden.“¹² Diesen unterstellt sie aber sogleich fehlende Bereitschaft, auf regionaler und lokaler Ebene gebührend über anstehende Entscheidungen zu diskutieren bzw. Ergebnisse zu präsentieren, obwohl doch Regierungen von den lokalen Erfahrungen profitieren könnten.¹³

Die Qualität der kommunikativen Beziehungen zwischen Bürgern und politischen Institutionen ergibt die Stärke des Vertrauens in die Demokratie, bzw. auch in den Europäischen Einigungsprozess.¹⁴ Und dieses Vertrauen, ein Mindestmaß an Anerkennung für die politische Herrschaft sind notwendig, um eine Legitimation politischer Institutionen und Entscheidungen zu erwirken. Klassische Formen der Legitimierung in Demokratien, wie Wahlen, reichen aufgrund vielfältiger Veränderungen und Umwälzungen, auch aufgrund des anspruchsvollen Systems der Europäischen Union nicht mehr aus, um auf diese Weise für Akzeptanz zu sorgen, möglicherweise auch weitergehend Mitwirkungsbereitschaft – wie es im Vertrag von Lissabon die Bürgerinitiative vorsieht – zu lukrieren.¹⁵

Spätestens an diesem Punkt muss eine Schwierigkeit des vorliegenden Forschungsthemas konstatiert werden, nämlich die der Gleichsetzung zwischen nationalstaatlichen Normen der Europäischen Mitgliedsstaaten, wie Demokratie, Legitimation, Kontrolle, Gewaltentrennung, etc. und dem Anspruch auf ebendiese Normen im Institutionengefüge der Europäischen Union, bei dem der Schlusspunkt der Integration sowie des Zusammenschlusses aber noch

¹⁰ *Amtsblatt* (1992): Vertrag über die Europäische Union (92/C 191/01). Online unter: <http://eur-lex.europa.eu/de/treaties/dat/11992M/htm/11992M.html#0001000001>.

¹¹ Vgl. *Kohler-Koch* (1998). S. 5.

¹² *Europäische Kommission* (2001): Weißbuch zum Europäischen Regieren. S. 16. Online unter: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0428de01.pdf.

¹³ Vgl. *Ebenda*. S. 16-17.

¹⁴ Vgl. *Sarcinelli, Ulrich* (1994): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. Vorwort, S. 9.

¹⁵ Vgl. *Blatter, Joachim*: Demokratie und Legitimation. In: *Benz, Arthur/ Lütz, Susanne/ Schimank, Uwe/ Simonis, Georg* (Hrsg.) (2007): Handbuch Governance. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 271.

nicht ausverhandelt ist. Dieser Problematik sowie dem aktuellen Diskurs über ein europäisches Demos widmet sich das Kapitel 2.2. noch genauer.

Zurück zum Forschungsvorhaben, ist festzustellen, dass die Berichterstattung bzw. die Recherche der Medien über EU-Themen und –Vorgänge allein nicht ausreichend ist, um die Bevölkerung umfassend zu informieren. Vielmehr nehmen Medien und politische Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam die wichtige demokratiethoretische Rolle ein, Öffentlichkeit herzustellen. Wie Bentele ausführt, sind Journalisten auf Impulse und Informationen der politischen PR für ihre Berichterstattung angewiesen, „auf Politiker und Praktiker der politischen Öffentlichkeitsarbeit geht ein Großteil der Themen bzw. Inhalte zurück, über die erstere berichten“.¹⁶ Aus diesem Grund soll im Zuge dieser Arbeit die Medienberichterstattung über Themen der Europäischen Union ausgeklammert werden, vielmehr die Öffentlichkeitsarbeit der Österreichischen Bundesregierung in Bezug auf diesen Themenkomplex beleuchtet werden.

Ziel dieser Arbeit ist es daher, die Regierungskommunikation in Österreich zu drei gravierenden Zeitpunkten, nämlich Österreichs EU-Beitritt 1995, dem Reformvertrag von Lissabon und dem Euro-Rettungsschirm zu untersuchen und kritisch zu hinterfragen, ob genügend Informationen über EU-Entscheidungen, Prozesse und Strukturen an die österreichische Bevölkerung¹⁷ weitergegeben werden, um die Akzeptanz dafür zu bekommen. Exemplarisch aufgezeigt wird die Regierungskommunikation anhand von drei Beispielen, die auch die drei möglichen Grundhaltungen zur EU widerspiegeln. Als erstes Ereignis soll – wie oben erwähnt – der österreichische Beitritt zur EU selbst fungieren, bei dem angenommen werden kann, dass die Stimmung in der Bevölkerung – durch noch fehlende, selbst erlebte Auswirkungen der EU nicht vorbelastet – euphorisch war, die Notwendigkeit für eine breite Öffentlichkeitsarbeit der Regierungsparteien daher auf einem guten Fundament stehen konnte. Der Beitritt steht daher für eine positive Einstellung gegenüber der EU, bei welchem die Bevölkerung selbst bei einer Volksbefragung über den Beitritt entscheiden konnte.

Als relativ neutrales Beispiel dient die Diskussion über den Reformvertrag von Lissabon. Dieser wurde von den EU-Institutionen ausgehandelt, die europäische wie österreichische

¹⁶ Bentele, Günter: Politische Öffentlichkeitsarbeit. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 143.

¹⁷ Innerhalb dieser Forschungsarbeit werden für die Adressaten der im Mittelpunkt stehenden Regierungskommunikation mehrere Begriffe verwendet, beispielsweise Bevölkerung, Bürger, Publikum oder Wähler.

Öffentlichkeit kam kaum damit in Berührung¹⁸, wusste wahrscheinlich auch nicht, welche konkreten Auswirkungen etwaige Reformen auf sie als Einzelperson hätten. Wie in so einem Fall, wenn um die Gunst der Wähler also nicht direkt gezittert werden muss, die Regierungskommunikation aussieht, soll im Zuge dieser Arbeit geklärt werden. Der Zustimmung bedurfte es in diesem Fall nicht seitens der Bevölkerung, sondern vielmehr vom österreichischen Parlament.

Zuletzt soll die Regierungskommunikation anhand eines Beispiels skizziert werden, das durch eine stark negative Zugangsweise seitens der Bevölkerung charakterisiert ist, wahrscheinlich weil hier der einzelne um die finanziell gute Situation Österreichs fürchtete, damit verbunden beispielsweise auch wohlfahrtsstaatliche Einbußen für die österreichischen Staatsbürger zu erahnen meinte¹⁹: dem Euro-Rettungsschirm. Hier vermutet die Autorin eine ursprünglich besonders große Gegnerschaft aus der Bevölkerung, weil diese selbst um ihr „hart verdientes“ Geld fürchtete. Für die Regierungsparteien ergibt sich daraus das Problem, eine wenig anerkannte Vorgehensweise gegen den Willen einer Mehrheit der Bevölkerung zu beschließen. Da es ja aber immer um die Gunst ebendieser Wähler bei den nächsten Wahlen geht, bleibt interessant zu untersuchen, wie sich die Kommunikation in diesem bestimmten Fall gestaltet hat. Bei der Beschlussfassung selbst war die Bevölkerung nicht gefragt, die Entscheidung über den Schutzschirm viel im ecofin-Rat der EU.

Bevor aber diese konkreten Fallbeispiele untersucht werden können, sollen zuerst in einem Theorieteil die Tendenzen der Mediendemokratie (Kapitel 2.1.), ihre mögliche Ablöse der klassischen Parteiendemokratie ebenso erläutert werden, wie die verschiedenen Ausrichtungen, Möglichkeiten und Methoden einer politischen Öffentlichkeitsarbeit (Kapitel 2.3.) bzw. Kommunikation insgesamt. Auch ein kleiner Abstecher zum aktuellen Diskurs um die Integration in der Europäischen Union (Kapitel 2.2.), v.a. hinsichtlich der Frage nach einer europäischen Gesellschaft oder Identität soll gemacht werden, um die Schwierigkeit der Vergleichbarkeit zwischen Nationalstaat und Union zu verdeutlichen. Im darauffolgenden Abschnitt, dem Empirieteil, werden Forschungsfragen und Hypothesen (Kapitel 3.1.) festgehalten und Methoden (Kapitel 3.2.) erläutert, die zu Ergebnissen für diese Forschungsarbeit führen sollen. Außerdem wird die Historie zu den drei gewählten Themenschwerpunkten (Kapitel 3.3.) erläutert. Im Ergebnisteil schließlich werden die

¹⁸ Vgl. *Bach, Maurizio* (2008): *Europa ohne Gesellschaft. Politische Soziologie der Europäischen Integration*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 185.

¹⁹ Vgl. *Der Standard* (11. Mai 2010): 15 Milliarden von Bankenpaket für EU-Schutzschirm. Online unter: <http://derstandard.at/1271376403294/Sonderpraesidiale-15-Milliarden-von-Bankenpaket-fuer-EU-Schutzschirm>.

Begriffe Regierungskommunikation und Öffentlichkeit (Kapitel 4.1.) einführend nochmals für vorliegende Forschungsarbeit expliziert, allgemeine Daten zu den drei Untersuchungsmethoden vorgestellt (Kapitel 4.2.), bevor dann die Validierung der Hypothesen und schlussendlich die Beantwortung der Forschungsfragen (Kapitel 4.3.) erfolgt. In den Schlussfolgerungen (Kapitel 5.) soll der Forschungsablauf mit seinen konkreten Ergebnissen nochmals Revue passieren, auch ein Ausblick soll mögliche weiterführende Forschungstätigkeiten zu dieser Thematik aufzeigen. Im Anhang (Kapitel 7.) finden sich dann zusammengefasste Daten zu den drei Untersuchungszeitpunkten und den gewählten Methoden, die wesentlichen Untersuchungsinstrumente und detaillierte Auswertungen.

1.1. Erkenntnisinteresse

1.1.1. Persönliches Erkenntnisinteresse

Als überzeugte Befürworterin der Europäischen Integration bin ich über die geringen Zustimmungswerte aus der Bevölkerung, welche im Zuge der Eurobarometer-Umfragen zweimal jährlich in allen EU-Mitgliedsstaaten erfragt werden, stets entsetzt. Zudem ich davon ausgehe, dass die meisten Unionsbürger keine argumentierbare Kritik an der Europäischen Union, ihrer Entwicklung oder ihrer Arbeitsweise für ihre Ablehnung geltend machen, sondern vielmehr einfach unreflektiert dagegen sind. Auch auf genügend Informationen, die erst positive wie negative Seiten oder Abläufe innerhalb der EU offenbaren könnten, greift der Großteil der befragten Bürger wahrscheinlich nicht zurück, „[d]er Kenntnisstand über dieses Europa lässt zu wünschen übrig.“²⁰ Nun ist aber erwiesen, dass jene Europäer, die ihren Wissensstand über die Union als gut einstufen, auch ein deutlich besseres Bild der Gemeinschaft haben, der Mitgliedschaft ihres Landes darin positiver gegenüberstehen.²¹ Meine Meinung deckt sich dabei mit einer von Patzelt formulierten These angesichts des Zusammenwirkens von Politikern und Bürgern: „Enttäuschungen der Bürger über Abgeordnete sind selten Enttäuschungen präziser Erwartungen, sondern sie werden in der Regel bloß als wenig durchdachte Formulierung von Unmut und Unzufriedenheit artikuliert.“²²

²⁰ Holtz-Bacha (2006). S. 15.

²¹ Vgl. Ebenda. S. 17.

²² Patzelt, Werner J.: Abgeordnete, Parlamente und Bürger: Erwartungen und Enttäuschungen. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1994): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 88.

Von offizieller, politischer Seite wird die Schuld für diese Fehlentwicklung oft zu den Medien geschoben; diese würden mit ihrem Leitsatz „Only bad news are good news“ auf eine positive Berichterstattung über EU-Themen verzichten, somit auch eine Identifikation der Bevölkerung in Österreich mit der Europäischen Union verhindern. Ohne die Nachrichtenlogik der Massenmedien unterschätzen zu wollen, soll im Zuge dieser Arbeit aber nicht die Medienberichterstattung im Mittelpunkt stehen, sondern vielmehr die Regierungskommunikation. Dies gründet auf meiner Überzeugung, dass Medien zwar eine wichtige Institution sind, die durchaus ihre eigenen Positionen erläutern können, dass sie sich in gewisser Weise aber auch stets an den Informationen und Aussagen der heimischen wie europäischen Politiker orientieren bzw. diese aufgreifen werden. An einem in den Medien positiv übermittelten Bild der Europäischen Union könnten Politiker also durchaus aktiv mitwirken – sofern sie sich nicht einer Fehleinschätzung hingeben, die ebenfalls von Patzelt formuliert wurde: „(...) und nicht selten benutzen sie (die Abgeordneten; Anm. d. Verf.) ohne sonderliche Sorge um deren Tauglichkeit einfache Formeln, die in der öffentlichen Debatte gerade modisch sind. Kraft ihrer Autorität als ‚Experten des praktischen Parlamentarismus‘ reproduzieren sie dergestalt Vorurteile, statt sie durch Aufklärung um ihre Wirkung zu bringen.“²³

Aus diesem Grund soll im Zuge dieser Diplomarbeit die Regierungskommunikation in Österreich zu EU-Themen untersucht, anhand der drei ausgewählten Zeitpunkte festgestellt werden, welche Rolle die Bevölkerungsmeinung für die Ausgestaltung der öffentlichen Kommunikation der Politiker spielt. Zudem können auch Aufschlüsse über eine eventuelle Professionalisierung der EU-spezifischen Regierungskommunikation in Anbetracht der Tendenzen zur Mediendemokratie gewonnen werden.

1.1.2. Politikwissenschaftliches Erkenntnisinteresse

Im Zuge der vorliegenden Forschungsarbeit soll der empirische Nachweis erbracht werden, dass sich Regierungskommunikation im Kontext der drei zu untersuchenden Fallbeispiele angemessener Instrumente bedient. Der Blick von Regierungspolitikern und ihren Sprechern auf die Meinungsverteilung innerhalb der Bevölkerung spielt dabei

²³ Patzelt (1994). S. 96-97.

wahrscheinlich auch keine unwesentliche Rolle – so die Annahme – soll jedenfalls mitgedacht werden.

Als übergeordneter Rahmen für dieses Forschungsfeld wurde das Konzept der Mediendemokratie verwendet, das die beiden Disziplinen Kommunikationswissenschaft und Politikwissenschaft nahe zueinander bringt. Dazu Czerwick: „Die politische Kommunikation bildet [seither; Klammer durch d. Verf.] ein zentrales Interessensgebiet sowohl der politischen Akteure als auch der Politikwissenschaft“²⁴.

Zur Behandlung der Fragestellung im empirischen Teil ist es insgesamt nötig, einen multiinstrumentellen Ansatz zu wählen, der qualitative und quantitative Untersuchungsmethoden verknüpft. Einerseits soll eine Inhaltsanalyse von Presseaussendungen und TV-Diskussionen zu den drei Zeitpunkten quantitativ auswertbare Ergebnisse liefern, andererseits sollen weiterführende, erklärende Inhalte durch qualitative Experteninterviews mit politischen Regierungskommunikatoren eingeholt werden. Damit kann der methodische Versuch gelingen, die eingesetzten Instrumente der Meinungsbildung – in ihrer jeweiligen Ausprägung – zu den drei Untersuchungszeitpunkten zu identifizieren.

Ausgeblendet bleiben die Inhalte von politischen Parteien auf Websites ebenso wie Statements von Regierungspolitikern in sozialen Netzwerken, vorliegende Arbeit schließt das Internet als großen Raum von Chancen und Risiken für Regierungskommunikation aus, dies könnte Inhalt einer weiteren Forschungsarbeit sein. In Anlehnung an Weber²⁵ ein paar kritische Anmerkungen zum „digitalen Zeitgeist“, die mitunter dazu beitragen, das Internet aus der Beobachtungsperspektive auszuschließen. Von der digitalen Kluft, dem „digital divide“ sei oftmals zu hören, der die wachsende Wissenskluff zwischen Online- Nutzern und Nicht-Nutzern prognostiziert, als anzustrebendes Ziel die Einbindung aller ins Internet nahelegt. „Was aber, wenn jene ‚Offliner‘ gar keine Wissens- und Informationsdefizite haben, weil sie sich ihre Informationen aus realen Bibliotheken, aus realen Büchern, aus realen Zeitschriften und Zeitungen oder aus realen Gesprächssituationen holen?“²⁶ Wenn sie sogar einen Vorsprung haben durch ihre unverstellte, konzentrierte Sicht auf das Ganze gegenüber der an Ablenkung reichen „Info-Schnipsel-Welten“ des Internet. Die Problematik, die Weber

²⁴ Czerwick, Edwin: Parlamentarische Politikvermittlung zwischen „Basisbezug“ und „Systembezug“. In: Sarcinelli (1998). S. 253.

²⁵ Vgl. Weber, Stefan (2008): Die Medialisierungsfalle. Kritik des digitalen Zeitgeists. Eine Analyse. Wien, Klosterneuburg: Edition Va Bene.

²⁶ *Ebenda*. S. 19.

am ständigen Abruf von „breaking news“ im Internet sieht: „Was machen wir mit all diesen Informationen? Sie blitzen einen Moment auf, und dann sind sie wieder weg. Die meisten für immer.“²⁷ Durchaus eine Herausforderung also für politische Einrichtungen in ihrer Kommunikation, zudem auch die Möglichkeiten der Denunzierung, der Manipulation bzw. des Diebstahls von Inhalten mehr Raum geboten wird als es klassische Formate, wie Presse oder TV durch Leserbriefe und Kommentare je tun hätten können. Mehrere Gründe dafür: Autoren treten anonym auf und einer unüberschaubaren, unklar definierten, anonymen Rezipienten-Masse entgegen; Beiträge werden zur Überprüfung ins Netz gestellt, nicht erst nach dem bewährten Prozess von Check, Gegen-Check und Re-Check; auch das Prinzip des geistigen Eigentums wird durch Einrichtungen, wie Wikipedia untergraben.²⁸

Neben dem Ausblenden des Kommunikationsraumes Internet kann vorliegende Diplomarbeit auch folgende weitere Fragen im Sinne der EU-zentrierten Regierungskommunikation nicht beantworten: Die Autorin strebt mit dieser wissenschaftlichen Auseinandersetzung keine stringente Abhandlung der österreichischen Regierungskommunikation seit dem Beitritt des Staates im Jahr 1995 an, stattdessen wurden drei Untersuchungszeitpunkte nach besonderen Kriterien ausgewählt, die im Kapitel 3.3. noch näher erläutert werden.

Wesentlich ist ebenso, dass im Zuge dieser Arbeit die Outputs von politischer Arbeit auf nationaler wie auf europäischer Ebene ausgeblendet und unkommentiert bleiben. Nicht die Entscheidungen selbst, deren Inhalt und Konsequenzen sollen in den Blick gerückt, eine Abhandlung, ob gut oder schlecht initiiert werden, sondern lediglich die Kommunikation der Regierungspolitiker über die drei ausgewählten Untersuchungszeitpunkte erscheint für das vorliegende Forschungsvorhaben interessant.

Ein letzter Punkt soll hinsichtlich der politikwissenschaftlichen Relevanz vorliegender Diplomarbeit noch angeschnitten werden: der Aufbau der Europäischen Union als *Mehrebenensystem*, die damit einhergehende Dominanz des Regierungskonzepts *Governance*, das zunehmend an Bedeutung gewinnt. Mit diesem Konzept eröffnet sich eine breitere Perspektive auf die verschiedenen Handlungsebenen zwischen nationalstaatlicher und supranationaler Ebene, die allesamt integraler Bestandteil des europäischen

²⁷ Weber (2008). S. 8.

²⁸ Vgl. *Ebenda*. S. 16-26.

Regierungssysteme sind, nicht nur den Inhalten oder Strukturen, sondern vor allem den Prozessen kommt eine herausragende Rolle in der Begutachtung zu. Der Begriff Governance „steht für all diese Formen und Mechanismen der Koordinierung zwischen mehr oder weniger autonomen Akteuren, deren Handlungen interdependent sind, sich also wechselseitig beeinträchtigen oder unterstützen können“²⁹. Gerade die Europäische Union zeigt als Beispiel für Governance, dass die Tendenz zunehmend vom hierarchischen Regieren wegführt, dass nicht nur staatliche, sondern auch wirtschaftliche oder gesellschaftliche Akteure an Handlungsmacht gewinnen – als Reaktion auf den steten Komplexitätszugewinn der Gesellschaft.³⁰

Den Begriff des Mehrebenensystems, wie er für die EU passend ist, prägen Marks und Hooghe mit dem Terminus „multilevel governance“, worunter sie ein Verhandlungssystem von verschiedenen Regierungen auf unterschiedlichen Ebenen sehen, territorial definierte Grenzen werden dabei überschritten. Dieses System funktioniert ohne ein eindeutiges Zentrum, dem die Entscheidungshoheit unterstellt werden könnte, vielmehr müssen europäische, nationale und subnationale Akteure verhandeln und *netzwerken*, sollen ihr Verhalten aufgrund gegenseitiger Beobachtung akkordieren, Einfluss ausüben oder über Verhandlungen zu einer Einigung kommen, aber einschneidenden Wettbewerb vermeiden.³¹

Unumgänglich für eine politische Entscheidungsfindung im Mehrebenensystem ist die Kommunikation der handelnden Akteure, aber auch jene Information hin zu den Bürgern, um Entscheidungen zu legitimieren – also vorliegender Untersuchungsgegenstand. Einen umfassenden Blick von Governance als Kommunikation beschreibt Bang³² in seinen Artikeln in Anlehnung an Easton und Foucault. Er „simply localise[s] governance within the terrain of political authority as a communicative relationship, which is not merely or primarily hierarchical, (...)“³³. Für diese Art der Autoritätsausübung sieht er aber die Zusammenarbeit wie die Gleichstellung von Zivilgesellschaft und Bevölkerung durch die Machthaber unumgänglich. Um diese beiden Ziele zu erreichen, schlägt er „dialogical and co-operative

²⁹ Benz/ Lütz/ Schimank / Simonis (2007). S. 9.

³⁰ Vgl. u.a. Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Linking EU and National Governance. New York: Oxford University Press; Tömmel, Ingeborg/ Verdun, Amy (Hrsg.) (2009): Innovative Governance in the European Union. The Politics of Multilevel Policymaking. Boulder, London: Lynne Rienner Publishers; Benz, Arthur (Hrsg.) (2004): Governance- Regieren in komplexen Regelsystemen. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

³¹ Vgl. Marks (1993) und Hooghe (1996). Zitiert nach: Benz, Arthur (Hrsg.) (2009): Politik in Mehrebenensystemen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 69.

³² Vgl. Bang, Henrik B. (2003): Governance as social and political communication. Manchester, New York: Manchester University Press. S. 7-21.

³³ *Ebenda*. S. 7.

relationships³⁴ als Erfolgsfaktoren vor und zeigt damit klar, dass er politische Autoritäten nicht als streng hierarchische Souveräne sieht, sondern dass sich diese vielmehr zu einer Beziehung verwandeln, die im jeweiligen inhaltlichen Feld mit den entsprechenden Gruppen oder Akteuren kommunizieren, dabei können vertikale Gesprächs- und Rollenmuster ebenso als Vorlage dienen wie horizontale Verhandlungen und Dialoge. „Political authority is not only, or even primarily, a distant and subjugating Leviathan but a communicative connecting mechanism, (...)“³⁵.

³⁴ Bang (2003). S. 7.

³⁵ Ebenda. S. 16.

2. THEORIETEIL

Bevor dem konkreten Forschungsvorhaben über die Regierungskommunikation zu EU-Themen in Österreich nachgegangen werden kann, sollen Theorieansätze zu den Punkten Mediendemokratie, Europäische Integration und politische Kommunikation mit der an die Politikfeldanalyse angelehnten Frage beantwortet werden:

„Welche Kommunikationsvorgänge intendieren politische Akteure und mit welchen Mitteln suchen sie diese zu realisieren, warum handeln sie so (und nicht anders), und was für einen Unterschied macht es?“³⁶ Dabei soll zwischen den Analyseebenen Akteure und Strukturen, Instrumente sowie Funktionen und Ziele gewechselt werden.³⁷

2.1. Mediendemokratie als Rahmen der Regierungskommunikation

2.1.1. Grundlagen der Demokratietheorien

Für die politikwissenschaftliche Analyse der Regierungskommunikation in Demokratien ist es zuallererst notwendig, jenen Ansatz offenzulegen, an Hand dessen eine Einordnung bzw. Analyse erfolgen soll. Hierbei kann von drei Ansätzen ausgegangen werden: (1) Vom liberalen Paradigma, das großteils in der empirisch orientierten Demokratietheorie angewandt wird, (2) von der deliberativen Variante, wesentlich geprägt von Jürgen Habermas, als Relevanz für normative Demokratietheorien und (3) von der partizipatorischen Demokratietheorie, die für die vorliegende Arbeit aber nur von begrenztem Interesse ist.³⁸

Das *liberale Paradigma* liegt häufig bei empirisch-deskriptiven Arbeiten zu Grunde, welche die Funktionsvoraussetzungen von bewährten Demokratien, auch im Gegensatz zu Diktaturen untersuchen. Entscheidend dabei ist, dass den Bürgern nur die marginale Rolle als Wähler zugeschrieben wird, welche sich aber durch die in der Öffentlichkeit geäußerten Meinungen ein Bild von den Entscheidungsstrukturen politischer Akteure machen können. Somit [gilt] „das demokratietheoretische Augenmerk insbesondere dem Zustandekommen verantwortlicher und zurechenbarer Entscheidungen“³⁹. Durch die Publizität von divergierenden Entscheidungen der politischen Sphäre ist es möglich, Transparenz zu erzeugen und für die Bürger eine Basis für ihre Wahlentscheidung zu schaffen.⁴⁰ Medien konzentrieren sich aus dieser Perspektive auf Kommentare der Stellvertreter von politisch-

³⁶ Kamps, Klaus (2007): Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 30.

³⁷ Vgl. *Ebenda*. S. 30-31.

³⁸ Vgl. *Ebenda*. S. 45-46.

³⁹ *Ebenda*. S. 46.

⁴⁰ Vgl. *Ebenda*. S. 46-49.

gesellschaftlichen Interessen, beispielsweise der politischen Elite, geben deren Stellungnahmen sachlich-perspektivistisch wieder und können so ihrer Funktion als Wächter nachkommen.⁴¹ Damit helfen sie bei der Legitimierung von politischen Entscheidungen, die ohne die Transparenz-, die Validierungs- und die Orientierungsfunktion der Medien, nicht erreicht werden könnte. Aus dieser neo-institutionalistischen Sichtweise vertreten Massenmedien keinerlei eigene politische Interessen, sondern agieren als Kommunikationskanal, durch den die politischen Akteure mit ihren Themen an ihre Zielgruppen gelangen. „Politisch werden Medien dadurch, dass sie folgenreiche Handlungskontexte für personale und korporative Akteure des politischen Systems institutionalisieren, welche die Medienöffentlichkeit zur Verwirklichung ihrer Interessen zu nutzen versuchen.“⁴² Dieser Ansatz geht demzufolge davon aus, dass Medien zwar einer Eigenlogik wie auch einer Außenwirkung unterliegen, unterstellt ihnen aber keinerlei politisches Interesse oder gar Manipulationsabsichten.⁴³

Dieses Theoriemodell ist für die vorliegende Arbeit insofern relevant, als dass die Wahlentscheidung der Bürger als Reaktion auf die publizierten Politikeraussagen dargestellt wird. Umgekehrt ausgedrückt, könnte man vermuten, dass Politiker ihre Aussagen über getroffene Entscheidungen dem potentiellen Wählerwillen anpassen müssen, um ihr höchstes Ziel, den Wahlsieg oder die Stimmenmaximierung, erreichen zu können. Da das Augenmerk dieser Forschungsarbeit auf der Untersuchung von Aussagen durch Politiker beruht und nicht auf der Rolle der Medien, eignet sich dieser Forschungsansatz besonders, da von politisch-desinteressierten Medien ausgegangen wird, die nur als Mittel zum Zweck, nämlich der Öffentlichmachung, von Politikern genutzt werden.

Nicht die Wahlen, sondern die Entscheidungsmodi „Argumentieren und Verhandeln“⁴⁴ stehen hingegen beim *deliberativen Paradigma* im Mittelpunkt, dabei werden auch Kommunikationsstrukturen zwischen Politikern und Bürgern sowie gänzlich unter Bürgern als relevant für den Entscheidungsprozess betrachtet. Diese öffentlichen Diskurse werden als „Forum einer (begründeten) Willensbildung“⁴⁵ angesehen und gelten für die Politik als

⁴¹ Vgl. Kamps (2007). S. 58.

⁴² Pfetsch, Barbara/ Marcinkowski, Frank: Problemlagen der „Mediendemokratie“ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik. In: Marcinkowski, Frank/ Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 14.

⁴³ Vgl. Ebenda. S. 13-15.

⁴⁴ Martinsen, Renate: Öffentlichkeit in der „Mediendemokratie“ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien. In: Marcinkowski/ Pfetsch (2009). S. 49.

⁴⁵ Ebenda. S. 50.

Selbstbindung bzw. –beschränkung. Für die Massenmedien bedeutet dieses Modell, dass sie nicht nur der Aufgabe nachgehen, Informationen bereitzustellen, sondern auch Arenen für den kommunikativen Prozess, aus dem sich schließlich die politische Entscheidung konsensual bilden soll, anzubieten.⁴⁶ Wichtig für die Wahlentscheidung aus normativer Sicht ist daher, dass Massenmedien und politische Akteure die Bürger „umfassend und sachlich richtig informieren“⁴⁷.

Wer von diesen beiden Akteuren maßgeblich ist für die Information und damit für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit, auf welche Weise das kommunikative und demokratietheoretisch relevante Dreieck Politik, Journalismus, Öffentlichkeit geprägt ist, kann im Zuge von vier Modellen nach Alemann dargestellt werden. Erstens verwendet dieser das *Top-down-Modell*, indem in erster Linie Politiker von Regierung wie Opposition „die reale Welt beeinflussen“⁴⁸ durch jenes Feedback, das sie von ihren Wählern bekommen und in ihre Agenda aufnehmen sowie durch jene Informationen, die sie zur Vermittlung an die Bürger, den Medien anvertrauen. Dabei ist es wesentlich, dass der eigentliche Politikentscheidungsprozess in Auseinandersetzung mit den Bürgern passiert, nicht hinter verschlossenen Türen – durch öffentliche Auftritte, Interviews oder Pressemitteilungen streben sie nach Aufmerksamkeit. Den Schwerpunkt von Politikern auf die Medien verlagert das *Mediokratie-Modell*, das Medien als meinungsbildende Institution, als vierte Gewalt sieht, welche ihrer Eigenlogik folgend die Realität für die Bürger erfassen und interpretieren. So sind es in diesem Modell die Medien, die bestimmen, was in der Politik festgesetzt wird und auch wie schnell es zu einem neuen Thema kommt. „Seinen Niederschlag findet dieser medienzentrierte Akzent in der (meist mir Fragezeichen versehenen) Wandlungsmetapher von der (alten) Parteien- zur (neuen) Mediendemokratie“⁴⁹, die im folgenden Kapitel näher erläutert werden soll. Lediglich als Sprachrohr dienen Medien hingegen beim *Bottom-up-Modell*, demzufolge es die Bürger selbst sind, die ihre Erfahrungen auf die politische Agenda bringen – als veröffentlichte Meinung über die Medien. Der Prozess der öffentlichen Meinung verläuft also von unten nach oben, zu den politischen Entscheidungsträgern. Für all diese drei Modelle lassen sich empirische Fakten sowie befürwortende Erläuterungen in der Literatur finden, eine Herausstellung eines davon kann also nicht vorgenommen werden. Alemann überlegt daher eine Synthese dieser drei Ansätze. Schließlich kommt er aber zu dem Schluss,

⁴⁶ Vgl. Martinsen (2009). S. 49-54.

⁴⁷ Maurer, Marcus: Wissensvermittlung in der Mediendemokratie. Wie Medien und politische Akteure die Inhalte von Wahlprogrammen kommunizieren. In: Marcinkowski/ Pfetsch (2009). S. 153.

⁴⁸ Alemann (1997). S. 479. Zitiert nach: Kamps (2007). S. 39.

⁴⁹ Kamps (2007). S. 41.

dass ein übergreifendes Interdependenz-Modell für Politik, Medien und Publikum zu allgemein und damit aussagelos wäre, er schließt sich daher den Beobachtungen von Werner Patzelt⁵⁰ an, der von einem *Biotop* zwischen Politik und Journalismus spricht – zu deren beiderseitigem Nutzen. Wie die beiden Akteure einander in die Hände spielen ist für die Bürger nicht nachvollziehbar, ihnen bleibt die Rolle als passive Zuschauer.⁵¹

2.1.2. Entstehung der Mediendemokratie

„In Demokratien darf politische Macht nicht Ausdruck einer geheimen Kabinettpolitik sein; sie kann sich nicht auf ein Gottesgnadentum oder allein das staatliche Gewaltmonopol stützen, da sich Herrschaft grundsätzlich aus einem Einverständnis der Beherrschten ableitet.“⁵² Die Akzeptanz für politische Entscheidungen seitens der „Beherrschten“ wirkt umgekehrt legitimierend für Entscheidungen, deren Entstehung sowie für die politischen Akteure insgesamt. Für ebendiese Herstellung von Akzeptanz ist Öffentlichkeit notwendig, die ihren Prozess der Meinungsbildung nicht ohne Kommunikation ausführen kann – in der modernen Demokratie ist die Gewährleistung der Grundfreiheiten für die Bevölkerung nicht genug, diese muss auch mit den Ideen der Politiker vertraut sein. „Kommunikation gerät zum Gebot, (...), und Demokratie selbst ist prägnant als ‚government by discussion‘ zu begreifen.“⁵³ Dies kann als maßgebliche Veränderung der letzten Jahrzehnte begriffen werden, denn: „From roughly the 1850s to the 1950s, parties were synonymous with democratic politics. (...) As the parties have slipped, the news media have gained strength.“⁵⁴ Heute kann man von Demokratie nicht mehr sprechen, ohne die Kommunikation über die Massenmedien mitzudenken. „Ging in den 1950er Jahren die Entscheidung, ob, wann, wie und was kommuniziert wird noch von der Regierung aus und wurden die Medien lediglich informiert, besteht heute eine Pflicht zur Kommunikation.“⁵⁵

Also: „Öffentlichkeit gilt als konstitutives Element von Demokratien. Die regulative Kernidee von Demokratie als *Herrschaft des Volkes* zielt darauf ab, dass diejenigen, die von

⁵⁰ Vgl. Patzelt, Werner. Zitiert nach: *Kamps* (2007). S. 39-44.

⁵¹ Vgl. *Ebenda* S. 39-44.

⁵² *Ebenda*. S. 18.

⁵³ *Ebenda*. S. 18, 33.

⁵⁴ *Patterson*, Thomas E.: Putting Research into Practice. Communication Scholars, the Media, and Democracy. In: Donsbach, Wolfgang/ Jandura, Olaf (Hrsg.) (2003): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 30. Konstanz: UVK. S. 19.

⁵⁵ *Vogel*, Martina (2010): Regierungskommunikation im 21. Jahrhundert. Ein Vergleich zwischen Großbritannien, Deutschland und der Schweiz. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 15.

Entscheidungen betroffen sind, auch am Prozess der Entscheidungsfindung beteiligt sind. Demokratisches Regieren beruht demnach auf dem Einverständnis der BürgerInnen zu dieser Ordnung und verweist insofern auf das Erfordernis öffentlicher Kommunikation.“⁵⁶ Mit dieser Grundsatzbemerkung leitet Martinsen ihren Artikel über konkurrierende Demokratietheorien ein, bei denen davon ausgegangen wird, dass in unserer Gesellschaft in erster Linie Massenmedien Öffentlichkeit herstellen und somit als „Legitimationsressource demokratischer Politik“⁵⁷ fungieren. Medien werden als „gesellschaftlich umfassende Informationskanäle“ angenommen, allein sie können eine medienvermittelt genannte Öffentlichkeit etablieren, sie agieren also als „Mittler zwischen Souverän und Repräsentant“ ohne den demokratische Politikgestaltung in der modernen Massengesellschaft nicht möglich wäre. Medien nehmen daher eine demokratietheoretisch essenzielle Rolle ein.⁵⁸ Über die Situation von Medien, Politik und Demokratie in den USA, die durchaus auch für die westeuropäischen Länder Aktualität hat, schreiben Bennet und Entman: „Mediated political communication has become central to politics and public life in contemporary democracies.“⁵⁹

Eine zunehmend engere Kopplung zwischen Politik und Massenmedien ist die logische Folge, ihre Verbindung wird als Symbiose oder auch als „Produktionsgemeinschaft“⁶⁰ beschrieben, in der Publizität gegen Informationen getauscht wird.⁶¹ In der Literatur wird dafür der Begriff „Mediendemokratie“⁶² eingeführt, unter anderem von Ulrich Sarcinelli.⁶³

Die Verwendung der Begrifflichkeit *Mediendemokratie* oder *Mediokratie* unterstellt dabei mehrere Thesen über das Zusammenwirken von Medien und Politik bzw. von Parteien im Besonderen. So ist unbestritten, dass politische Vorgänge auf die Vermittlungsleistungen der Medien angewiesen sind, speziell der publikumsstarken Massenmedien. Zweitens muss man – seit der Dualisierung des Rundfunks – von einer größeren Eigenständigkeit der Medien als Akteur ausgehen, die nicht mehr nur politische Botschaften ungefiltert transportieren, sondern die vielmehr ihren eigenen Handlungslogiken folgen. Für die politischen Akteure entsteht die Relevanz der Massenmedien nicht nur durch deren Möglichkeit, Öffentlichkeit zu schaffen, sondern auch durch die Chance zur Beobachtung anderer Akteure, was wiederum zur

⁵⁶ Martinsen (2009). S. 37.

⁵⁷ Ebenda. S. 38.

⁵⁸ Vgl. Kamps (2007). S. 18-19, 34.

⁵⁹ Bennett/ Entman (2001). S. 1. Zitiert nach: Donges (2008). S. 26.

⁶⁰ Jarren/ Donges (2006). Zitiert nach: Donges (2008). S. 222.

⁶¹ Vgl. Kamps (2007). S. 21.

⁶² Martinsen (2009). S. 38.

⁶³ Vgl. Ebenda. S. 37-38.

Definition des eigenen Handelns führt. Im Konzept der Mediendemokratie werden die Medien aus normativer Sichtweise als vierte Gewalt neben den klassischen Herrschaftszweigen Legislative, Exekutive und Jurisdiktion eingereiht. Auch wenn Kommunikation, Vermittlung und Öffentlichkeit schon in den Ursprüngen der Demokratie ihre Relevanz hatten, kam es in den letzten Jahren noch zunehmend zu einem modernen Strukturwandel der Öffentlichkeit, der einerseits die publizistische Durchdringung aller gesellschaftlichen Subsysteme, andererseits auch eine enorme Aufmerksamkeit des Publikums für mediale Tätigkeiten zur Folge hatte.⁶⁴

Das Zusammenwirken von gesellschaftlicher Modernisierung und den Veränderungen im System der Massenmedien zwingt auch das politische System zu Reaktionen und einem veränderten Auftreten. Politische Akteure müssen sich dahingehend an eine Medienlogik anpassen, um Medien als Mittler zur Legitimation ihrer Entscheidungen durch die Bürger zu nutzen. Um auf das Selbstverständnis der Medien als eigenständige Akteure im Politikvermittlungsprozess entsprechend zu reagieren, müssen Politiker und Organisationen aber auch ihre Auftritte nach der Medienlogik formen, die zunehmend auf Unterhaltung statt auf Information ausgerichtet ist. „Wer in der Kommunikations- und Mediengesellschaft Aussicht auf politisches Gehör haben will, nimmt daher verstärkt Rücksicht auf Optik wie Leistungsparameter des Journalismus und der Medien.“⁶⁵

Damit die politischen Akteure dennoch diese für sie existentielle Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit (und damit Legitimation) bekommen, Gehör zuerst bei den Medien dann in der Bevölkerung finden, nehmen Kommunikationswege und –Instrumente für die Politik und ihre Akteure eine immer wichtigere Rolle ein. „Kommunikationsstrategische Überlegungen [bestimmen] zunehmend den Arbeitsalltag in Regierungskanzleien, Ministerien, in Fraktionen und anderen Institutionen“⁶⁶, eine *Professionalisierung* der Öffentlichkeitsarbeit und ihrer Organisation in den Einrichtungen ist die Folge. Partei- oder organisationsinterne Mediensprecher werden zunehmend von Spezialisten, wie Werbeexperten oder Kommunikationsberatern, unterstützt.⁶⁷

⁶⁴ Vgl. Alemann/ Marschall (2002). S. 17-19.

⁶⁵ Kamps (2007). S. 81.

⁶⁶ Ebenda. S. 72.

⁶⁷ Vgl. Ebenda. S. 71-72.

„In der politischen Kommunikation, (...), hat die Medialisierung metaprozessuale Dimensionen erreicht.“⁶⁸ Das heißt: Medienwirklichkeit und soziale Wirklichkeit verschmelzen zunehmend, Politik ist fast ausschließlich über Medien erfahrbar, politische Akteure richten dementsprechend ihr Handeln an den Regeln des Mediensystems aus. Dies beinhaltet auch die ständige Bereitschaft von Institutionen und Organisationen, auf regelmäßige Nachfrage durch Medienakteure vorbereitet zu sein, folglich auch steter Teil der Berichterstattung zu sein.⁶⁹

2.1.2.1. Medialisierung

Der Begriff der Mediendemokratie ist eine Fortführung des Phänomens der Medialisierung, der auf die geforderte Anpassung unterschiedlichster Akteure an die Medienlogik verweist, damit den Medien „regelsetzenden Charakter“⁷⁰ zubilligt. Relevant für die vorliegende Arbeit ist der Begriff der Medialisierung sowohl in der Meso- als auch in der Makroebene. Die Mesoebene nimmt Akteure und Organisationen in den Blick, die sich der Medienlogik unterwerfen. Für den politischen Prozess meint dies nicht nur die Anpassungen auf der inhaltlichen Ebene, sondern auch Veränderungen im Bereich Operation, Selbstdefinition und Struktur der politischen Institutionen. Die Einrichtung von Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit spielt beispielsweise in diese Ebene, aber auch die Heranziehung von externen PR-Agenturen, die auf die Anforderungen durch die internationale Medienwelt reagieren können. Schulz beschreibt den Prozess der Medialisierung auf der Mesoebene folgendermaßen: „Political actors adopt to the rules of the media system trying to increase their publicity and at the same time accepting a loss of autonomy.“⁷¹ Plasser geht sogar soweit, dass er sich im Zuge der Weiterentwicklung von Medialisierung eine Zentralisierung der Massenmedien im politischen System vorstellen könnte, politische Akteure würden ihr Handeln dann ausschließlich der Medienlogik anpassen.⁷²

⁶⁸ Haas, Hannes: Dynamik im Marketing, Stagnation im Journalismus? Zum Strukturwandel politischer Kommunikation. In: Filzmaier, Peter/ Karmasin, Matthias/ Klepp, Cornelia (Hrsg.) (2006): Politik und Medien-Medien und Politik. Wien: WUV. S. 67.

⁶⁹ Vgl. *Ebenda*. S. 67-68.

⁷⁰ *Donges* (2008). S. 38.

⁷¹ Schulz (2004). S. 89. Zitiert nach: *Donges* (2008). S. 38.

⁷² Vgl. Plasser. Zitiert nach: *Donges* (2008). S. 38-40.

Auf der Makroebene geht die Medialisierung auf die Ausdifferenzierung der Medien als eigenständiges System im Sinne der Systemtheorie von Luhmann⁷³ zurück. Ausgangspunkt einer Mediengesellschaft oder Mediendemokratie ist der Wandel sowohl von Medien als auch der Gesellschaft.

Kommunikation nimmt in der modernen Großgesellschaft einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert ein, allein sie ist für die Bedeutungsvermittlung und damit den Zusammenhalt der Gesellschaft verantwortlich. Manche Wissenschaftler fügen daher den drei traditionellen Sektoren Landwirtschaft, Industrie und Dienstleistungen – nach dem französischen Ökonom Jean Fourastié⁷⁴ – noch einen vierten hinzu: die Information bzw. Kommunikation. Da sich die Gesellschaft aber über den gesamten Globus vernetzt hat und nun zusammengehalten werden muss, übernehmen Medien eine dominierende Stellung, nicht nur als Vermittler, auch als Institution. Der wachsende Bedarf an Medienkommunikation geht dabei einher mit immer größeren wirtschaftlichen und personellen Investitionen in diesen *Quartärsektor*. Saxer bezeichnet moderne Gesellschaften daher als Mediengesellschaften, sofern in diesen „Medienkommunikation, als über technische Hilfsmittel realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchwirkende Prägekraft entfaltet, ein sogenanntes soziales Totalphänomen (Marcel Mauss) geworden ist.“⁷⁵ Anzumerken ist jedoch, dass sich Medienkommunikation nicht an ein heterogenes Massenpublikum als Zielgruppe wenden kann, sondern dass das Publikum selbst – nach seinen unterschiedlichsten Bewusstseinswelten – das Angebot wie die Prozesse der Medienkommunikation mitbestimmt.⁷⁶ Kaase beschreibt diese Entwicklung treffend als weg von der „dominanten Wenige-an-alle-Struktur der üblichen Massenkommunikation hin zu einer Differenzierung vor allem in Richtung von Alle-an-alle- bzw. Wenige-an-wenige-Strukturen“.⁷⁷

Aus der oben schon angesprochenen, stets wachsenden Relevanz der Medien für die Gesellschaft, aber auch für die Demokratie geht die Befugnis hervor, im wissenschaftlichen Kontext von *Mediengesellschaft* oder *Mediendemokratie* zu sprechen. „Das Mediensystem

⁷³ Vgl. Luhmann, Niklas/ Baecker, Dirk (Hrsg.) (2002): Einführung in die Systemtheorie. 1. Auflage. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme-Verlag.

⁷⁴ Vgl. Fourastié, Jean (1954): Die große Hoffnung des 20. Jahrhunderts. 3. Auflage. Köln-Deutz: Bund-Verlag.

⁷⁵ Saxer, Ulrich: Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: Sarcinelli (1998). S. 53.

⁷⁶ Vgl. Ebenda. S. 52-69.

⁷⁷ Kaase, Max: Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik. In: Sarcinelli (1998). S. 25.

wird zur zentralen Infrastruktur der modernen Gesellschaft.“⁷⁸ Dies wird untermauert von mehreren Tendenzen, die sich in den letzten Jahren gezeigt haben. So breiten sich Medien – in quantitativer wie qualitativer Sichtweise – immer mehr aus; neue Medientypen entstehen, die mitunter dazu beitragen, dass Informationen immer schneller vermittelt werden können. Aus diesen Entwicklungen ergibt sich eine große Aufmerksamkeit seitens der Bevölkerung gegenüber Medien, diese streben den anerkannten Status als Institution an, durchdringen die gesamte Gesellschaft, gewinnen an Autonomie; auch andere Akteure und Einrichtungen können ohne die Kommunikationsleistung der Medien nicht mehr überleben.⁷⁹

Dabei wird aber zunehmend auch die Tendenz beschrieben, dass Medien nicht nur als Mittler zwischen politischen Organisationen und ihrem Publikum agieren, sondern dass sie vielmehr schon eine eigenständige Rolle als „politische Wirklichkeitsgeneratoren sui generis“ einnehmen. Dies allein schon deshalb, weil Medien als primäre Orientierungshilfe für politische Einstellungen ihres Publikums gelten, Politik selbst von der Bevölkerung eigentlich ausschließlich über sekundäre Erfahrungen erlebbar ist.⁸⁰

Zusätzlich zu den Veränderungen im Mediensystem ist für die Entstehung der Debatte rund um eine Mediendemokratie auch die Modernisierung der Gesellschaft insgesamt mitzudenken. Modernisierung meint in diesem Zusammenhang die stete Ausdifferenzierung, einen konstanten Zugewinn an Komplexität in der Gesellschaft. Konkrete Tendenzen dabei: die Pluralisierung der Werte, eine Säkularisierung und Individualisierung tragen zur Fragmentierung der Gesellschaft bei, immer kleinere Strukturen leben in ihren eigenen Welten. Auf politische Organisationen haben diese Veränderungen maßgeblichen Einfluss. So wurden die traditionellen cleavages für die Parteienpräferenz schon aufgehoben, soziale Milieus lassen sich nicht mehr nach Kircheng Zugehörigkeit oder ideologischer Präferenz einteilen. Stattdessen müssen sich politische Akteure durch ihre Auftritte und Entscheidungen anlässlich aktueller, situativer Ereignisse messen lassen, beispielsweise an der vom Publikum wahrgenommenen Kompetenz im Handeln nach einer Wirtschaftskrise. Diese beiden Faktoren gehen zudem einher mit einer stets sinkenden Wahlbeteiligung im Gleichklang mit einer immer höheren Zahl an Wechselwählern, für die eben nicht starr festgesetzte moralische Werte einer Partei oder gar ihre eigene Zuordnung nach ihrem sozialen Milieu, sondern vielmehr aktuelles politisches Handeln bei der Wahl entscheidend sind.⁸¹

⁷⁸ Jarren, Otfried: Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Sarcinelli (1998). S. 74.

⁷⁹ Vgl. Jarren (1998). S. 74-75, 92.

⁸⁰ Vgl. Kamps (2007). S. 36.

⁸¹ Vgl. Ebenda. S. 66-67.

2.1.2.2. Politikherstellung vs. Politikdarstellung

Für die Demokratieentwicklung in Massengesellschaften ergibt sich die Spannung zwischen Politikherstellung und Politikdarstellung, denn verstärkt ist die Tendenz spürbar, dass Politiker ihren Schwerpunkt auf die Darstellung ihrer eigenen Person wie entsprechender Positionen für die Öffentlichkeit legen – die Transparenzmachung schwieriger Entscheidungsprozesse bzw. der Alltagsarbeit politischer Institutionen rückt zunehmend in den Hintergrund. Pointiert ausgedrückt, kann man auch eine Verrückung von politischen Inhalten zu inszenierter und spektakularisierter Politik orten.⁸² „Für politische Akteure und für das Publikum bilden Herstellung und Darstellung von Politik faktisch eine soziale Einheit.“⁸³ Gerade in jenen Arenen des politischen Prozesses, wo es um die Problemdefinition geht, geht Politikherstellung mit Politikdarstellung einher, die danach folgende Entwicklung politischer Lösungen bzw. deren Implementierung ist für die Darstellung weniger geeignet. Jene Entwicklung, die die Politikdarstellung zur Vermittlung an das Publikum immer weiter weg bringt von der Politikherstellung im eigentlichen Sinne wird in der Literatur als *Scherenthese* bezeichnet. Die These besagt, dass sich diese Schere immer weiter öffnen wird, schließlich auch zur Legitimationsfalle in Demokratien werden kann, wenn das Publikum über die Medien ein unrealistisches Bild von Politik erfährt, auf dem es seine Erwartungen aufbaut, die dann vom politischen System zunehmend nicht mehr erfüllt werden können. Die politischen Akteure müssen bei der Politikdarstellung also Acht geben, sowohl die Eigenschaften ihres eigenen politischen Systems als auch jene des Öffentlichkeitssystems berücksichtigen, diese in Gleichklang bringen, um mögliche Legitimationsdefizite zu verhindern.⁸⁴

Aus organisatorischer Sichtweise kann man feststellen, dass die Entwicklung hin zu einer Verortung von Öffentlichkeitsarbeit als direktem Kompetenzbereich politischer Akteure zeigt.⁸⁵

Nicht zuletzt in diesem Zusammenhang kann der Begriff der *symbolischen Politik* eingeführt werden, wenn politische Akteure „Symbole, Bedeutungen, Emotionen, Narrationen und Slogans“⁸⁶ zur Visualisierung ihrer Politik verwenden, Botschaften damit in Bilder umwandeln, die leichter in den Köpfen der Rezipienten gespeichert bleiben. Durch diese

⁸² Vgl. Saxer (1998). S. 72-73.

⁸³ Jarren, Otfried/ Donges, Patrick/ Weßler, Patrick: Medien und politischer Prozeß. Eine Einleitung. In: Jarren, Otfried/ Schatz, Heribert/ Weßler, Hartmut (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 9.

⁸⁴ Vgl. Ebenda. S. 9-12.

⁸⁵ Vgl. Kamps (2007). S. 23.

⁸⁶ Haas (2006). S. 69.

Vorgehensweise werden Politiker in erster Linie die für sie positiven Effekte ihrer Politik darstellen, umfassende Erläuterungen werden ausbleiben.⁸⁷ Für Öffentlichkeit und Demokratie bedenklich ist die Frage, ob durch die Fokussierung auf diese persönlichen Ziele der Politiker bestimmte Problemlagen erst überhaupt nicht den Weg in die Öffentlichkeit schaffen, weil aufgrund fehlender Lösungskompetenz oder –Konzepte bspw. ein Nachteil für die politischen Akteure befürchtet wird.⁸⁸

Hier spielt auch die Tendenz der *Personalisierung* hinein, die im Zuge der Mediendemokratie noch mehr an Bedeutung gewinnt, wenn der Kandidat wichtiger wird als seine Partei, er selbst durch seine Repräsentation die Rolle als Nachricht einnimmt. Dies ist quasi als Weiterentwicklung der personalisierten Wahlkämpfe zu sehen, die auch in Österreich schon seit Jahrzehnten bekannt sind, in denen der Spitzenkandidat einer Partei eben stets eine Sonderrolle einnimmt. Im 21. Jahrhundert ist „[d]er Kandidat die Botschaft, seine Auftritte, die Diskussion seiner Stärken und Schwächen sind das eigentliche Medienereignis“. ⁸⁹ Durch diese Tendenz verlieren auch politische Inhalte und Richtungsentscheidungen an Relevanz, vielmehr bestimmt das Abschneiden der Kandidaten in diversen Shows über Anerkennung, Sieg oder Niederlage im Wahlkampf. ⁹⁰ Akteure „erleb[en] nahezu eine ‚Mutation‘ zur medienfixierten Polit-Prominenz“⁹¹, wer also bekannt sein oder werden will, muss sich den Medienvertretern und somit in den Medien seinem Publikum stellen – dabei konkurriert der politische Kandidat mit Vertretern aus Sport und Kultur und anderen. „Dabei gerät die Politikvermittlung zunehmend in den Sog von Kult- und Markeninszenierung.“⁹² Bei einer Umfrage unter deutschen Abgeordneten hielten diese die Formen der Personalisierung für „wichtig und erwünscht“, ebenso den Anstieg an Visualisierung, während Privatisierung, also die Fokussierung der Berichterstattung auf das Privatleben des Akteurs auf „breite Ablehnung“ stößt.⁹³ In die Spitzenkandidaten werden auch seitens der Bevölkerung Erwartungen gesetzt, vor allem ein entschiedenes Durchgreifen wird von ihnen erwartet. In der Literatur ist dieses Phänomen als *Chefsachen-Mythos* bekannt, öffentlich inszenierte Aussagen erhöhen die erwartete Handlungskompetenz des Regierungschefs, gerade durch Einzelaktionen wird ihm eben genannter Mythos

⁸⁷ Vgl. Haas (2006). S. 69.

⁸⁸ Vgl. Kaase (1998). S. 48-49.

⁸⁹ Falter, Jürgen W.: Politik als Inszenierung. Ein Essay über die Problematik der Mediendemokratie in 24 Punkten. In: Alemann/ Marschall (Hrsg.) (2002). S. 422.

⁹⁰ Vgl. Ebenda. S. 422.

⁹¹ Nieland (2002). S. 166.

⁹² Ebenda. S. 167.

⁹³ Vgl. Ebenda. S. 180.

zugeschrieben.⁹⁴ Hierzu muss man jedoch anmerken, dass sich jeder politische Kommunikator auf bestimmte Themen beschränken sollte, um nicht den „Anschein von Sprunghaftigkeit und Beliebigkeit“ zu vermitteln. Konzentriert sich der politische Akteur hingegen beständig und immer wiederkehrend auf ausgewählte Themenfelder schafft er damit auch eine Zustimmungsbereitschaft in der Bevölkerung.⁹⁵

Diese Beharrlichkeit bei der Meinungsäußerung könnten politische Akteure auch über die Thematik Europäische Union unter Beweis stellen, damit wiederkehrend in den Massenmedien zitiert werden, sich somit nicht nur selbst als EU-affin darstellen, sondern eben auch die Notwendigkeit und Wichtigkeit des Themas in den Köpfen der Bevölkerung stärker etablieren.

Die Modernisierung der Gesellschaft, der Medien und damit auch der Politik lässt erkennen, dass sich „[d]er Trend zur Personalisierung und Professionalisierung, zum Themen- und Ereignismanagement und zu mehr Zielgruppenpopulismus“⁹⁶ fortsetzen wird. Angesichts dieser Tendenzen hält Falter pointiert fest: „Da bleibt kein Raum für schmerzhaftes Wahrheiten, die volle brutale Wahrheit, denn sie könnte ja genügend Leuten wehtun. Wer sie dennoch ausspricht, wird umgehend bestraft.“⁹⁷ Eine Möglichkeit, dieser Bestrafung zu entgehen wäre, wegweisende Strukturentscheidungen im überparteilichen Konsens zu fällen. Politische Akteure müssten sich dann parteipolitischen, oberflächlichen Hickhack sparen, könnten damit die Akzeptanz der Entscheidungen in der Bevölkerung erhöhen, wenn nicht sogar garantieren. Ein derartiges Verständnis von Politik, die Unterscheidung in „Jahrhundertaufgaben“ und Wahlkampf-Versprechen würde mitunter über die „Zukunft des demokratischen Systems mitentscheiden“⁹⁸, so Falter in seinen Ausführungen.⁹⁹

⁹⁴ Vgl. Korte, Karl-Rudolf: Regieren in Mediendemokratien: Regierungssteuerung der Staats- und Regierungschefs im Vergleich. In: Schatz/ Rössler/ Nieland (2002). S. 32.

⁹⁵ Vgl. Bergsdorf, Wolfgang: Imperativ der Politik. In: Schatz/ Rössler/ Nieland (2002). S. 276.

⁹⁶ Falter (2002). S. 427.

⁹⁷ *Ebenda*. S. 428.

⁹⁸ *Ebenda*. S. 430.

⁹⁹ Vgl. *Ebenda*. S. 428-430.

2.1.2.3. Kritik: Mediendemokratie vs. Parteiendemokratie?

Angesichts vielfältiger Veränderungen in den Medien und in der Gesellschaft sowie einer stetig wachsenden Bedeutung von vermittelter Kommunikation wird politikwissenschaftlich auch die Frage diskutiert, ob die klassische Parteiendemokratie zukünftig von der Mediendemokratie abgelöst wird bzw. welche Chancen und Gefahren eine derartige Entwicklung in sich birgt.

Alemann und Marschall¹⁰⁰ behandeln die beiden Demokratie-Zugänge in ihren Ausführungen getrennt voneinander. Die Thesen, die es erlauben von einer Mediendemokratie zu sprechen wurden schon weiter oben erläutert, sollen hier also nur kurz zusammengefasst werden. Eine Vorherrschaft der Medien ist deshalb zu vermuten, weil Medien eine eigenständige Rolle im System einnehmen, viele Akteure, speziell politische von deren Vermittlungsleistungen abhängig sind, sie Öffentlichkeit herstellen, als vierte Gewalt gelten.

Unverändert von einer *Parteiendemokratie* zu sprechen, rechtfertigen Alemann und Marschall ebenfalls mittels mehrerer Thesen. Parteien sind die bestimmenden Einrichtungen der Politik, sie sind „Hauptakteure der organisierten Willensbildung und der Rekrutierung von politischem Personal“¹⁰¹. Nichtsdestotrotz müssen sie sich der Debatte stellen, dass sie ihr gesellschaftliches Fundament weitgehend verloren haben, dennoch eine unverhältnismäßig große Rolle im Staat spielen. Auch aufgrund dieser Kritik müssen sich die Parteien als ebenfalls intermediärer Akteur zwischen Politik und Bürgern wandeln – aber auch aufgrund der veränderten Rolle der Massenmedien.

Das Verhältnis von Medien und Parteien, von Mediendemokratie zu Parteiendemokratie verstehen Alemann und Marschall nach ihren theoretischen Überlegungen schließlich als „komplementär, nicht substituierend“¹⁰². Die gesamte Organisationsstruktur, die Rekrutierung der Parteien kommt ohne Medien aus, wenngleich Medien Personalentscheidungen beeinflussen können. Zudem gilt in der Bevölkerung die Parteiorientierung als essentiellste Variable für die Wahlentscheidung. Ganz abgesehen natürlich von dem stärksten Argument, dass abseits öffentlicher Räume, die Parteien es sind, die Entscheidungen treffen. Akteure des Mediensystems stehen ihnen dabei als Hersteller von Öffentlichkeit, damit als Legitimationsressource zur Seite. Die Anpassung der Parteien an die Anforderungen der Medien bestimmt dabei über die vermittelte Botschaft. Eine Medialisierung der Politik, der

¹⁰⁰ Vgl. Alemann/ Marschall (2002). S. 20-22.

¹⁰¹ Ebenda. S. 20.

¹⁰² Ebenda. S. 35.

Parteiendemokratie ist also wahrnehmbar, die Auflösung alter Strukturen muss nicht befürchtet werden. „Parteien bewegen sich bei der Politikgestaltung in den Strukturen einer Mediendemokratie – wohl besser in einer Mediengesellschaft“.¹⁰³

Eine ähnliche Sichtweise präsentiert auch Sarcinelli, der in den Wandlungen des Verhältnisses der Medien mit dem politischen System eine „tiefgreifende Transformation“ der Parteiendemokratie erkennt, deren Folgen aber noch nicht abzuschätzen sind. Für den momentanen Stand in Deutschland – der mit jenem in Österreich ja durchaus vergleichbar ist – konstatiert er zwar eine Medialisierung der Parteiendemokratie, eine neue Struktur, die dem Namen Mediendemokratie gerecht werden würde, erkennt er aber noch nicht. In dieselbe Kerbe schlägt auch Marcinkowski, der die Begriffe Ergänzung und Erweiterung verwendet, um die zunehmende Orientierung der Politik an der Medienlogik zu beschreiben, eine völlige Neuordnung des Institutionengefüges sieht auch er nicht. „The increasing intrusion of the media in the political process is not necessarily synonymous with a media ‚takeover‘ of political institutions (...)“.¹⁰⁴ Gerade von einer Abwertung der Parteien sei zudem nicht auszugehen.¹⁰⁵

Auf einer allgemeineren Ebene formuliert auch Tenscher, „dass die Vermittlung von Politik zwischen den politischen Führungseliten einerseits und den Bürgern andererseits nicht etwa ein originäres Phänomen moderner „Mediendemokratien“ ist“¹⁰⁶, dass sich Politikvermittlung im 21. Jahrhundert nur zunehmend an den Forderungen des massenmedialen Systems orientiert. Parteipolitiker, deren Sprecher und Journalisten stellen ihr Handeln aufeinander, auf die jeweiligen Bedürfnisse ab, eine spezifische politische Kommunikationskultur in der Parteiaußenkommunikation entsteht.¹⁰⁷

Auch das Phänomen der symbolischen Politik ist nicht neu, wie Falter ausführt: „Dabei ist Politik seit der Antike unverkennbar und untrennbar mit Inszenierungen verbunden. Im Mittelpunkt praktisch betriebener Politik steht nie der Inhalt von Entscheidungen allein, (...). Immer steht auch die Kernfrage im Mittelpunkt: Wie sage ich wann was wem – und mit welchem Effekt?“¹⁰⁸ Nichtsdestotrotz konstatiert er eine nunmehr scheinbar direkte

¹⁰³ Vgl. Alemann/ Marschall (2002). S. 35-37.

¹⁰⁴ Mazzoleni/ Schulz (1999). S. 248. Zitiert nach: Donges (2008). S. 45.

¹⁰⁵ Vgl. Donges (2008). S. 45-47.

¹⁰⁶ Tenscher, Jens (a): Partei- und Fraktionssprecher. Annäherungen an Zentralakteure medienorientierter Parteienkommunikation. In: Alemann/ Marschall (Hrsg.) (2002). S. 116.

¹⁰⁷ Vgl. Ebenda. S. 116-117, 128.

¹⁰⁸ Falter (2002). S. 420.

Verbindung von Politikherstellern und Politikbetroffenen über den TV-Bildschirm, die politische Inszenierung der letzten Jahre vergleicht er mit einem „Wanderzirkus“.¹⁰⁹

Korte findet für den Umstand des Regierens in der Mediengesellschaft den Begriff der *Telepolitik*. Politische Akteure versuchen durch Telepolitik Kompetenzen, die sie aufgrund schwieriger gewordener und kommunikationsabhängiger Entscheidungsprozesse eingebüßt haben, wieder zurückzugewinnen. Entscheidungen werden dahingehend durch Stimmungen angestrebt, die einerseits eine medienwirksame Darstellung von Politik benötigen, andererseits Regieren im Wahlkampfstil, also als ständige Kampagne nahelegen.¹¹⁰ „Regieren in Mediendemokratien bedeutet auch Regierungssteuerung über kommunikative Strategien.“¹¹¹

Zusammenfassend mit Hoffmann-Riem gesprochen: „Positive Bewertungen der Mediendemokratie knüpfen in erster Linie an erhoffte Qualitäten der Interaktivität, Dezentralität und Universalität an. Skeptiker beschreiben demgegenüber mit dem Begriff der Mediendemokratie Entwicklungstendenzen, wonach die Massenmedien einen entscheidenden, meist negativ bewerteten Einfluss auf den politischen Prozess nehmen.“¹¹² Während letztere die Demokratie an sich durch diese Entwicklung gefährdet sehen, wollen die Befürworter neue Möglichkeiten für den demokratischen Prozesse, wie das Internet, neue Kommunikationsforen, nutzen.

2.1.3. Politiker und die Europäische Union in der Mediendemokratie

„Für den europäischen Durchschnittsbürger ist Europa noch immer sehr weit weg.“¹¹³

Im Folgenden sollen einige Überlegungen präsentiert werden, die entweder auf die Ausgestaltung von Parteien- und Mediendemokratie noch näher eingehen oder die Kommunikation von Regierungspolitikern prinzipiell unter die Lupe nehmen. Diskutiert werden die Überlegungen stets unter dem Fokus der Politikherstellung in der Europäischen Union.

¹⁰⁹ Vgl. Falter (2002). S. 420-421.

¹¹⁰ Vgl. Korte (2002). S. 33.

¹¹¹ Ebenda. S. 37.

¹¹² Hoffmann-Riem, Wolfgang: Mediendemokratie zwischen normativer Vision und normativem Albtraum. In: Donsbach/ Jandura (2003). S. 28-29.

¹¹³ Mardus, Günter (2002): Zur bisherigen und zukünftigen Rolle der europäischen Nationalstaaten. Europäische Hochschulschriften, Reihe 31, Politikwissenschaft, Band 442. Frankfurt am Main, u.a.: Peter Lang. S. 147.

Die mediale Vermittlung politischer Botschaften hat Maurer in seiner Untersuchung unter dem Gesichtspunkt „Politikerauftritte in den Massenmedien“ untersucht. Dabei geht er von der These aus, dass Politiker die Kontrolle über die Botschaft behalten, wie es auch beim Direktkontakt mit den Wählern der Fall wäre, diese aber mit dem Vorteil des Massenpublikums der Medien verbinden. Zwischengeschaltet wäre bei diesen Sendeformaten – beispielsweise Talkshows – noch der Journalist, der Moderator, der mit seinen Fragen das Gespräch in eine Richtung lenken könnte. Maurer geht von einer normativen Demokratietheorie aus, deren These über die umfassende Information der Bürger durch Politiker von ihm verworfen werden muss. „Politiker wollen in erster Linie möglichst viele Wähler auf ihre Seite ziehen“¹¹⁴, heißt es stattdessen. Bestätigt ist aber auch schon, dass für Politiker die Wahrscheinlichkeit, durch Ankündigungen Wähler zu verlieren deutlich höher ist, als die, welche dazuzugewinnen.¹¹⁵ Diese Strategie kann auch einen Hinweis auf die geringe Rückendeckung der Bevölkerung für die EU geben. Da es sich bei der Konstruktion der Europäischen Union an sich um ein komplexes Gebilde vieler Staaten und einer Entscheidungsfindung auf mehreren Ebenen handelt, sind auch die Informationen darüber komplexer, bedürfen teils vielleicht sogar einiges Vorwissens. Eine Emotionalisierung ist nur bei einigen Aspekten möglich, bei denen die Akteure aber stets Gefahr laufen, die Thematik zu verkürzen und somit bei den Bürgern zu polarisieren.

Hinsichtlich der empirischen Forschungsergebnisse kommt Maurer zu dem Schluss, dass Informationen für die Bürger – wenn überhaupt – von den Massenmedien kommen, Politiker hingegen nutzen ihre Redezeit nur selten, um konkrete Ziele vorzustellen. Dies führt sich quasi selbst ad absurdum, wenn man davon ausgeht, dass Medien in erster Linie Fakten oder konkrete Aussagen von Akteuren veröffentlichen, und ihnen damit zu öffentlicher Präsenz verhelfen. Wenn Politiker dennoch nicht über Konkretes sprechen (bzw. in Presseaussendungen schreiben), könnte die Befürchtung, Wählerstimmen durch ebendiese konkret dargestellten Tätigkeiten zu verlieren, für die Akteure noch entscheidender sein als die Publicity, die sie angesichts der Medienlogik vielleicht einbüßen könnten.¹¹⁶ Dahingehend unterstellt Scharpf (1998), dass die Sprecher, die in erster Linie Legitimation und Befürwortung nationaler Wähler anstreben, „die Entwicklung einer gesamteuropäischen

¹¹⁴ Maurer (2009). S. 154.

¹¹⁵ Vgl. *Ebenda*. S. 151-154.

¹¹⁶ Vgl. *Ebenda*. S. 168-170.

medialen Infrastruktur [behindern]“¹¹⁷. Trenz bringt die normative Anforderung an politische Sprecher auf den Punkt: Betroffenheit herstellen, um ein Publikum zu erschließen. Damit wäre der Grundstein gelegt für eine „Minimalanforderung an Öffentlichkeit: die prinzipielle Chance der Inklusion aller potentiell Betroffenen“¹¹⁸.

Die politischen Akteure und deren Zuschreibung bzw. Attribution von Verantwortung auf sich selbst und andere Akteure über die Massenmedien ist Gegenstand einer weiteren empirischen Untersuchung – von Gerhards, Offerhaus und Roose.¹¹⁹ Die Relevanz dafür ergibt sich aus der Annahme, dass die Verantwortungszuschreibung für bestimmte Aspekte und Handlungen auf der politischen Ebene das Bild mitprägt, das die Bürger von Politikern haben – Image, Kompetenzzuschreibung und Legitimität sind damit eng verbunden, und weitergedacht natürlich auch Karriere- und Machtchancen der jeweiligen Akteure. So kann in Anlehnung an Ficham und Hewstone davon ausgegangen werden, dass Akteure sich selbst in erster Linie Erfolge öffentlich zuschreiben, während für Misserfolge widrige Umstände verantwortlich gemacht werden – oder wie diese Studie zeigen soll, der politische Gegner. „Blame Avoidance“, „Blame Shifting“ oder „Credit Claiming“ sind Begriffe für dieses Phänomen.

Anhand der Diskussion über die Feinstaubregelung der EU-Richtlinie 1999/30/EG demonstrieren die oben erwähnten Autoren einen prototypischen Fall der Attribution im europäischen Gesetzgebungsverfahren. Die Diskussion dreht sich nämlich nicht um die Sachthematik, in erster Linie erscheint die Verantwortungszuschreibung interessant zu sein. Die da zitierten Akteure weisen sich gegenseitig die Verantwortung zu, „[i]n diesem Prozess der öffentlichen Attribution von Schuld und des Definierens von Schuldigen schneidet die EU häufig schlecht ab“¹²⁰. Gerade die Europäische Kommission, oft als „Brüssel“ tituliert, genießt ein schlechtes Image, wird von den nationalstaatlichen Akteuren „zum Sündenbock für Fehler und Versäumnisse“¹²¹ gemacht. Erklären lässt sich das möglicherweise dadurch, dass die EU-Kommission – im Gegensatz zur nationalen Opposition beispielsweise – nicht die absolute Übersicht über alle Medienberichte in allen EU-Staaten haben kann. So kann von

¹¹⁷ Zitiert nach: Adam, Silke/ Pfetsch, Barbara: Europa als Konflikt in nationalen Medien – Zur Politisierung der Positionen in der Integrationsdebatte. In: Marcinkowski/ Pfetsch (2009). S. 561.

¹¹⁸ Trenz, Hans-Jörg (2002): Zur Konstitution politischer Öffentlichkeit in der Europäischen Union. Zivilgesellschaftliche Subpolitik oder schaupolitische Inszenierung? Baden-Baden: Nomos. S. 37.

¹¹⁹ Vgl. Gerhards, Jürgen/ Offerhaus, Anke/ Roose, Jochen: Wer ist verantwortlich? Die Europäische Union, ihre Nationalstaaten und die massenmediale Attribution von Verantwortung für Erfolge und Misserfolge. In: Marcinkowski / Pfetsch (2009). S. 529-531, 533.

¹²⁰ *Ebenda*. S. 533.

¹²¹ *Ebenda*. S. 533.

der Regierung, die die Entscheidungen in der EU ja, zumindest im Rat, mitträgt, die Verantwortung für eine in der eigenen Bevölkerung vielleicht ungeliebte Entscheidung auf eine supranationale Institutionen geschoben werden, die sich medial nur sehr schwer wehren kann und über die das Wissen der Bevölkerung vielleicht nicht ausreicht, um eventuell falsche Verantwortungszuweisungen zu durchschauen.

Für die empirische Untersuchung unterscheiden Gerhards, Offerhaus und Roose Attributionssender und Attributsadressaten, die sie durch eine quantitative Frame-Analyse aufdecken wollen, wobei jeweils die nationale Regierung, die nationale Opposition und die Europäische Kommission in Betracht kommen. Auffallend ist zuallererst, dass diese drei Akteure in unterschiedlichem Maße von der Gunst der Wähler abhängig sind, somit deren Überzeugung bzw. Bindung verschieden relevant ist. Aber auch, dass sie nicht in allen Entscheidungen handlungsmächtig erscheinen, was beispielsweise die Attribution von Verantwortung seitens der Regierung auf die Opposition nur wenig plausibel gestaltet. „Für die nationalen Regierungen gibt es also auf nationaler Ebene keinen naheliegenden Akteur, dem Misserfolge und Versäumnisse zugeschrieben werden können. An dieser Stelle kommt die EU ins Spiel“¹²², die oft auch pauschal als Schuldige dargestellt wird.¹²³

Nach der Forschungsphase kommen die Autoren zu dem Schluss, dass es sich in der öffentlichen Debatte hauptsächlich um die Zuschreibung von Verantwortung für die Ursachen von politischen Ereignissen dreht, die sich größtenteils schon ereignet haben. Mit knapp 70 Prozent dominieren darin negative Attributionszuweisungen, die sich, wie von den Autoren angenommen, zu rund 80 Prozent auf Misserfolge der politischen Gegner beziehen. Schreibt sich der jeweilige Sprecher hingegen selbst die Verantwortung für eine Entscheidung zu, wird diese in knapp drei Vierteln der Fälle als positiv bewertet. Handelt es sich um Entscheidungen zu EU-Themen geht die Selbstattribution der nationalen Regierungen gar in vier von fünf Fällen positiv aus, die Opposition muss auf Grund ihrer geringen Handlungsmächtigkeit ausgelassen werden, doch sind zwei Drittel der Verantwortungszuschreibungen seitens der Regierungen an die Kommission negativ. Auch bei den Zuschreibungen an den Rat, in dem die nationalen Regierungen sogar mitwirken, weshalb die Autoren positive Zuschreibungen erwartet haben, fällt die Bilanz negativ aus. Überhaupt entpuppen sich knapp zwei Drittel der Attributionen von nationalen Regierungen an die EU als negativ, eine Mehrheit, die die Autoren dann doch überraschte: „Diese hohe Zahl ist deshalb so überraschend, weil die

¹²² Gerhards/ Offerhaus/ Roose (2009). S. 535.

¹²³ Vgl. Ebenda. S. 533-538.

nationalen Regierungen in der EU die zentrale Rolle spielen.“¹²⁴ Da profitieren die Regierungen von den selteneren Berichterstattungen über die Europäische Union und damit verbunden mit dem geringen Wissensstand der Bevölkerung über europäische Politikprozesse.¹²⁵ Resümierend halten die Autoren fest, dass die Verantwortungszuschreibung in den Medien über Image und Legitimität der politischen Akteure mitentscheidet, dass die Medien im Bereich der Berichterstattung über Europa als „parasitäres System“ fungieren, da Politiker ihre Attributionszuschreibungen an die EU in den Medien anbringen können, ohne dass diese ihrer Korrekturfunktion dahingehend nachkommen würden.¹²⁶

Teilweise erklärt wird das von Korrespondenten österreichischer Medien in Brüssel, die Silvia Polan in ihrer Diplomarbeit als Experten befragte. Darin wird erläutert, dass nach den Tagungen des Ministerrats, die einzelnen Minister je eigene Pressekonferenzen geben – an denen üblicherweise die jeweiligen nationalen Journalisten teilnehmen. Halten sie sich nicht daran, besteht die Gefahr, dass jegliche Informationskanäle geschlossen werden.¹²⁷ Dabei nutzen die politischen Akteure den „Zwang zur Nachrichtenproduktion“¹²⁸, der ihnen dabei die Chance öffnet, durch die gezielte Informationsweitergabe an einzelne Medien den Wettbewerb unter allen Medien zu schüren und somit strategisch zu profitieren.¹²⁹

Beugen sich die Journalisten also dem ‚System‘, startet der Teufelskreis erneut, wenn sich die Politiker nicht als Europäer, sondern als nationale Vertreter sehen (da sie im Ministerrat ja auch nationale Interessen vertreten dürfen) und die getroffenen Entscheidungen nicht aus gesamteuropäischer Sicht interpretieren, sondern nur auf die Legitimation durch die eigene Wählerschicht bedacht sind.¹³⁰

Nicht nur die Akteure, die über Entscheidungen der EU diskutieren, sondern deren Argumente stehen im Mittelpunkt der Analyse von Adam und Pfetsch. Aufbauen können sie dabei auf schon erschienen Studien – zum Beispiel von Trenz – die aussagen, dass auf EU-Ebene gemeinsam getroffene Entscheidungen in den Medien von nationalen Politikern wieder in Konflikte aufgelöst werden. Faktoren, die bei dieser Vorgehensweise intervenieren, sind

¹²⁴ Gerhards/ Offerhaus/ Roose (2009). S. 546.

¹²⁵ Vgl. *Ebenda*. S. 542-548.

¹²⁶ Vgl. *Ebenda*. S. 550-552.

¹²⁷ Vgl. Polan, Silvia (2006): EU-Journalismus aus österreichischer Sicht vor dem Hintergrund einer entstehenden europäischen Öffentlichkeit. Diplomarbeit: Universität Wien. S. 37.

¹²⁸ Jun, Uwe: Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie. In: Marcinkowski/ Pfetsch (2009). S. 272.

¹²⁹ Vgl. *Ebenda*. S. 271-273.

¹³⁰ Vgl. Polan (2006). S. 37.

die Konstellation der politischen Eliten, der Bevölkerung und der Zivilgesellschaft zueinander, sowie die Zufriedenheit der Bevölkerung mit der EU-Mitgliedschaft generell. Wie die politischen Debatten in je zwei Tageszeitungen von sieben europäischen Ländern konkret ablaufen, welche Argumente und Interpretationsmuster verwendet werden, wird in diesem Beitrag im Zuge einer Analyse der Claims mit Europa-Bezug untersucht. Dadurch erhofften sich die Autoren feststellen zu können, inwieweit sich nationale Öffentlichkeiten schon gen Europa hin geöffnet haben, somit an einer Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten arbeiten.¹³¹ Denn bisher wurde durch die isolierten nationalen Diskurse eher der Eindruck vermittelt, „jeder Mitgliedstaat [hätte] seine Europäische Union“¹³².

Zugespitzt wird dieses Erkenntnisinteresse auf das Gegensatzpaar Abgrenzung vs. Integration, welches die empirische Untersuchung aus den Stellungnahmen politischer Akteure in Tageszeitungen herauszufiltern versucht. Getrennt nach fünf Claims (Währung, Landwirtschaft, Immigration, Entsendung Truppen, EU-Integration) wurde die Positionierung zwischen den beiden Polen gemessen, wobei sich für alle Länder positive Mittelwerte ergeben. Am europakritischsten zeigte sich Großbritannien, am europafreundlichsten die Mitgliedsstaaten Spanien, Italien und Deutschland. Die Autoren verknüpfen dieses Ergebnis mit dem Vorhandensein EU-kritischer, stark national ausgerichteter Parteien, wonach sich die starke Positionierung am abgrenzenden Ende des Spektrums Großbritanniens erklären ließe, ein Kontext existiere aber nicht automatisch. Verallgemeinern lässt es sich aber dahingehend, dass in erster Linie die radikalen Parteien an den äußeren Flügeln des Parteienspektrums, wie auch konservative Parteien mit einer starken TAN-Orientierung¹³³ sich in Richtung Abgrenzung positionieren. Dazu kommt die Möglichkeit, bei einem Fehlen von Anti-EU-Parteien, dass sich der Konflikt Abgrenzung – Integration innerhalb der großen Parteien zeigt.¹³⁴

2.1.4. Zusammenführung

Eine Darstellung der Entwicklungstendenzen hin zur Mediendemokratie bzw. zur Mediengesellschaft ist für die vorliegende Forschungsarbeit essentiell, um das politische

¹³¹ Vgl. Adam/Pfetsch (2009). S. 559-562.

¹³² Jetschgo, Barbara (2008): Demokratie und Dialog in der EU. Kommunikationsstrategien als Lösung für mehr Legitimation und Bürgernähe? Master-Arbeit: Universität Wien. S. 36.

¹³³ Als solche bezeichnen Hooghe und Marks (2002) konservative Parteien in Europa, die mit einem Anti-EU-Programm zu punkten versuchen, dazu traditionelle Werte, autoritäre Strukturen und nationalistische Ideen propagieren. TAN steht dabei für „traditionell, autoritär, national“. Vgl. Franzmann, Simon (2008): Programmatische Heterogenität und ideologische Polarisierung in den europäischen Parteiensystemen. Beitrag zur 3-Länder-Tagung in Osnabrück, Manuskript. S. 4.

¹³⁴ Vgl. Adam/Pfetsch (2009). S. 567-574.

System und seine Charakteristika in Österreich bzw. in der Europäischen Union zu verstehen, in dem Regierungskommunikation angewandt wird. Regierungskommunikation gewinnt durch die große Macht der Medien und den starken Glauben der Rezipienten an deren Wahrheitsgehalt enorm an Bedeutung, denn Regierungspolitiker und ihre Sprecher müssen sich an die Medienlogik, an den Professionalisierungsgrad der Medien anpassen, um von der Bevölkerung überhaupt gehört zu werden – eine Kommunikationsstrategie von Politikern und Parteien, die lediglich auf den Direktkontakt mit Wählern abzielt, ist in Zeiten einer immer komplexer werdenden, die Parteibindung aufgebenden Gesellschaft nicht mehr zeitgemäß. Die immer noch starken, aber stets an Macht einbüßenden Parteien müssen eine „Symbiose“ mit den Massenmedien eingehen, allein schaffen sie den Sprung in die Regierung nicht mehr. Zu diesem Zweck müssen sie über die Logik der Medien sowie über die Bedürfnisse und das Meinungsbild der Wähler Bescheid wissen, um ihre Zielgruppe entsprechend mit Informationen, Ideen und Leitbildern zu versorgen.

Das gesamte Kapitel 2.1. behandelte das Konzept der Mediendemokratie daher als Rahmen für die Regierungskommunikation in Österreich. Das Konzept ist als Gegenpol bzw. Weiterentwicklung der Parteiendemokratie zu verstehen, die bis in die 1950er Jahre aufgrund der mächtigen Rolle von Parteien vorgeherrscht hat, „parties were synonymous with democratic politics“.¹³⁵

In der modernen Demokratie reichen Parteien-Vielfalt und Grundfreiheiten für die Bürger aber nicht mehr aus, Bürger nehmen eine zunehmend skeptischere Rolle ein, wollen – zumindest oberflächlich – mitbestimmen und kontrollieren, eine Entscheidung „von oben“ wird nicht mehr ohne Widerrede akzeptiert. „Kommunikation gerät [da; Anm. d. Verf.] zum Gebot“.¹³⁶ Nur so – nämlich über breitenwirksame, medienvermittelte Kommunikation – kann das Einverständnis der Bürger mit der Politik eingeleitet werden.¹³⁷

Für die Politik bedeutet dies eine zunehmende Abhängigkeit von der Leistung der Massenmedien sowie ein neues Verständnis von Politik, das sich nicht mehr nur um die Herstellung, sondern auch um die Darstellung von Politik für die Bürger über die Massenmedien dreht. Dabei geht es oft nicht um harte Politinhalte, sondern um etwas Bildhaftes, um Symbole, Emotionen, Slogans, etc., etwas, das gut in den Köpfen der Rezipienten haften bleibt. In der Literatur wird dafür der Begriff der *symbolischen Politik* verwendet.

¹³⁵ Patterson (2003). S. 19.

¹³⁶ Kamps (2007). S. 18.

¹³⁷ Vgl. Martinsen (2009). S. 37.

Die Professionalisierung der politischen Öffentlichkeitsarbeit ist die logische Folge, auch weitere Anpassungen an die Logik der Massenmedien, wie Personalisierung oder Simplifizierung sind unausweichlich.¹³⁸

Welche konkreten Auswirkungen die Tendenzen zur Mediendemokratie für Politiker in Österreich, in anderen europäischen Ländern oder in der Europäischen Union haben, wird im letzten Abschnitt des Kapitels 2.1. anhand einiger Falluntersuchungen, u. a. von Maurer oder Gerhards, Offerhaus und Roose geklärt.

¹³⁸ Vgl. *Kamps* (2007). S. 71-81.

2.2. Integrationsdebatte

2.2.1. Unterschiedliche Normen zwischen nationalstaatlicher und Europäischer Politiksetzung

„Dem mittlerweile zur politischen Alltagsroutine gewordenen Einigungsprozess ist eines bisher nicht gelungen: Die Bürger in einem nennenswerten Umfang ‚mitzunehmen‘, emotional zu binden und ein Europa-Bewusstsein zu entwickeln.“¹³⁹

Die Problematik, mit der vorliegende Arbeit zu kämpfen hat, ist jene der Gleichsetzung nationalstaatlicher Normen, wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit oder Gewaltenteilung mit jenen des politischen Systems der Europäischen Union. Denn allein aus der Tatsache, dass alle EU-Mitgliedsstaaten Demokratien sind, dies auch als eine der Voraussetzungen für die Aufnahme in die Union überhaupt gilt, lässt sich noch nicht darauf schließen, dass auch das System der EU einem demokratischen entspricht – mit all seinen Auflagen und Voraussetzungen. „Die EU kann nicht als staatlicher Verband im herkömmlichen Sinn und erst recht nicht als demokratischer Staat beschrieben werden.“¹⁴⁰ Gerade, wenn man vom obersten Gebot einer Demokratie bzw. ihrer Bedeutung als *Herrschaft durch das Volk* ausgeht, stellt sich auf europäischer Ebene nicht nur die Frage, ob die Bürger in die EU-Entscheidungsfindung genügend eingebunden sind, sondern gar, ob es ein Volk, im Sinne einer europäischen Gesellschaft oder einer europäischen Öffentlichkeit überhaupt gibt, zudem „die Staatsvölker in Europa bereits politisch, d.h. nationalstaatlich organisiert sind“¹⁴¹.

Vorliegende Arbeit will und kann keinen weiterführenden Beitrag zu der Debatte rund um die zukünftige Ausgestaltung der Europäischen Union in den verschiedenen Denkschulen leisten, in einem kurzen Diskurs soll aber die aktuelle Diskussion um Gesellschaft, Identität, Legitimation und Demokratie nachgezeichnet werden. Denn „[d]ie Frage der demokratischen Qualität der EU wird sowohl in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung als auch im politischen Diskurs regelmäßig gestellt“.¹⁴² Die Rede sei von einem „Demokratiedefizit“, das wissenschaftlich übersetzt als „Mangel an demokratischer Legitimation der Entscheidungen auf Gemeinschaftsebene“¹⁴³ verstanden werden kann. Die dahinterliegende Frage auf den Punkt gebracht: „Ist das, was auf europäischer Ebene geschieht, durch die Zustimmung der

¹³⁹ Bach, Maurizio (2008): Europa ohne Gesellschaft. Politische Soziologie der europäischen Integration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 177.

¹⁴⁰ *Ebenda*. S. 13.

¹⁴¹ *Ebenda*. S. 13.

¹⁴² Neisser, Heinrich/ Verschraegen, Bea (Hrsg.) (2001): Die Europäische Union. Anspruch und Wirklichkeit. Springers Kurzlehrbücher der Rechtswissenschaft. Wien, New York: Springer. S. 54.

¹⁴³ *Ebenda*. S. 55.

Bürgerinnen und Bürger bzw. ihrer Repräsentanten in Parlamenten und Regierungen gedeckt?“¹⁴⁴

Auch in der Literatur über die europäische Integration und Weiterentwicklung kann auf den Vergleich zu nationalstaatlichen Normen nicht verzichtet werden, Bach beschreibt es als „nicht überraschend, dass der Nationalstaat auch in der europäischen Identitätsdebatte zum wichtigsten Bezugs- und Vergleichsmodell wurde“¹⁴⁵. Eine Darstellung der Situation soll aber zum Problembewusstsein von Autorin und Lesern zur schwierigen Vergleichbarkeit beitragen, aber auch deren Unumgänglichkeit verdeutlichen. Denn obwohl das Ziel demokratischer Staaten für die EU eine supranationale Institution nach denselben Normen und Zielen sein muss, sind diese auf die herkömmliche, nationale Art und Weise nicht mehr zu erreichen bzw. sind in der nationalstaatlichen Form überholt. Bach nennt es gar „irreführend“, die Finalität der Union in einem demokratischen Nationalstaat im Sinne einer Gemeinschaft mit „europäischem Kollektivbewusstsein“¹⁴⁶ zu sehen.

2.2.2. Legitimatorische Grundsätze einer demokratischen Europäischen Gesellschaft

Bach stellt die Problematik heraus: „Die europäische Integration verliert nicht nur zunehmend ihr gesellschaftliches Fundament. Sie hatte im Grunde nie ein solches Fundament, weil die gesellschaftliche Binnenintegration immer von den sie tragenden Mitgliedsstaaten geleistet wurde.“¹⁴⁷ Das Modell über die Gesellschaft im Nationalstaat beruht als Landes-Gesellschaft auf territorialen Grenzen, einer nationalen Kultur und Rechtsordnung sowie souveränen, politischen Institutionen. Zwischen Volk und Herrscher agiert die Zivilgesellschaft durch intermediäre Strukturen und die Teilnahme am öffentlichen Kommunikationsprozess als demokratisch legitimierende Kraft.¹⁴⁸

Obwohl einzelne Entwürfe einer europäischen Gesellschaft nach dem gleichen Konzept vorgehen, ist einzuwenden, „dass sich gerade im Verlauf der Integration die Grundkoordinaten und –konstellationen sowie der Raumrahmen gesellschaftlicher Ordnungsbildung dramatisch verschoben haben“.¹⁴⁹ So ist ein festes Unionsgebiet aufgrund

¹⁴⁴ Kohler-Koch, Beate/ Conzelmann, Thomas/ Knodt, Michèle (2004): Europäische Integration – Europäisches Regieren. Grundwissen Politik, Band 34. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 195.

¹⁴⁵ Bach (2008). S. 182.

¹⁴⁶ Ebenda. S. 180.

¹⁴⁷ Ebenda. S. 12.

¹⁴⁸ Vgl. Ebenda. S. 8.

¹⁴⁹ Vgl. Vobruba, Georg (2008): Die Entwicklung der Europasozioologie aus der Differenz national/ europäisch. Zitiert nach: Bach (2008). S. 8.

steter Integrationsschritte nicht gegeben, die Gesetzgebung ist nicht mehr nur einer durchschlagenden Staatsmacht, der Legislative im Nationalstaat, zuzuordnen, die Ausbildung einer kollektiven Identität passiert ebenso in mehreren Räumen, ist EU-weit aber häufig auf einem „diffusen Euroskeptizismus“¹⁵⁰ gegründet und schließlich, bringt Gerhards¹⁵¹ ein, fehlt die enge Bezugnahme zwischen Staat und Gesellschaft – wie im Nationalstaat durch das intermediäre System – und damit die Beobachtung der Exekutive durch die politische Öffentlichkeit.

Bach stellt in seiner Einleitung daher die Fragen: „Wie lässt sich die ‚europäische Gesellschaft‘ soziologisch beschreiben? Was konstituiert sie? Gibt es sie überhaupt?“¹⁵² Und antwortet wenig später selbst, dass die Europäische Union in ihrer jetzigen Form und mit ihren aktuellen Handlungsfeldern so lange auch ohne europäische Identität bei ihren Bürgern auskommt, bis sie auch wohlfahrtsstaatliche Umverteilungen vornimmt, diese vom Nationalstaat übernimmt. Momentan hat die EU ihren „Mitgliedstaaten die Sozialpolitik, die durch ihre Bedeutung für die konkreten Lebensbedingungen der Wählerschaft ein praktisch und legitimatorisch bedeutsamer Bereich ist, nicht aus der Hand genommen“¹⁵³ – trotz zunehmender Regulierung und Mitsprache der Unionseinrichtungen auch in diesem Bereich.

Die Legitimation für ihre Entscheidungen erhält die EU nicht durch „jenes gesellschaftliche und kulturelle Gemeinschaftsfundament, auf das sich der Nationalstaat“ beruft, sondern durch „die institutionalisierten politisch-administrativen (sic!) Prozeduren der Interessenvermittlung (...), der zwischenstaatlichen Kompromissfindung und Beschlussfassung“.¹⁵⁴ Identifikation soll nach diesem Modell, das Lepsius¹⁵⁵ für moderne Gesellschaften einführte, durch Institutionalisierung entstehen – die gemeinschaftlich ausgerichtete EU-Kommission steht den national besetzten Räten und dem Parlament gegenüber. Ein Modell, das Bach¹⁵⁶ aber als „kontraproduktiv“ für eine europäische Bewusstseinsbildung einstuft, da sich das Interesse der Bürger an institutionellen Prozessen ohnehin in engen Grenzen halte.

¹⁵⁰ Bach (2008). S. 10.

¹⁵¹ Gerhards, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. Zitiert nach: Bach (2008). S. 11.

¹⁵² *Ebenda*. S. 7.

¹⁵³ Falkner, Gerda: Zwischen Gestaltungslücke und integrative Kooperationseffekten: Wohlfahrtsstaat und Integration aus Sicht des historischen Institutionalismus. In: Jachtenfuchs/ Kohler-Koch (2003). S. 479.

¹⁵⁴ Vgl. Bach (2008). S. 16.

¹⁵⁵ Lepsius, M. Rainer (1999): Zitiert nach: Bach (2008). S. 182.

¹⁵⁶ Bach (2008). S. 182.

Von einer Legitimitätskrise der Europäischen Union will Graf- Kielmansegg¹⁵⁷ nicht sprechen, sehr wohl müsse aber die Frage nach integrativen Normen zur „Rechtsetzungsmacht“ gestellt werden. Früher – in den europäischen Kernländern – waren dies Friede und Wohlfahrt, die durch die europäische Einigung erzielt wurden. Durch den Beitritt von immer mehr Ländern, Jahrzehnte nach dem Weltkrieg verliert die Friedens-Komponente zunehmend an Integrationskraft, eine andere Legitimitätsressource wird gefordert – auch aufgrund der Zunahme der Mehrheitsentscheidungen im Ministerrat gegenüber dem früher vorherrschenden Einstimmigkeitsprinzip; der steten Ausweitung der Gemeinschaftskompetenzen; und dem Rückgang nationaler Handlungsfähigkeit, die teils noch Lücken hinterlässt. „Die Europäische Union wird zunehmend deutlich als das wahrgenommen werden, was sie ist: eine politische Ordnung, die unsere Lebensbedingungen vielfältig rechtlich und faktisch beeinflusst (sic!).“¹⁵⁸ Daher muss die Beziehung der Europäer zu ihrer Union – auch bei für den einzelnen einschneidenden Entscheidungen – belastbar sein. Dies trifft momentan nicht zu, daher: „[d]ie Legitimitätsfrage stellt sich mit einiger Dringlichkeit“. Und für Graf Kielmansegg ist dabei schon klar: „Die Europäische Union wird sich nicht allein durch die Politik, die sie treibt, legitimieren können.“¹⁵⁹ Also, die Bindung einzelner Klientele durch gezielte Förderungen reicht nicht aus, es muss auch die nach Easton benannte *diffuse Unterstützung* der Unionsbürger gegeben sein, um auch einmal ungeliebte Entscheidungen treffen zu können. Ein wesentlicher Grundstein dorthin ist für Graf Kielmansegg eine „zustimmungsfähige Verfassung“¹⁶⁰, deren Grundzüge er in seinem weiteren Beitrag ausführt.

Mehr Solidarität der Unionsbürger halten auch Weidenfeld und Wessels für unerlässlich, „[s]eitdem die EU nicht mehr ein bloßer Zweckverband wirtschaftlicher Integration ist, braucht sie, so wie jedes politische Gemeinwesen, ein ‚Wir-Bewusstsein‘, das eine gemeinsame Politik tragen kann und – die Nationen übergreifend – Solidarität stiftet.“¹⁶¹ Durch den Verzicht auf die in der Verfassung noch vorgesehenen Identitätssymbole im Vertrag von Lissabon machten die Politiker deutlich, diesen Schritt noch nicht gehen zu wollen bzw. werden auch andere Möglichkeiten zur Identifikation in den Diskurs eingebracht (siehe unten).

¹⁵⁷ Vgl. Graf Kielmansegg, Peter: Integration und Demokratie. In: Jachtenfuchs/ Kohler-Koch (2003). S. 49-76.

¹⁵⁸ Ebenda. S. 51.

¹⁵⁹ Ebenda. S. 52.

¹⁶⁰ Ebenda. S. 53.

¹⁶¹ Weidenfeld/ Wessels (2011). S. 145.

2.2.3. Konzepte einer Europäischen Öffentlichkeit

Öffentlichkeit meint im Sinne der Diskurstheorien einen „Mechanismus der Herstellung kollektiv geltender diskursiver Ordnungen“, damit „ein System funktional spezifizierter politischer Kommunikation“.¹⁶² Wesentlich dabei ist, dass jene politische Kommunikation bestimmte Normen erfüllen muss, um als demokratische Öffentlichkeit anerkannt zu werden. „Im nationalen Rahmen lässt sich diese Idee mit der Idee des Volkes verbinden, das in öffentlicher Kommunikation seinen kollektiven Willen erzeugt.“¹⁶³ Bei supranationalen Institutionen – beispielsweise der Europäischen Kommission – stellt sich die Bildung einer Öffentlichkeit, bzw. auch die Beibehaltung einer nationalen Öffentlichkeit als zunehmend schwierig dar. „Das Öffentlichkeitsproblem der Europäischen Union besteht darin, dass sich im Raum politischer Kommunikation in Europa bislang kein Souverän politischer Kommunikation konstituiert hat.“¹⁶⁴ Stattdessen agieren viele Akteure im kleineren Rahmen als Kommunikatoren, „[d]as Problem ist die Koordination“¹⁶⁵. Zudem ergibt sich der Umstand eines veränderten Modi zur Herstellung von Öffentlichkeit: Populäre Öffentlichkeiten bilden sich nicht mehr im regionalen oder nationalen Kontext, sondern sind als „partikular, temporär und sozial fluide“¹⁶⁶ gekennzeichnet und entstehen oft ad hoc, beispielsweise als Gruppe von Fahrradfahrern. Diese Gruppen sind ob ihres gemeinsamen Interesses transnational geprägt, bieten daher auch für die Errichtung einer europäischen Öffentlichkeit eine Chance. Jedoch agieren sie nicht an der Schnittstelle zwischen politischen Institutionen und der europäischen Gesellschaft, dazu benötigt es die Etablierung einer Zivilgesellschaft sowie den Abschied von der „Logik der Effizienz“¹⁶⁷ – also der lediglich an den Erfolg gebundenen Legitimation politischer Institutionen. „Die Adressaten von europäischer Politik sind ein Publikum, das durch symbolische Mobilisierung erreicht werden muss. Öffentlichkeit wird zu einem Interesse dieser politischen Institutionen selbst.“¹⁶⁸ Eine anders gestaltete Öffentlichkeit also gegenüber der historischen, die vielmehr gegen die Institutionen eingesetzt wurde.

Schon vor dem Vertrag von Lissabon existierten „besondere Räume politischer Kommunikation“ durch die europäische Verfassungsstaatlichkeit, wie die

¹⁶² Eder, Klaus: Öffentlichkeit und Demokratie. In: Jachtenfuchs/Kohler-Koch (2003). S. 86.

¹⁶³ Ebenda. S. 88.

¹⁶⁴ Ebenda. S. 89.

¹⁶⁵ Ebenda. S. 89.

¹⁶⁶ Ebenda. S. 92.

¹⁶⁷ Ebenda. S. 96.

¹⁶⁸ Ebenda. S. 96.

Unionsbürgerschaft, das europäische Kommunalwahlrecht, das Petitionsrecht und der europäische Ombudsmann oder auch im Bereich der Justiz, wo sich Rechtsöffentlichkeit im EGMR in Straßburg sowie im EuGH in Luxemburg konstituieren kann. Durch diese beiden Möglichkeiten entsteht aber noch kein „Demos“, als Träger europäischer Öffentlichkeit. Für die Vergemeinschaftung des Raums öffentlicher Kommunikation in Europa gibt es, laut Eder, daher nur zwei Optionen: Europa als Rechtsgemeinschaft oder Europa als Erinnerungsgemeinschaft. Europa als Rechtsgemeinschaft meint die Konstruktion eines europäischen Rechtssystems, auf das sich der europäische Staatsbürger verlassen, seine Rechte und Pflichten daraus ablesen kann. Der europäische Unionsbürger stünde dann aber in einem gewissen Spannungsverhältnis zum nationalen Staatsbürger, der aber vielleicht schon überholt sein könnte. Durch die Ablehnung der europäischen Verfassung haben die europäischen Mitgliedsstaaten diesen Schritt ohnehin noch nicht getan. Die zweite Option der Erinnerungsgemeinschaft basiert auf der Überzeugung, dass eine gemeinsame Geschichte das „Gefühl des Dazugehörens bzw. des Nicht-Entkommens“¹⁶⁹ entfacht. Eine kollektive Identität Europas könnte so als Basis für eine Rechtsgemeinschaft geschaffen werden, setzt aber auch einen Gegenpunkt dazu im Hinblick auf ihre Perspektive. Während die Rechtsgemeinschaft nämlich gen Zukunft gerichtet ist, muss sich die Erinnerungsgemeinschaft für ihren Zusammenhalt stets an Vergangenen – egal ob dieses positiv oder negativ konnotiert ist – orientieren. Obwohl der Widerstand gegen Faschismus und Gewalt im späten 20. und folgenden 21. Jahrhundert die Unionsländer eint, sind die historischen Erfahrungen daran doch außerordentlich stark national geprägt und deren Ablegung und damit Vergemeinschaftung der Erinnerungen erscheint fraglich.¹⁷⁰

2.2.3.1. Unionsbürgerschaft

Im Vertrag von Lissabon verankerten die politischen Entscheidungsträger die Unionsbürgerschaft als „potentielle Basis für eine kollektive Identität in Europa“¹⁷¹. Damit wurde der Weg eingeleitet weg von einer Europäischen Union in erster Linie verstanden als Binnenmarkt mit sämtlichen dazugehörenden Freiheiten¹⁷², hin zu einem „Europa der Bürger“, das auch politische Rechte als Unionsbürger vorsah. Das „Europa der Bürger“ wurde

¹⁶⁹ Eder (2003). S. 111.

¹⁷⁰ Vgl. *Ebenda*. S. 105-112.

¹⁷¹ Giesen, Bernhard/ Eder, Klaus (2001): *European Citizenship between National Legacies and Postnational Projects*. Zitiert nach: *Bach* (2008). S. 184.

¹⁷² Das Recht auf freien Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital.

erstmal schon in der Präambel des EWG-Vertrages von 1958 erwähnt, 1984 wurde ein Ausschuss gegründet, der konkrete Bürgerrechte nennen sollte, die zu einem besseren Bild der EG in den Köpfen der Bürger beitragen könnten. Die tatsächliche „Unionsbürgerschaft“ wurde erst mit den Beschlüssen von Maastricht eingeführt, bürgerliche und politische Rechte „der europäischen Bürger sowie aller im Hoheitsgebiet der Union lebenden Personen“ wurden schlussendlich Ende 2000 in der Charta der Grundrechte verankert, die als Teil II des Verfassungsvertrages umgesetzt werden sollte. Nach dessen Ablehnung wurde die Charta samt Grundrechten aus dem Vertragswerk wieder herausgenommen, „die Regelungen zur ‚Nichtdiskriminierung und Unionsbürgerschaft‘ [bilden] jetzt den Zweiten Teil des AEU-Vertrags“¹⁷³.

„Unionsbürger ist nach Art.9 (2, 3) EUV und – nahezu gleichlautend – Art.20 (1) AEUV, wer die Staatsangehörigkeit eines EU-Staats besitzt.“¹⁷⁴ Die Unionsbürgerschaft tritt dabei neben die nationale Staatsbürgerschaft. Unionsbürger haben unter anderem das Recht „am demokratischen Leben der Union teilzunehmen (Art. 10(1) EUV), das Recht auf Zugang zu Dokumenten der Organe, (...) und das Aufenthaltsrecht im Hoheitsgebiet aller Mitgliedsstaaten (Art. 20 (2a) AEUV.“¹⁷⁵ Als ganz neues politisches Recht können sich die Unionsbürger auch der europäischen Bürgerinitiative bedienen, die im EUV geschaffen wurde, deren konkrete Ausgestaltung aber noch ein wenig auf sich warten lässt. „Nach Übertragung der EU-Beschlüsse in nationales Recht könnten erste Bürgerbegehren voraussichtlich von 2012 an eingereicht werden“¹⁷⁶, damit wäre ein wesentliches Element partizipativer Demokratie auf EU-Ebene geschaffen.

Bach ordnet den Grad an Identifikationsmöglichkeit durch die Unionsbürgerschaft aber als gering ein, da nur ein sehr geringer Teil der EU-Bevölkerung – „ca. fünf Millionen überwiegend hoch qualifizierte und mobile Personen, die (...) zu den Funktionseleiten Europas zu zählen sind“¹⁷⁷ – von seinen Rechten als Unionsbürger, z. B. das Recht auf Freizügigkeit, überhaupt Gebrauch macht.

2.2.4. Zusammenführung

Eine Problematik, mit der nicht nur vorliegende Arbeit, sondern die gesamte politikwissenschaftliche Debatte im Bereich von europäischer Kommunikation, Öffentlichkeit

¹⁷³ Weidenfeld/ Wessels (2011). S. 355-359.

¹⁷⁴ Ebenda. S. 359.

¹⁷⁵ Ebenda. S. 359.

¹⁷⁶ Ebenda. S. 99.

¹⁷⁷ Vgl. Bach (2008). S. 184.

und Demokratie zu kämpfen hat, ist jene der Gleichsetzung zwischen nationalstaatlichen und europäischen Normen und Gewohnheiten. Die Finalität der Europäischen Union ist noch nicht erreicht, auch noch nicht mit einem konkreten Ziel – beispielsweise Staatenbund oder Bundesstaat – behaftet. Dennoch werden wesentliche Normen, bekannt aus den Nationalstaaten, wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit oder Gewaltentrennung auch für die Union gefordert bzw. so gedacht, dies ist aber aufgrund des noch wachsenden Prozesses unzulässig. Nationalstaatlich gewachsene Werte und Normen müssen erst ihren eigenen Weg finden, wie sie sich auch innerhalb der EU entwickeln können, wie beispielsweise Zivilgesellschaft, europäische Identität oder Legitimität für Entscheidungen entstehen könnten. Diese Überlegungen standen zu Beginn dieses Kapitels 2.2., das dann einen kurzen Exkurs zu den Debatten rund um Demokratie, Legitimation, Gesellschaft und Identität vornahm.

Im Zuge dieser Arbeit soll – in Anlehnung an Graf Kielmansegg – keine Legitimitätskrise der Europäischen Union heraufbeschwört, aber nichtsdestotrotz die Notwendigkeit einer europäischen Öffentlichkeit im Sinne öffentlicher Kommunikation urgiert werden. Da die Politikfelder der Europäischen Union sich nicht mehr lediglich auf eine wirtschaftliche Integration der Märkte beschränken, sondern langsam auch in sozialpolitische, wohlfahrtsstaatliche Bereiche eingreifen, muss die Zustimmung zu Entscheidungen bzw. zumindest deren Akzeptanz – und damit Legitimität – auch bei den einzelnen einschneidenden Beschlüssen gewahrt bleiben. Eine nach Easton benannte *diffuse Unterstützung* durch die Europäischen Bürger ist daher notwendig.

Bach kommt nach seinen Ausführungen über europäische Identität zu dem Schluss, dass es die Nationalstaaten als EU-Mitgliedsstaaten sind, die momentan noch bestens geeignet sind, „die demokratische Partizipation, die politische Legitimation, die kollektive Identität und die soziale Solidarität“ herzustellen, sie sollen daher als „Institutionensysteme“ die Binnenintegration für die EU leisten, dafür auch anerkannt werden, eine genuin europäische Identitätsbildung kann ihmzufolge noch warten.¹⁷⁸

Wissenschaftler und Denkschulen präsentieren je nach Perspektive also divergente Möglichkeiten, diese diffuse Unterstützung zu lukrieren – egal auf welche Weise und mit welcher Kraft – jedenfalls nötig dafür ist eine umfassende Kommunikation über die EU-Entscheidungsfindung für die Unionsbürger als Ausgangspunkt für jedwede beginnende Identifikation und gesellschaftliche Integration.

¹⁷⁸ Vgl. Bach (2008). S. 186.

2.3. Politische Kommunikation

„Das repräsentative System ist eben kein Ersatz für die Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern. Kommunikation ist vielmehr die ständig einzulösende Bringschuld der repräsentativen Demokratie.“¹⁷⁹

2.3.1. Begriffliche Annäherung

„Politische Kommunikation wird als derjenige Teil menschlicher Kommunikation definiert, der sich entweder thematisch oder aufgrund der Beteiligung von Akteuren des politischen Systems der Politik zurechnen läßt (sic!).“¹⁸⁰ So zählen sowohl die verschiedenen Kommunikationsforen von Politikern, z. B. innerparteilich, intraparteilich oder auch nicht-öffentlich mit der Bevölkerung zu politischer Kommunikation im so verstandenen Sinne, als auch öffentliche und nicht-öffentliche Aussagen mit politischen Inhalten von Medienvertretern oder Akteuren der Zivilgesellschaft.¹⁸¹ Schulz nimmt eine Aufteilung der politischen Kommunikation durch zwei Fragen vor: „1. Auf welche Weise beeinflusst oder bedingt die gesellschaftliche Kommunikation Strukturen und Prozesse der Politik? 2. Auf welche Weise bestimmt oder bedingt Politik die gesellschaftliche Kommunikation?“¹⁸²

Politische Kommunikation als Konzept kann auf die Ausfertigung der *symbolischen Politik* von Murray Edelman zurückgeführt werden. Dieser sieht die politische Realität in zweierlei Hinsicht: Einerseits in der instrumentellen Dimension, die die tatsächlichen Konsequenzen politischen Handelns zeigt, und zweitens in der expressiven Dimension, die jene Handlung für die Öffentlichkeit nachvollziehbar darstellt. Symbole nehmen in diesem Vermittlungsprozess einen wesentlichen Stellenwert ein, was sich auch in der Konzeptbenennung niederschlug.¹⁸³

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich ausnahmslos mit jenem Teil der politischen Kommunikation, der die kommunikativen Aktivitäten von politischen Akteuren behandelt, sowohl die Herstellung politischer Entscheidungen als auch die Kommunikation anderer Akteure über politische Themen werden ausgeklammert. Damit liegt dieser Arbeit der Begriff des *politischen Kommunikationsmanagement* von Kamps zugrunde, welches „die

¹⁷⁹ Sarcinelli, Ulrich (b): Politikvermittlung durch Parlamente: ein Problemaufriß. In: Sarcinelli (1994). S. 27.

¹⁸⁰ Bentele (1998). S. 130.

¹⁸¹ Vgl. Ebenda. S. 130-131.

¹⁸² Schulz, Winfried (2003). S. 458. Zitiert nach: Donges (2008). S. 15.

¹⁸³ Vgl. Edelman, Murray. Zitiert nach: Tenschler, Jens: Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven. In: Sarcinelli (1998). S. 185.

Ausrichtung, Steuerung und Kontrolle, die strategische Planung und den operativen Einsatz von Kommunikation durch politische Akteure mit dem Anspruch und Ziel, eigene Positionen und Interessen allgemein verbindlich durchzusetzen.“¹⁸⁴

In diesem Sinne hat auch Sarcinelli den Begriff der *Politikvermittlung* eingeführt, der als Oberbegriff für öffentlich-politische Kommunikationsaktivitäten von politischen Akteuren und Institutionen dient. Unter Politikvermittlung versteht Sarcinelli spezifische Verfahren und Institutionen, die Politik zwischen Herrschenden und Beherrschten vermitteln. In demokratischen Systemen ist diese Vermittlung essentiell, „Legitimation durch Kommunikation“ dient ihm als Credo. Ohne die entsprechende Verlautbarung politischer Entscheidungen oder anderer Vorgänge ist seitens der Bürger weder eine Kenntnisnahme ebendieser möglich, noch könnten sie rückkoppelnd ihre Forderungen oder Meinungen kundtun.¹⁸⁵ „Ihr Ziel ist die Mobilisierung öffentlicher Zustimmung zu konkreten politischen Maßnahmen sowie ganz allgemein die Herstellung von Systemvertrauen und Loyalitätsbereitschaft.“¹⁸⁶ Dabei ist die Kommunikation als „in hohem Maße eliteseitig dominierte[r]“ Prozess zu verstehen, dementsprechend fokussiert auch eine Untersuchungsperspektive auf die Frage, wie seitens politischer Akteure Politik vermittelt wird.¹⁸⁷

Um aus demokratietheoretischer Sichtweise die Ansprüche zu erfüllen, muss Politikvermittlung vor allem vier Kriterien folgen: Der Zugang zu Informationen und dem Kommunikationssystem muss für alle Bürger offen stehen, Politikvermittlung muss daher in verschiedenen Publika passieren. Zweitens muss bei der Vermittlung die Pluralität politischer Richtungen abgedeckt werden. Durch die verschiedenartige Komplexität der Darstellung sollen weiters unterschiedliche Adressatengruppen erreicht werden. Zuguterletzt sollte die Kommunikation nicht nur von oben oktroyiert werden, sondern bedarf auch eines Rückkoppelungskanals, über den Bürger ihre Interessen der politischen Führung mitteilen können. In welcher Intensität diese vier Soll-Kategorien tatsächlich umgesetzt werden, hängt auch von der Funktion ab, die Politikvermittlung im konkreten Fall, beim jeweiligen Akteur erfüllen soll. So unterscheidet Sarcinelli zwischen Politikvermittlung im Sinne von

¹⁸⁴ Vgl. Kamps (2007). S. 25.

¹⁸⁵ Vgl. Sarcinelli, Ulrich: Politikvermittlung und Demokratie: Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur. In: Sarcinelli (1998). S. 11.

¹⁸⁶ Czerwick (1998). S. 254.

¹⁸⁷ Vgl. Sarcinelli, Ulrich: Politikvermittlung und demokratische Kommunikationskultur. In: Sarcinelli (1987). S. 20-21.

Information, als Appellation oder Persuasion, mit dem Ziel der Partizipation oder auch in politisch-pädagogischer Absicht.¹⁸⁸

Diese Absichten decken sich großteils mit den weiter unten (Kapitel 2.3.2.) erläuterten Arten der politischen Kommunikation und deren jeweiligen Funktionen.

Die verschiedenen Funktionen von Politikvermittlung sowie die daraus resultierenden Methoden bei der Anwendung, lassen eine Rückführung auf generelle Ansätze bei der Politikvermittlung zu. So beschreibt Roth den *demoskopischen* Ansatz, der zum Ziel hat, möglichst ständig über die Meinungen und Erwartungshaltungen seitens der Bevölkerung informiert zu sein – häufig über empirische Erhebungen – um dann entsprechend das eigene politische Handeln darauf abzustellen, sich nicht nur durch Themen, sondern auch mittels Sprache und Werbemitteln zum Beispiel auf den Wählermarkt einzustellen. Ebenso die Wähler bzw. die Bevölkerung im Fokus hat der *werbetechnische* Ansatz von Politikvermittlung, der eine Verbildlichung und Bündelung der komplexen Politikprozesse anstrebt, diese auch mit Gefühlen bereichert, um bei den Adressaten anzukommen. Ein dritter Ansatz ist jener der *Wertorientierung*, im Zuge dessen politische Akteure nicht über aktuelle Entscheidungen kommunizieren, sondern den Wertekonsens ihrer Partei zu vermitteln suchen. Nicht nur Parteien, sondern auch Vereine, Verbände oder Arbeitsgemeinschaften dienen beim *interessensorientierten* Ansatz als Ansprechpartner von politischen Akteuren, diese vermitteln ihren Interessen und Ziele entsprechend den Mitgliedern parteipolitischer Entscheidungen – jedoch mit mehr Abstand zur Partei selbst. Ebenso eine interne Ausrichtung ist dem *erlebnisorientierten* Ansatz inne, der aufgrund des wachsenden Bedürfnisses nach Selbstverwirklichung jedes einzelnen Menschen das parteiinterne Leben abwechslungsreicher gestalten will – mehr Raum für Zusammenhalt und persönliche Entfaltung, mehr Zeit für Diskussionen anstrebt.¹⁸⁹

In dem Prozess der Vermittlung nehmen heute Massenmedien eine „Schlüsselrolle“ ein, auch dies rechtfertigt es, von Mediengesellschaft oder Mediendemokratie zu sprechen. Betont muss hierzu aber werden, dass über die Medien mit ihrer spezifischen Nachrichtenlogik nur ein kleiner Ausschnitt politischer Realität gezeigt wird – nämlich jener, der sich besonders ereignisreich oder konflikthaft darstellt. Mit jener Welt der Politikherstellung, in der oftmals

¹⁸⁸ Vgl. Sarinelli (1998). S. 11-12. Oder: Sarcinelli (1987). S. 30-43.

¹⁸⁹ Vgl. Roth, Reinhold: Parteimanagement und politische Führungseliten in der Politikvermittlung. Ursachen des Realitätsverlustes in der Kommunikation zwischen politischer Führung und Bürger. In: Sarcinelli (1987). S. 192-201.

auf Konsens gesetzt werden muss – gerade auf EU-Ebene – ist diese Medien-Welt dann nicht vergleichbar. Politikvermittlung muss aber eben auch „nach innen“, nämlich innerhalb des politischen Systems funktionieren, damit die Lösungskompetenz der politischen Akteure nicht leidet.¹⁹⁰

Mitunter aus diesem Grund unterscheidet Czerwick zwei Dimensionen der Politikvermittlung von Parlamenten. Erstens weist sie einen *Basisbezug* auf, darunter sind alle Aktivitäten der Parlamente zu verstehen, die auf Vermittlung hin zur Bevölkerung fallen. Für diese Ebene gibt es zwei Quellen, nämlich einerseits die *Legitimation*, die seitens der Parlamente die Darstellung ihrer Aktivitäten in der Öffentlichkeit erfordert, andererseits die *Transformation*, bei der die Parlamente als Interessenten an Meinungen und Informationen aus der Bevölkerung agieren, um jene dann in ihren Entscheidungsprozess integrieren zu können, um gesellschaftliche Interessen also zu politisieren. „Diese erfahren auf diese Weise, welche Maßnahmen in der Öffentlichkeit politisch durchsetzbar sind.“¹⁹¹ Der Akzent der politischen Willensbildung liegt hierbei also auf der *Volkswillensbildung*, deren Ziel die Sozialintegration ist, die die Öffentlichkeit in kollektiv verbindliche Entscheidungen einbinden soll. Der *Systembezug* der Politikvermittlung durch Parlamente hingegen ergänzt ersteren, hat die eliteninterne Verständigung, Kommunikation und Vermittlung zum Thema. Speziell die institutionalisierten Verfahren zur Entscheidungsfindung, aber auch dorthin führende Prozesse der Kompromissbildung oder des Interessenausgleiches zwischen den Fraktionen und zwischen einzelnen Abgeordneten gehören der zweiten Kategorie an, die explizit durch ihre Nicht-Öffentlichkeit charakterisiert ist. Die parlamentarische Politikvermittlung mit Systembezug zielt auf die *Staatswillensbildung*, also auf Systemintegration ab – die Beeinflussung von Parteien oder der Regierung bei der Herstellung politischer Entscheidungen wird angestrebt.¹⁹²

2.3.2. Die Methoden der politischen Kommunikation

Um die beiden, gerade genannten Definitionsstränge von politischer Kommunikation zu verdeutlichen und ihre jeweilige Untergliederung in wieder explizitere Kommunikationsstile und Methoden aufzugliedern, hat Bentele ein Organigramm¹⁹³ eingeführt.

¹⁹⁰ Vgl. *Sarcinelli* (1998). S. 11, 13-15.

¹⁹¹ *Czerwick* (1998). S. 257.

¹⁹² Vgl. *Ebenda*. S. 256-271.

¹⁹³ *Bentele* (1998). S. 131.

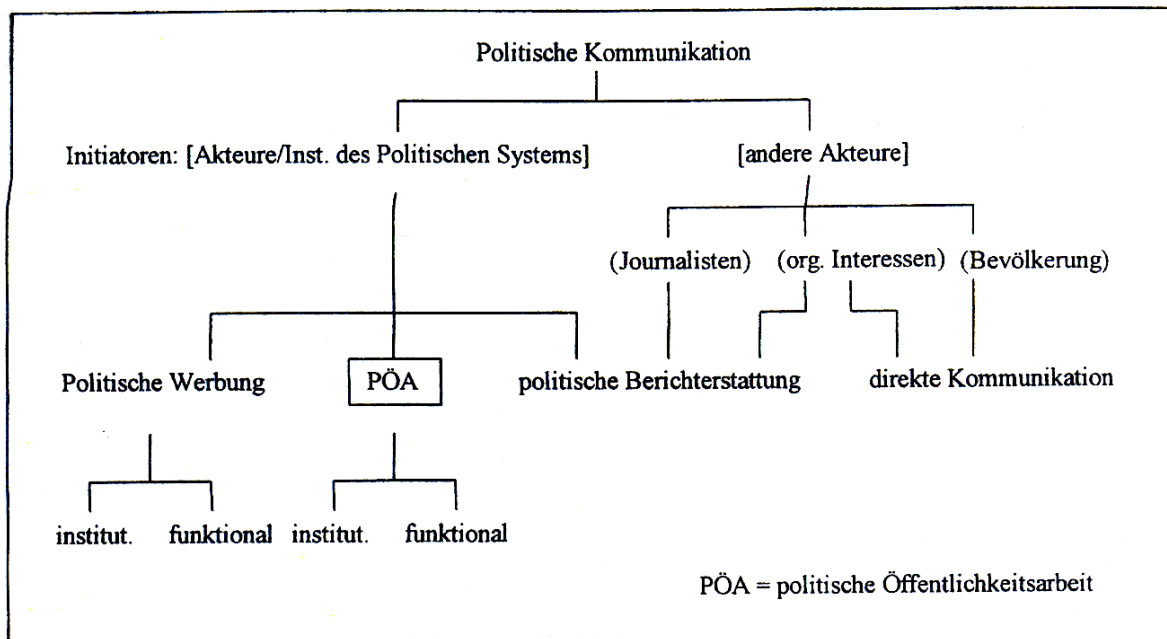


Abb. 1: Typen politischer Kommunikation

Quelle: Bentele 1998a: 131.

Die linke Seite des Organigramms zeigt dabei die für diese Arbeit relevanten Kommunikationsstrukturen von politischen Akteuren, die rechte Hälfte jene von anderen Akteuren über politische Themen; wie ersichtlich ist, gibt es dabei aber auch Überschneidungen. Politische Akteure und Institutionen können in zumindest vier verschiedenen Wegen kommunizieren: mit politischer Werbung, politischer Öffentlichkeitsarbeit, politischer Berichterstattung und mit direkten, interpersonalen politischen Gesprächen. Wichtig dabei zu bemerken, auch wenn die Grenzen zwischen den Kommunikationstypen teils fließend sind, eine normativ gesetzte Unterscheidung ist in demokratischen Ländern für das einwandfreie Funktionieren politischer Kommunikation unerlässlich.¹⁹⁴

Die verschiedenen Typen politischer Kommunikation sollen nun jeweils kurz erläutert werden, auch um die politische Öffentlichkeitsarbeit, die ja im Hauptinteresse der Autorin steht, gegenüber den anderen Formen besser abgrenzen zu können.

- Politische Werbung

Politische Werbung ist die offensichtliche, persuasive Form der politischen Kommunikation, wird in erster Linie von politischen Parteien eingesetzt – speziell im

¹⁹⁴ Vgl. Bentele (1998). S. 131-132.

Wahlkampf, um sich die Wählergunst zu sichern. Politische Werbung wird von den Parteien zumeist gemeinsam mit Werbeagenturen im Zuge von Kampagnen umgesetzt, mittels derer zuvor festgesetzte politische Ziele strategisch verkauft werden. Im Sinne einer klassischen Einwegkommunikation setzen Parteien dabei keinen Feedback-Kanal, keine direkte Reaktionsmöglichkeit für die Bevölkerung ein, sondern nutzen mediale Instrumente, wie Plakate, Anzeigen, Spots, Aufkleber oder Ähnliches, um ihre Ziele – optisch und dramaturgisch vereinfacht durch Slogans, Logos, Namen und Bilder zu verbreiten.¹⁹⁵ Politische Werbung ist daher also nicht-personale Kommunikation, wird vielmehr von bezahlten Medien übermittelt.¹⁹⁶

Eine starke Abgrenzung zwischen der Kommunikation von Parteien und Regierung oder Parlament zieht das Deutsche Bundesverfassungsgericht mit einem Urteil aus 1977, in dem festgehalten wurde, dass die Regierung in ihrer Öffentlichkeitsarbeit nicht so weit gehen dürfe, sich mit politischen Parteien zu identifizieren – speziell in Wahlkämpfen. Ihre Öffentlichkeitsarbeit ist also auf rein informative Betätigungen beschränkt, auch eine „reklamehafte Aufmachung“ der Aussendung könnten schon auf eine politische Wahlwerbung hindeuten, diese ist entsprechend zu unterlassen.¹⁹⁷ Aus den Leitfadenterviews im Zuge der empirischen Untersuchung war zu erfahren, dass auch in Österreich entsprechende Gesetze existieren, die für die tägliche Arbeit der Kommunikationsmitarbeiter aber als nicht einschränkend erlebt werden.¹⁹⁸

- Politische Öffentlichkeitsarbeit

Politische Öffentlichkeitsarbeit oder politische Public Relations soll hier der Vollständigkeit wegen nur kurz erwähnt werden, das folgende Kapitel (2.3.3.) ist dieser Ausprägung der politischen Kommunikation dann gänzlich gewidmet. Die Öffentlichkeitsarbeit wird von Akteuren des politischen Systems eingeleitet, benötigt aber – sofern sie einer breiten Öffentlichkeit zugeführt werden soll – die Zusammenarbeit mit Massenmedien.

Public Relations kann als „Selbstdarstellung durch Information“ definiert werden, seitens der Akteure, hier von Politikern oder Parteien unterliegt sie stets einem Machtkalkül.¹⁹⁹ Als kommunikative Basisanforderungen der politischen Öffentlichkeitsarbeit können die

¹⁹⁵ Vgl. Bentele (1998). S. 131-132.

¹⁹⁶ Vgl. Kamps (2007). S. 102.

¹⁹⁷ Vgl. Bentele (1998). S. 132.

¹⁹⁸ Vgl. Interview BKA.

¹⁹⁹ Vgl. Sarcinelli (1998b). S. 28, 30.

Information über etwas, die Selbstdarstellung wie die Persuasion genannt werden. Ziel ist es „Akzeptanz und Vertrauen“ der jeweiligen Organisation herzustellen bzw. politische Akteure oder Einrichtungen in der Öffentlichkeit zu positionieren, dort auch zu halten.²⁰⁰

Politische Öffentlichkeitsarbeit besteht aus mehreren Anforderungen: der Kenntnis von Nachrichten- und Medienlogik, der Fähigkeit Ereignisse zu inszenieren, durch Themenmanagement die Berichterstattung zu beeinflussen, diese auch einzuengen sowie die Medien als reine Mittler von Symbolen und Botschaften zu nutzen.²⁰¹

- Direkte Kommunikation

Interpersonale politische Kommunikation findet auf verschiedenen Ebenen zwischen Einzelakteuren statt. So beispielsweise auf Partei-Veranstaltungen zwischen Politikern und den Wählern oder innerhalb der politischen Arena zwischen Parteien und Institutionen. Aber auch die Beziehungen zwischen Politik und Wirtschaft oder mit der Zivilgesellschaft sind direkt-kommunikativen Charakters. Erweitert zählt man auch den politischen Unterricht in Schulen oder das Stammtisch-Gespräch zwischen privaten Akteuren zu dieser Ausprägung.²⁰²

- Propaganda

Für die Abgrenzung der legitimen politischen Kommunikation zu einer demokratietheoretisch bedenklichen Form, muss auch das Phänomen *Propaganda* erläutert werden. In Österreich durch die Erfahrungen während des nationalsozialistischen Regimes ohnehin negativ besetzt, steht der Begriff in einem alltäglichen Verständnis für eine „einseitige, beschönigende, irreführende oder falsche Kommunikation“²⁰³. Auch die wissenschaftliche Definition findet aber sehr klare Worte für diese Art der Kommunikation; sie beschreibt sie als „undirektional und beeinflussend“, an der Wahrheitsfindung nicht interessiert. In ihrer Ausgestaltung tritt die Propaganda mit einfachen, aber starken Kommunikationsmitteln auf, emotionalisiert, setzt Feindbilder ein. In einer demokratischen Gesellschaft kann sie nicht zu ihrer vollen Entfaltung kommen.²⁰⁴

²⁰⁰ Vgl. Bentele (1998). S. 141.

²⁰¹ Vgl. Brosda, Carsten/ Schicha, Christian: Interaktion von Politik, Public Relations und Journalismus. In: Schatz/ Rössler/ Nieland (Hrsg.) (2002). S. 46.

²⁰² Vgl. Bentele (1998). S. 133.

²⁰³ Ebenda. S. 133.

²⁰⁴ Vgl. Ebenda. S. 133.

2.3.3. Politische Öffentlichkeitsarbeit

2.3.3.1. Annäherung an den Begriff Öffentlichkeitsarbeit

„Ask ten different PR practitioners to define their trade and you will get ten different answers.“²⁰⁵ Dieses Zitat zeugt schon von der Schwierigkeit, eine einheitliche, allgemeingültige Definition von Public Relations zu finden. In Praxis und Wissenschaft hat sich daher zunehmend der Trend durchgesetzt, PR für das jeweils zugrunde liegende Feld zu definieren – grob unterteilt zuerst nach Berufs- und Wissenschaftsperspektive.²⁰⁶

Aber auch die Suche nach einem theoretischen Zugang, mit Hilfe dessen die politische Öffentlichkeitsarbeit strukturiert und analysiert werden könnte, verläuft schwierig – was auch darauf hindeutet, dass ihre strategische Bedeutung in der Politik- oder Kommunikationswissenschaft noch wenig erforscht ist. Aus *systemtheoretischer* Perspektive wird die politische Öffentlichkeitsarbeit als „kontextuelle Interventionsstrategie der Politik gegenüber dem Massenkommunikationssystem gesehen.“²⁰⁷ Noch bevor Massenmedien ihre eigenen Nachrichtenkriterien anwenden, sortiert die Öffentlichkeitsarbeit Politik vor – in öffentlich oder nicht öffentlich. Problematisch bei diesem Ansatz: Einzelne Akteure haben im Mediensystem keine Rolle zugeschrieben, sie können bei einem systemtheoretischen Zugang daher auch nicht empirisch beleuchtet werden. Für die Forschungsarbeit besser geeignet ist daher eine *demokratiethoretisch* motivierte Perspektive, die sich für normative Grundlagen und Zielsetzungen interessiert. „Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet einerseits ein notwendiges Medium der Politikvermittlung und andererseits ein Instrument der Legitimitätsbeschaffung des politischen Systems“, an dieses Verständnis schließt auch Sarcinellis These der Politikvermittlung an. Legitim bei PR aus dieser Sichtweise ist auch die Unterstellung eines politischen Kalküls. Gerade um eine mögliche Professionalisierung der Regierungskommunikation (über EU-Themen) nachzuweisen, ist es aber auch notwendig, die *organisations- und handlungstheoretische* Perspektive einzunehmen. Diese durchleuchtet das Beziehungsgeflecht von Organisationen und Akteuren im Bereich von Öffentlichkeitsarbeit und Medien. Politische PR ist aus dieser Sichtweise ein Werkzeug zur Reduktion von Unsicherheit, welche durch die Umwelt der Politik erzeugt wird.²⁰⁸

²⁰⁵ Michie (1998). S. 5. Zitiert nach: Kamps (2007). S. 92.

²⁰⁶ Vgl. Kamps (2007). S. 92-94.

²⁰⁷ Pfetsch, Barbara/ Dahlke, Kerstin: Politische Öffentlichkeitsarbeit zwischen Zustimmungsmangement und Politikvermittlung. Zur Selbstwahrnehmung politischer Sprecher in Berlin und Bonn. In: Jarren/ Schatz/ Weßler (1996). S. 139.

²⁰⁸ Vgl. Pfetsch/ Dahlke (1996). S. 139-142.

Bevor der Fokus hier speziell auf die politische PR gerichtet wird, soll aufgrund starker Verbindungen zwischen Politik und Medien prinzipiell, speziell auch in dieser Forschungsarbeit, zuerst ein Blick aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive auf das Arbeitsfeld der PR gewagt werden. Dafür eignet sich eine Definition nach Grunig und Hunt: „Public Relations is part of the management of communication between an organization and its publics.“²⁰⁹ Die beiden Autoren schreiben der PR vier Modelle zu, an denen sie ihr Handeln orientiert. Das *Publicity-Modell* versteht Öffentlichkeitsarbeit als einseitige Kommunikation vom Kommunikator zum Empfänger, Ziel ist es, Bekanntheit zu schaffen zum „(Selbst-)Zweck des Auffallens“²¹⁰. Das zweite Modell der *Informationstätigkeit* strebt die Aufklärung der entsprechenden Zielgruppe an, wahrheitsgetreue Information ist sein Credo. Im dritten Modell nehmen die Empfänger eine zunehmend aktivere Rolle ein, für eine Evaluierung und Anpassung des Handelns des Kommunikators erwartet jener Feedback – das Modell der *zweiseitigen, asymmetrischen Kommunikation*. Dieses Modell wird schließlich im vierten Anlauf *symmetrisch*, wenn ein gleichberechtigter Dialog zwischen Sender und Empfänger zum Ziel des Einverständnisses gesucht wird.²¹¹

Public Relations soll in Anlehnung an zahlreiche andere Autoren auch im Zuge dieser Arbeit synonym mit Öffentlichkeitsarbeit verwendet werden, dementsprechend öffentliche Beziehungen ausdrücken. Sie wird als Kommunikationsleistung und –Management einer Einrichtung mit deren Publikum gesehen, die in erster Linie auf eine Selbstdarstellung ebendieser Einrichtung durch entsprechende Informationen abzielt. Öffentlichkeitsarbeit nimmt einen „Teil der angebotsorientierten Kommunikationspolitik“²¹² ein.²¹³

Public Relations ist „Kommunikationsmanagement“, sie gestaltet den „Prozeß (sic!) der Meinungsbildung“²¹⁴. Um ihre Anforderungen erfüllen zu können, muss ihr ein modernes Verständnis von Kommunikation, im Sinne von „strategisch, gesamtkommunikativ und beziehungsorientiert“²¹⁵ zu Grunde gelegt werden. „Dabei heißt Öffentlichkeitsarbeit den Strom von Informationen nicht abreißen lassen, heißt Themen besetzen, Kompetenz

²⁰⁹ Grunig, James E./ Hunt, Todd (1984): *Managing Public Relations*. S. 6. Zitiert nach: *Bentele* (1998). S. 129.

²¹⁰ *Kamps* (2007). S. 95.

²¹¹ Vgl. *Ebenda*. S. 95-98.

²¹² *Sarcinelli* (1994b). S. 28.

²¹³ Vgl. *Ebenda*. S. 27-28.

²¹⁴ *Leipziger* (1994). S. 141.

²¹⁵ *Ebenda*. S. 141.

demonstrieren, Schlagzeilen liefern, Medienpräsenz zu gewährleisten. Und wenn es keine Ereignisse gibt – (...) – dann müssen solche inszeniert werden.“²¹⁶

Policy-spezifische Auffassungen vom Begriff der Öffentlichkeitsarbeit gibt es je nach Blickwinkel: So definiert sie sich aus einem mikrosozialen Blickwinkel als Management von Kommunikationsprozessen zwischen Organisationen und Teilöffentlichkeiten, makrosozial gesehen, ist die PR ein publizistisches Teilsystem mit Funktionen, Methoden und Instrumenten, Berufsrollen etc., die es charakterisieren.²¹⁷ Im Zuge der vorliegenden Arbeit wird der erstgenannte Blickwinkel, also die organisationsbezogene Perspektive von Relevanz sein.

In den ersten Publikationen über Public Relations in der späteren Nachkriegszeit wurde vor allem aus der Perspektive privater Unternehmer über deren notwendige Meinungspflege geschrieben. Erst ein im Jahr 1964 erschienenes Handbuch von Albert Oeckl widmete sich in einem eigenen Kapitel auch der politischen PR-Arbeit; die Oeckl aber aufgrund ihrer Nähe zur Propaganda mit Skepsis einstuft. Der Durchbruch für die politische Öffentlichkeitsarbeit gelang auf wissenschaftlicher Basis erst in den 1970er Jahren durch Franz Ronneberger, der Public Relations generell als „die Art und Weise der Konsensbildung organisierter Interessen innerhalb der pluralistisch organisierten Wirtschafts- und Gesellschaftsverfassung“ definiert.²¹⁸

2.3.3.2. Öffentlichkeitsarbeit im politischen Raum in Österreich

Politische Pressearbeit, politische Kommunikation, politische Information, staatliche Informationspolitik, Kommunikationspolitik, politische Propaganda, politische Öffentlichkeitsarbeit, Polit-PR, Politikvermittlung, politische Werbung, etc. – im Umlauf befinden sich viele Begriffe, die auf das Phänomen der kommunikativen Beziehung zwischen Politik und Medien oder Bevölkerung Bezug nehmen.²¹⁹ Im Zuge dieser Arbeit soll der terminus technicus der *politischen Öffentlichkeitsarbeit* gebraucht werden, in synonyme Verwendung mit *politischer Public Relations* oder *politischer PR*. Die Vielzahl an Begrifflichkeiten zeigt aber deutlich, dass zu Beginn des Kapitels eine Definition und Abgrenzung des Konzepts von Nöten ist.

²¹⁶ Sarcinelli (1987). S. 24.

²¹⁷ Vgl. Bentele (1998). S. 129-130.

²¹⁸ Vgl. Ebenda. S. 124-125.

²¹⁹ Vgl. Ebenda. S. 126.

Die politische Öffentlichkeitsarbeit ist jedenfalls mehr als eine kommunikative Strategie zur Präsentation von Parteiprogrammen, Themen und Politikern mit dem Ziel, politische Unterstützung zu gewinnen. Sie beinhaltet auch Analysen und Erfolgskontrollen, aber auch die Akteure der Öffentlichkeitsarbeit und ihre Instrumente; sie muss nicht zwingend persuasiv ausgerichtet sein.²²⁰ Dahingehend unterscheidet man die Zielsetzung politischer PR nach Aussagen, die sich auf Prozesse zwischen politischen Akteuren oder Beteiligten beziehen und damit einen Kampf um Einfluss widerspiegeln (politics) – dies wird bei Regierungspolitikern vermutet – und jenen, die Inhalte oder Lösungen bereitstellen (policies). Zu politics zählen unter anderem politische Unterstützung, Bildung, Beeinflussung der öffentlichen Meinung oder Agenda-Building. Unter policies verstehen Pfetsch und Dahlke etwa Informationen über politische Programme, Transparenz für aktuelle Vorgänge sowie einhergehend Akzeptanz dafür.²²¹

In jedem Fall zielt politische Öffentlichkeitsarbeit zumeist auf drei Zielpublika ab: auf die Medien, die Wählerschaft und auf das intermediäre System. Die Öffentlichkeitsarbeit mit dem Ziel der Medien hat die Multiplikatorwirkung ebendieser zum Hintergrund, über die Berichterstattung der Massenmedien erreicht nur eine Botschaft eines politischen Akteurs tausende Wähler. Aus diesem Kontext heraus ist auch die Strategie der politischen PR zu begreifen, nämlich „möglichst viele positive Resonanzen in den Massenmedien auf Aktivitäten, Positionen, Argumente der Kandidaten, Partei oder Organisation zu bewirken“²²².

Die Entwicklungen des politischen, medialen und gesellschaftlichen Systems, wie sie schon unter dem Kapitel 2.1. „Mediendemokratie“ erläutert wurden, haben auch in Österreich bereits ab den 1970er bzw. den 1980er Jahren „zu einer Professionalisierung der öffentlichen Selbstdarstellung und Intensivierung der Kommunikationsaktivitäten politischer Parteien geführt“²²³. „Mehr Aufmerksamkeit und Ressourcen wurden verwendet, um die strategische Planung, Meinungsforschung und Medienarbeit der Parteizentrale voranzutreiben“, gerade ÖVP und SPÖ orientierten sich immer weniger an der Parteienlogik, stattdessen an der

²²⁰ Vgl. Bentele (1998), S. 127.

²²¹ Vgl. Pfetsch/Dahlke (1998), S. 145-147.

²²² Kamps (2007), S. 100.

²²³ Plasser, Fritz/Hüffel, Clemens/Lengauer, Günther: Politische Öffentlichkeitsarbeit in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hrsg.) (2004): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. Schriftenreihe des Zentrums für Angewandte Politikforschung, Band 29. Wien: WUV. S. 310.

Medienlogik.²²⁴ Die Entwicklung ging dabei also von einer organisationszentrierten Parteikommunikation zu einer medienzentrierten über, die Erweiterung um die Außenkommunikation erforderte einen größeren Mitarbeiterstab an Pressesprechern und PR-Spezialisten. „Waren Parteizentralen unter traditionellen Wettbewerbsbedingungen organisationspolitische Mobilisierungsplattformen, präsentieren sie sich mittlerweile als *virtuelle* Redaktionsräume“²²⁵.

Schwierigkeiten in der Öffentlichkeitsarbeit entstehen bei unterschiedlichen Zuständigkeitsbereichen und damit einhergehend divergenten Schwerpunkten und Zielen von Parteien, Regierungsmitgliedern, Ressorts und Presse-Leuten, politische PR steht also einerseits stets im Wettbewerb mit jener des Opponenten, andererseits ist sie aber auch „in Konkurrenz mit innerparteilichen PR-Vorhaben“²²⁶. So entscheiden Regierungsmitglieder bspw. nach einem Auftrag der Parteispitze zur Kommunikation eines Themas oder einer Meinung selbst und in Anbetracht der zu erwartenden Reaktion darauf aus dem Publikum, auf welche Weise, in welcher Intensität sie diese Botschaft übermitteln. Bei für den Politiker selbst wichtigen Punkten ist mit einer Wortmeldung zu rechnen, bei weniger zur Profilierung geeigneten Themen wird oftmals eine Presseaussendung der Presse-Abteilung ausreichen. Hinsichtlich der PR-Experten können sich die österreichischen Regierungsmitglieder nicht nur auf ihre persönlichen Mitarbeiter verlassen, sondern auch auf die Beratungsleistungen von PR-Agenturen, sowie auf die Ressourcen der Ressort-spezifischen Öffentlichkeitsarbeit – eine Möglichkeit, die besonders bei Koalitionsregierungen zu erheblichen Schwierigkeiten führen kann.²²⁷

Wie insgesamt auch verstehen sich die politischen PR-Mitarbeiter in Österreich als „Brücke zwischen Politik und Journalismus“, empfinden eine „Dienstleistungs- und Sprachrohrfunktion“²²⁸ gegenüber ihren Arbeitgebern. Ihr Rollenverständnis wird auch daraus deutlich, dass sie ihre wichtigsten Aufgaben als medienzentrierte, nicht als politische Ziele definieren.²²⁹

Interessante Ergebnisse lieferten Umfragen unter PR-Leuten und Innenpolitik-Journalisten in Österreich, welche nach der aktuellen Situation, Vor- und Nachteilen der politischen Öffentlichkeitsarbeit im Land fragten. So schätzen österreichische Pressesprecher die

²²⁴ Vgl. Plasser, Fritz/ Ulram, Peter A.: Parteienwettbewerb in der Mediendemokratie. In: Plasser (2004). S. 390-391.

²²⁵ Plasser/ Hüffel/ Lengauer (2004). S. 310-311.

²²⁶ *Ebenda*. S. 318.

²²⁷ Vgl. *Ebenda*. S. 318-321.

²²⁸ *Ebenda*. S. 325.

²²⁹ Vgl. *Ebenda*. S. 327.

Entwicklung der PR als durchaus qualitativ ein, die Auftritte von Spitzenpolitikern als Interviewpartner in den Medien beurteilen sie aber als „mangelhaft und unprofessionell“²³⁰ – in erster Linie wegen oft verweigerter Interviews oder Aussagen, wegen ausweichender Antworten und ihrer Reizbarkeit bei kritischen Fragen.

2.3.3.3. Parlaments- und Regierungskommunikation

Regierungskommunikation heute meint zwei Aspekte, denen sich die politischen Akteure in ihrer Arbeit widmen müssen. Erstens versteht Tenscher darunter die Kommunikationsleistungen von Regierungsvertretern und anderen Politikern wie nicht-politischen Akteuren, die im Vorfeld einer Entscheidung absolviert werden, der Politikherstellung dienen und überwiegend nicht-öffentlich stattfinden. Zweitens nennt er die nach außen gerichtete Regierungskommunikation, also den Austausch von Regierungspolitikern und Öffentlichkeit, den Bürgern bzw. den Wählern. Gerade diese Ebene der Regierungskommunikation wird über Massenmedien vermittelt, muss sich zunehmend an deren Logiken orientieren, ein Übergang zur Mediendemokratie ist hier erkennbar.²³¹ In jedem Fall ist Regierungskommunikation ein „Unterfall der politischen Kommunikation“.²³²

Regierungskommunikation beschreibt Vogel²³³ als relativ neues Phänomen, das sich ab den 1950er Jahren in Europa etabliert hat, erst in den letzten Jahren begann damit der Druck der Medien auf die Politik zu kommunizieren, davor hatten Parteien und Regierungspolitiker eine stärkere Position inne, die Öffentlichkeit wurde mit der Entscheidungsfindung häufig nicht vertraut gemacht. In ihrer publizierten Dissertation legt Vogel die Veränderungen der Regierungskommunikation im Zeitverlauf sowie die Gründe dafür offen, neben allgemeinen Erläuterungen legt sie den Fokus auf die Regierungskommunikation in Großbritannien, Deutschland und der Schweiz. Die Kommunikation von Regierungspolitikern ist ein „wichtige[r] Beitrag für jedes demokratische Gemeinwesen“, ihr kommt „legitimitätskonstitutive Bedeutung“²³⁴ zu, jedoch muss sie im Spannungsfeld zwischen Information für und Persuasion der Bürger ihren legitimen Weg finden. Hinsichtlich der Zusammenarbeit mit Medien und der oft unterstellten Medialisierung, entwickelte Vogel ein

²³⁰ Plasser/ Hüffel/ Lengauer (2004). S. 334.

²³¹ Vgl. Tenscher, Jens (b): Verkünder – Vermittler – Vertrauensperson. Regierungssprecher im Wandel der Zeit. In: Schatz/ Rössler/ Nieland (Hrsg.) (2002). S. 247-249.

²³² Bergsdorf (2002). S. 271.

²³³ Vgl. Vogel (2004).

²³⁴ Ebenda. S. 15.

Kategorienschema, anhand dessen sie zwar einräumte, dass eine Medialisierung stattfindet, dass Regierungen den Medien aber nicht hilflos ausgeliefert sind, sondern dass beide wechselseitig voneinander profitieren. Allein die wachsende Macht der Medien als Grund für die zunehmende Bedeutung von Regierungskommunikation heranzuziehen, greift zu kurz. Sehr wohl müsse aber die Anpassung der Regierungskommunikation an die Medienlogik dahingehend beobachtet werden, alsdass durch die nötige Komplexitätsreduktion manche Inhalte zu „vereinfacht, verkürzt, personalisiert und dramatisiert“²³⁵ dargestellt würden, ein Problem für die Legitimitätsstiftung einer Information entstehen könnte. Diese ist hingegen gegeben, werden „Transparenz, Wahrheit oder Verhältnismäßigkeit“²³⁶ erfüllt.

Ähnlich der Parlamentskommunikation, wie sie Sarcinelli definiert, kann auch die Regierungskommunikation im Zuge dieser Arbeit gesehen werden. „Im Kern geht es bei der Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente nicht um die Aufwertung des Parlamentsimages, (...). Anliegen ist vielmehr die Verbesserung des Verhältnisses zwischen den Parlamenten als demokratischen Schlüsselinstitutionen auf der einen und Bürgerinnen und Bürgern auf der anderen Seite.“²³⁷ Die Intention der Parlamente hinter ihrer Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Anspruch der Wissenschaft an ebendiese ist keinesfalls ein wertfreier; vielmehr werde die Arbeit getan, um das Grundvertrauen der Bevölkerung in die parlamentarische Demokratie wie deren Institutionen zu stärken. Dazu müssen innerhalb der Öffentlichkeitsarbeit mehrere, durchaus divergente Angebote zur Verfügung gestellt werden, um auch der Verschiedenheit des Publikums gerecht zu werden. Die angewandten Methoden zur Vermittlung sind keineswegs vorgeschrieben, sondern befinden sich ständig in Weiterentwicklung und sollen die Nachfrage nach kurzen, prägnanten Informationen ebenso stillen wie jene nach anspruchsvollen, inhaltlichen und didaktischen Programmen – „eine adressatengerechte ‚Zumutung‘ parlamentarischer Wirklichkeit“²³⁸ ist das Ziel.²³⁹ Dabei streben Parlamente wie Regierungen zwar in erster Linie nach einer möglichst großen Reichweite für ihre Aussendungen, setzen auf Multiplikatorenwirkung und damit auf eine Weitergabe durch die Massenmedien, integriert in ein umfassenden Kommunikationskonzept müssen aber auch die direkten Kontakte mit Bürgern, beispielsweise als Besucher im Parlament, sein.²⁴⁰ Denn einzig Presseverlautbarungen reichen nicht mehr aus, um Wähler zu fesseln. Diese müssen

²³⁵ Vogel (2004). S. 180.

²³⁶ Ebenda. S. 181.

²³⁷ Sarcinelli (1994a). Vorwort. S.10.

²³⁸ Ebenda. S. 12.

²³⁹ Vgl. Ebenda. S. 9-13.

²⁴⁰ Vgl. Sarcinelli (1994 b). S. 27.

vielmehr wieder persönlich angesprochen werden, in einem Meinungsbildungsprozess begleitet werden.²⁴¹

Strategische Kommunikationsleistungen erhöhen also auch die Akzeptanz für politische Entscheidungen wie für Institutionen selbst seitens der Bürger. Wesentlich dabei: Politiker sollten stets schon vor den Entscheidungen Verständnis für die jeweilige Veränderung in der Bevölkerung aufbauen; dazu wird ein Dialog mit der entsprechenden Zielgruppe relevant sein – vor allem, wenn die passenden und effektivsten Kommunikationsmittel eingesetzt werden.²⁴² Seitens der Autorin wird vermutet, dass die Vorbereitung der Bevölkerung durch österreichische Regierungspolitiker hinsichtlich auf EU-Ebene zu fällender Entscheidungen nur marginal ist, die Kommunikation also unvollständig und eine Identifikation nur schwer einzuleiten ist. Aufschluss über diese These soll es nach empirischen Erkenntnissen im Ergebnisteil geben.

Prinzipiell unterscheiden kann man die Öffentlichkeitsarbeit von Parlamenten auf zwei Ebenen: Die erste Rolle spielen dabei die einzelnen Fraktionen, die für den politischen Wettbewerb um Aufmerksamkeit buhlen. Die zweite Rolle nehmen Büros bzw. Referate innerhalb der Parlamente ein, die gesamtparlamentarische Informationsangebote zur Verfügung stellen. Eine weniger wichtige Rolle nehmen die einzelnen Abgeordneten ein.²⁴³ Bei Czerwick fungieren diese beiden Ebenen unter den Begriffen parlamentarisch-politische Öffentlichkeitsarbeit und parlamentarisch-amtliche Öffentlichkeitsarbeit, welche vor allem parlamentarische Grundsätze durch Pressearbeit wie den Besucherdienst widerzugeben versucht.²⁴⁴

Hinsichtlich der Regierungskommunikation in Österreich kann die Teilung der Öffentlichkeitsarbeit nach Kommunikatoren beibehalten werden, die einzelnen Regierungsmitglieder nehmen aber eine wesentlich prominentere Rolle im Kommunikationsprozess ein, weshalb ihnen im Zuge dieser Arbeit eine gleichberechtigte dritte Rolle in der Öffentlichkeitsarbeit zugeschrieben werden soll.

Eine Zweiteilung der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung kann man aber auch nach Bergsdorf vornehmen, der darunter prinzipiell den „Beziehungsaufbau zwischen dem

²⁴¹ Vgl. *Leipziger* (1994). S. 142-143.

²⁴² Vgl. *Ebenda*. S. 138.

²⁴³ Vgl. *Sarcinelli* (1994 b).S. 29.

²⁴⁴ *Czerwick* (1998). S. 258-262.

Auftraggeber bzw. Kommunikator einerseits und dem Adressaten andererseits²⁴⁵ sieht, und in Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit unterscheidet. Unter Informationspolitik versteht er die Unterrichtung der Öffentlichkeit über tagesaktuelle Entscheidungen, Verhandlungen oder Absichten, im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit sieht er die Gesamtdarstellung eines Politikbereichs, unabhängig von Aktualität. „Die Mosaiksteine der Informationspolitik werden in der Öffentlichkeitsarbeit zu einem Gesamtbild der Politik zusammengefügt.“²⁴⁶ Diese Unterscheidung wird von öffentlichen Verwaltungen gern aufgegriffen, die ihre aktuelle Pressearbeit mit der Zielgruppe Medienakteure um eine längerfristig angelegte Öffentlichkeitsarbeit erweitern, mit der sie um andere, teils speziellere Publika werben – mit vielfältigen Instrumentarien, wie Broschüren oder Besucherführungen.²⁴⁷

Damit müssen sich Politiker, Parlamente und Regierungen gleichermaßen mit neuen Herausforderungen auseinandersetzen. Einerseits müssen sie aufgrund wachsender Politikverdrossenheit um die Aufmerksamkeit ihrer Adressaten, der Wähler fürchten. Andererseits haben sie auch als Institution „ihre legitimatorische Exklusivität (...) weitgehend verloren“²⁴⁸, was sich auch auf ihren kommunikationspolitischen Einfluss auswirkt. Denn um die Aufmerksamkeit der Medien zu bekommen, müssen Informationen den Nachrichtenfaktoren entsprechen, um überhaupt „die Medienbarrieren zu überspringen“ – die Außergewöhnlichkeit der Meldung erleichtert die Durchsetzung gegenüber anderen politischen oder gesellschaftlichen Einrichtungen und deren kommunikativen Anliegen, ist aber angesichts komplexer Entscheidungsvorgänge im Parlament, in der Regierung oder gar in der Europäischen Union äußerst schwer herzustellen.²⁴⁹ Eine Sonderstellung hat die Regierung dennoch beibehalten, so ist ihr Wettbewerbsvorteil um die Medien-Präsenz gegenüber anderen politischen Akteuren unbestritten.²⁵⁰ Auch daraus ergibt sich die Anforderung an nationale Regierungen, die Öffentlichkeitsarbeit über EU-Politiken von deren eigenen Institutionen zu übernehmen. Wiederum problematisch dabei: Die Schwierigkeit „die außenpolitische und ökonomische Erfolgsbilanz“²⁵¹ in den Medien zu platzieren.

²⁴⁵ Bentele (1998). S. 127.

²⁴⁶ Bergsdorf (2002). S. 275.

²⁴⁷ Vgl. Bentele (1998). S. 126-127.

²⁴⁸ Sarcinelli (1994 b). S. 25.

²⁴⁹ Vgl. Ebenda. S. 25-27.

²⁵⁰ Vgl. Pfetsch (1998). S. 241.

²⁵¹ Ebenda. S. 242.

Ein moderner Ansatz geht anlässlich dieser Herausforderung soweit, die politische Öffentlichkeitsarbeit noch einen Schritt näher zum wirtschaftlichen Unternehmensmarketing zu bringen, nämlich in dem Kamps beispielsweise die Frage aufwirft: „Regierung als Marke?“²⁵² Eine Marke ist in den Köpfen der Zielgruppe gut verankert, grenzt sich als unverwechselbares Bedeutungsbild von Mitwerbern ab und erzeugt Vertrauen – wesentlich auch für die Politik. Auf die Praxis des politischen Alltags umgelegt, könnte eine Polit-Marke komplexe Sachverhalte leichter zugänglich machen, indem eine Wiedererkennung mit der Marke und dieser entsprechend mit Werten, Normen, Produkten, Handlungen, etc. ermöglicht wird. Durch die Marke wird ein konkretes Versprechen an die Wähler gemacht, an diesem gilt es sich seitens der politischen Akteure zu orientieren, um Ungereimtheiten und schließlich die Beschädigung der Marke zu vermeiden. Wesentlich für eine politische Marke wäre auch dahingehend eine gute Balance zwischen Kunden-Orientierung und selbstständiger Verkaufsorientierung.²⁵³

Zusammengefasst: Regierungskommunikation erfüllt zwei grundlegende Kategorien demokratischer Herrschaft: Responsivität gegenüber Bürgeransprüchen und Legitimation. Die Ziele ebendieser Kommunikation sind daher Beobachtung und Beeinflussung öffentlicher Meinung – auch als Voraussetzung für darauffolgendes politisches Handeln bzw. als Maßnahme, um für Entscheidungen um Zustimmung zu kämpfen. Regierungskommunikation wird aber ebenso zur internen Vermittlung und Abstimmung verwendet. Bei der Zusammenarbeit der Regierung mit den Medien, ergibt sich für die Politik einerseits der Wunsch, dass die Themen sowie die Berichterstattung im wesentlichen mit den Interessen beider Institutionen übereinstimmen; andererseits ist es ein virulentes Interesse der politischen Akteure, dass die in den Medien positiv zu rezipierenden Artikel über ihre Arbeit im Vordergrund stehen.²⁵⁴

2.3.4. Akteure der politischen Öffentlichkeitsarbeit

Zu den Hauptakteuren politischer Öffentlichkeitsarbeit zählen Politiker und ihre Institutionen, politische PR-Kommunikatoren, Medienakteure und das Publikum; daneben beteiligen sich aber auch noch Akteure der Zivilgesellschaft, der Interessensverbände sowie wissenschaftliche Experten an politischer Kommunikation. Wie aus dieser Aufzählung schon

²⁵² Kamps (2007). S. 368.

²⁵³ Vgl. *Ebenda*. S. 366-371.

²⁵⁴ Vgl. Pfetsch (1998). S. 238-240.

deutlich wird, kommen sowohl Einzelakteure als auch Organisationen für die Öffentlichkeitsarbeit in Frage. Die Öffentlichkeitsarbeit wird in der Gründungsphase von Organisationen zuerst von Einzelpersonen ausgeübt, bzw. führen politische Akteure diese Kommunikationstätigkeit zuerst nebenbei aus – so war es durchaus üblich, dass Parteimitglieder die Kommunikationstätigkeit ursprünglich freiwillig, also unentgeltlich ausgeübt haben. Erst durch den Prozess der *Professionalisierung* organisiert sich die Public Relations, und dazu berufene Abteilungen entstehen.²⁵⁵ Diese Professionalisierung kann nun aber auf unterschiedlichen Ebenen konstatiert werden, zuerst meint sie eine Externalisierung, also im Fall politischer Parteien, wenn die Öffentlichkeitsarbeit an spezialisierte Agenturen weitergeleitet wird, die für ihre Tätigkeit auch ein Honorar nehmen. Einher mit dieser Tendenz geht auch eine Kommerzialisierung, eben dadurch, dass für Kommunikationsleistungen bezahlt werden muss, es handelt sich dabei nunmehr um eine bezahlte Dienstleistung. Ein dritter Aspekt der Professionalisierung meint schließlich die Spezialisierung, die sowohl die Ausbildung und Herausbildung von professionellen Medienberatern meint, also auch die Spezialisierung der PR-Mitarbeiter innerhalb der Partei bzw. der politischen Einrichtung.²⁵⁶ Die Spezialisten in diesem Bereich nennt Tenscher „Politikvermittlungsexperten“, speziell jene der Bundesregierungen sind mit einem Plus an Aufmerksamkeit und Prominenz gekennzeichnet.²⁵⁷ Die Rollen von Regierungssprechern können je nach Selbstverständnis und eingeräumten Handlungsspielräumen divergent sein. So unterscheidet man in der Literatur die Rolle des Sprachrohrs, des Erklärers der Regierungspolitik, der Vertrauensperson des Kanzlers, des Mediators, des Hörrohrs.²⁵⁸

Gerade in den letzten Jahren haben sich auch die PR-Abteilungen politischer Einrichtungen vergrößert und stärker strukturiert, nichtsdestotrotz weisen sie im Vergleich zu anderen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit, z. B. in der Wirtschaft noch einen relativ geringen Organisationsgrad auf, fehlt es ihnen doch häufig an langfristigen Konzepten ihrer Kommunikationsleistungen.²⁵⁹

Bentele schlägt die Unterscheidung in *funktionale* PR von Einzelakteuren und in *organisierte* PR durch Abteilungen oder Teilorganisationen vor. Die Medienlogik bietet für Politiker dahingehend eine Herausforderung: Denn während der immer stärkere Selektionsprozess für politische Aussagen eine Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit

²⁵⁵ Vgl. Bentele (1998), S. 135 und Donges (2008), S. 98.

²⁵⁶ Vgl. Donges (2008), S. 97-100.

²⁵⁷ Vgl. Tenscher (2002 b), S. 246.

²⁵⁸ Vgl. Ebenda, S. 253.

²⁵⁹ Vgl. Tenscher (1998), S. 188-189.

politischer Akteure, einhergehend also mit einer organisierten PR nahe legen würde, fragen Medienmacher und Publikum verstärkt nach direkt getätigten Aussagen der Politiker, also der unmittelbar Verantwortlichen. Politiker sollten ihre Selbstdarstellung also professionell beherrschen, als „Kommunikationsmanager in eigener Sache“ auftreten. Wann diese Auftritte wirklich notwendig sind und wann eine Aussendung durch die zuständige Presseabteilung bzw. den Vertreter ausreichen, hängt in erster Linie von der Relevanz des politischen Themas ab.²⁶⁰ Die Relevanz des Absenders einer Botschaft ist umgekehrt aber auch ein Faktor für Journalisten im Sinne der Nachrichtenlogik, denn „[j]e höher der Status, desto größer erscheint die Bedeutsamkeit der Mitteilung, desto eher wird sie öffentlicher Aufmerksamkeit teilhaftig.“²⁶¹ Botschaften der Regierungschefs werden demnach öfter und intensiver gehört als jene von anderen Abgeordneten. Vorliegende Forschungsarbeit konzentriert sich deshalb auf Meinungsäußerungen der Bundesregierung, im Besonderen von Kanzler und Vizekanzler bzw. angesichts des EU-Themas des (dafür zuständigen) Außenministers.

Nicht unerwähnt bleiben, dürfen hier aber auch die Medien als Akteure. Gerade bei politischer Öffentlichkeitsarbeit nimmt das Fernsehen eine große Rolle ein, gilt nach wie vor als Leitmedium, über das politische Akteure primär kommunizieren. Dies ergibt sich aus mehreren Gründen: Das Fernsehen bietet politischen Akteuren auf einen Schlag das größte Publikum und die größte Glaubwürdigkeit im Vergleich zu anderen Medien. Ebenso Objektivität und Vollständigkeit werden seitens des Publikums am ehesten dem Fernsehen zugeschrieben. Dies ist auf den visuellen Darstellungszwang dieses Mediums zurückzuführen. So schenken Rezipienten der gezeigten Wirklichkeit des Fernsehens den größten Glauben, weil „sie es doch selbst gesehen haben“, andererseits spielt diese Tatsache auch den politischen Akteuren in die Hände, die sich in diesem Medium ja förmlich darstellen müssen.²⁶²

2.3.5. Instrumente der politischen Öffentlichkeitsarbeit

Um sich für die richtige Zusammenstellung der Instrumente der politischen Öffentlichkeitsarbeit entscheiden zu können, ist es zuerst notwendig, die allgemeinere Frage zu beantworten, welcher Stil überhaupt eingeschlagen werden soll. So kann man unterscheiden zwischen *spontanen* Aktionen, die einmalig auf eine wahrgenommene

²⁶⁰ Vgl. Bentele (1998). S. 136.

²⁶¹ Bergsdorf (2002). S. 272.

²⁶² Vgl. Tenscher (1998). S. 186-187.

Nachfrage reagieren, *routinisierten* Schritten, wo regelmäßige Termine, Aussendungen passieren und *strategischer* Planung, die auf eine längerfristige Kampagne abzielt.²⁶³

Letztere bildet bei der Öffentlichkeitsarbeit politischer Akteure noch die Ausnahme, die momentan großteils kurzfristige und taktische Ziele verfolgt, Medien mit Informationen ködet, um an der Themensetzung der Berichterstattung mitwirken zu können.²⁶⁴

Je nachdem für welchen Stil man sich entscheidet bzw. aufgrund fehlender Strukturen entscheiden muss, kann man aus folgenden Instrumenten-Körben wählen:

- *Direkte Formen der Kommunikation*, also Gespräche oder Vorträge werden mit dem Adressat Bevölkerung genauso abgehalten wie bei der Konfliktlösung innerhalb des Parlaments oder im Zuge von Lobbying.
- Zudem entwickelten Kommunikationsexperten spezielle *Instrumente für die Medienarbeit*, um bei der Themensetzung mitwirken zu können. Dazu zählen Presseinformationen und –Meldungen, Pressekonferenzen, Statements, Interviews.
- Direkt von den Öffentlichkeitsarbeitern publiziert werden eigene *PR-Medien*, die bestimmte Teilöffentlichkeiten explizit erreichen sollen. Dabei werden die gewünschten Inhalte oder Präsentationen im Zuge von Broschüren, Briefen, Plakaten, Berichten, Zeitschriften oder newsletters -um nur einige zu nennen-, für das jeweilige Publikum veröffentlicht.
- Spezialisierte PR-Verfahren nutzen Experten, um die Medienöffentlichkeit zu gewinnen, Nachrichtenbarrieren somit zu überspringen. Beispiele wären Pressegespräche, Präsentationen und Events, die großteils ohne die Hoffnung auf Anwesenheit von Medienakteuren gar nicht veranstaltet würden.²⁶⁵

Die Wahl des entsprechenden Instruments für die politische PR richtet sich in erster Linie nach dem Zielpublikum der kommunikativen Aktion. So unterscheidet Kamps die Aufgabenfelder *Internal Relations*, also die organisationsinterne Kommunikation; *Media Relations*, die Beziehungspflege zu den Medien; *Community Relations*, die Kommunikation mit relevanten Einrichtungen im eigenen Umfeld; *Issue Management*, welches die eigene Rolle bei Thematisierung und De-Themeatisierung in den Medien untersucht; *Personality Public Relations*, die Imagepflege des Führungspersonals; *Lobbying*, die Einflussnahme durch Verbände und Interessensgemeinschaften; *Public Affairs*, die Einflussnahme durch

²⁶³ Vgl. Bentele (1998). S. 140.

²⁶⁴ Vgl. Ebenda. S. 189.

²⁶⁵ Vgl. Ebenda. S. 140.

Wirtschaftsunternehmen und *Crisis Management*, wo Verfahren für potentiell negative Thematisierungsprozesse entwickelt werden.²⁶⁶

2.3.6. Funktionen der politischen Öffentlichkeitsarbeit

Aus wissenschaftlicher Perspektive erscheint die Einordnung der Funktionen politischer Öffentlichkeitsarbeit nach drei verschiedenen Ebenen sinnvoll. Auf der *makrogesellschaftlichen* Ebene stehen die gesamtgesellschaftlichen Funktionen des Teilsystems PR unter Beobachtung, die Aufgabe der politischen Öffentlichkeitsarbeit dahingehend ist die Herstellung von Öffentlichkeit. Diese Aufgabe teilt sich die PR mit den Medien, gemeinsam gehen die beiden Teilsysteme dafür eine Symbiose ein, die jedoch von „begrenzten Zuverlässigkeiten und Loyalitäten“²⁶⁷ geprägt ist. Als Anforderung für politische PR mit dem Ziel der Öffentlichkeitsherstellung werden aber normative Schlagworte wie Offenheit, Objektivität, Sachkenntnis, Konsistenz, auch Transparenz formuliert. Auf *mesogesellschaftlicher* Ebene stehen die Beziehungen des PR-Teilsystems zu anderen gesellschaftlichen Teilsystemen im Fokus, ihre Funktion in diesem Verständnis ist die Schaffung gesellschaftlicher Verständigung und eines gesellschaftlichen Konsenses. Nach den Aufgaben und Funktionen der politischen Öffentlichkeitsarbeit innerhalb einzelner Organisationen wird auf der *mikrogesellschaftlichen* Ebene gefragt.²⁶⁸

2.3.7. Probleme bei der politischen Öffentlichkeitsarbeit

Wie oben schon erwähnt, sind Regierungen mit diversen Herausforderungen konfrontiert, wollen sie ihre Botschaften massenmedial vermitteln und folglich Verständnis und Zustimmung von den Bürgern ernten. Diese Herausforderungen, die gerade auf die schwierige Beziehung der Kommunikatoren zu ihrem Publikum, also dem Wahlvolk gründen, sollen kurz dargestellt werden.

Über gegenseitige Erwartungen und Enttäuschungen im Zusammenwirken von Abgeordneten, Parlamenten und Bürgern schreibt Patzelt, skizziert dabei wesentliche Annahmen, die die Schwierigkeit der Informationsvermittlung verdeutlichen. So unterstellt er einen massiven Informationsmangel der Bürger, der weiterführt zu falschen Erwartungen an die Politiker und damit oftmals Gefahr läuft, nur klischeehafte Einschätzungen von Politikern wie Institutionen abgeben zu können. Klischeehaft auch deshalb, weil die wenigsten

²⁶⁶ Vgl. Kamps (2007). S. 105.

²⁶⁷ Pfetsch (1998). S. 233.

²⁶⁸ Vgl. Bentele (1998). S. 142-143, 145.

Enttäuschungen auf nicht erfüllte inhaltliche Erwartungen zurückgeführt werden können, sondern sich vielmehr als nicht näher erklärbarer Unmut aufschlüsseln lassen.

Die zunehmend schwierige Beziehung von politischen Akteuren und Medien behandelt Jarren in seinem Beitrag. Politiker können sich ihrer privilegierten Stellung für die Berichterstattung der Medien nicht mehr sicher sein, kämpfen gemeinsam mit zahlreichen anderen – teils auch sehr kleinen – Kommunikatoren um öffentliche Aufmerksamkeit. Medien geben ihren Konkurrenzkampf mit anderen Formaten quasi an die politischen Einrichtungen weiter, beide müssen sich dem Trend der Modernisierung und Globalisierung bewusst sein. Nicht mehr der Absender bestimmt die Berichterstattung, sondern die zu erwartende Reaktion der Empfänger ist für eine Nachricht ausschlaggebend. Die Adressaten politischer Botschaften sind immer schwerer zu erreichen, Aufmerksamkeit ist prinzipiell ein sehr knappes Gut.²⁶⁹

Gefahren für die gesellschaftliche Integration durch den Zuwachs an Medienangeboten sieht Winfried Schulz. Er fürchtet durch das große Angebot an speziellen Medien eine Segmentierung des Publikums, welches sich in ihren eigenen Informations- und Kommunikationskreisen abschottet und nur mehr Teilforen des Publikums bildet. Die gesamtgesellschaftliche Verständigung, eine soziale Integration – die Volkswillensbildung, wie sie Czerwick nennt – würde erschwert bzw. ginge überhaupt verloren.²⁷⁰

2.3.8. Anleitung für politische Öffentlichkeitsarbeit

Sarcinelli arbeitete neun Thesen zur Politikvermittlung im Wege parlamentarischer Öffentlichkeitsarbeit heraus²⁷¹, die auch als Anleitung für eine funktionierende Regierungskommunikation definiert werden können. So müssen sich Regierungen hinsichtlich ihrer Öffentlichkeitsarbeit darüber bewusst sein, dass ihre Arbeit komplex ist, für eine (mediale) Vermittlung vereinfacht und zugespitzt dargestellt werden muss. Nichtsdestotrotz sollte versucht werden, den politischen Alltag – wegen fehlender Kenntnisse in der Bevölkerung, gerade der EU-Institutionen – zu zeigen, um komplexe, möglicherweise langwierige Entscheidungsprozesse auch transparent und fassbar zu machen. Dazu ist es notwendig, verschiedene Wahrnehmungsmuster von Menschen bzw. deren Interessen zu

²⁶⁹ Vgl. Jarren (1998). S. 92-93.

²⁷⁰ Vgl. Ebenda. S. 91.

²⁷¹ Vgl. Sarcinelli (1994 b). S. 30-33.

erkennen, darauf aufbauend spezielle Angebote zu schaffen, um auch mit Phantasie und Mut zu Neuem die Adressaten von ihrer jeweiligen Position abzuholen. Besonders gelingen könnte dies auch, indem die Konsequenzen einer bestimmten Entscheidung für den Durchschnittsbürger in den Blick genommen werden, so könnte eine subjektive Betroffenheit hervorgerufen werden.

Abschließend noch zwei Anmerkungen von Leipziger zu einer guten, politischen Kommunikationsleistung: „Der Politiker muß (sic!) ganz einfach Identität zeigen.“ Und „Der Streit vor der Kamera führt zu nichts, schon gar nicht zu Vertrauen bei der Bevölkerung.“²⁷²

2.3.9. Zusammenführung

Um die empirischen Feststellungen während der umfassenden Feldphase richtig in einen theoretischen Ansatz von Regierungskommunikation und Public Relations einordnen bzw. das Beobachtete damit vergleichen zu können, war das Kapitel 2.3. mit allen Unterkapiteln der Ausgestaltung politischer Kommunikation, speziell politischer Öffentlichkeit – auch in Abgrenzung zu anderen Kommunikationsformen – gewidmet.

Als theoretische Herangehensweise an den viel verwendeten und interpretierten Begriff der politischen Kommunikation wird im Zuge dieser Arbeit Sarcinellis Verständnis von „Politikvermittlung“²⁷³ genommen, der darunter sämtliche öffentlich-politische Kommunikationstätigkeiten zwischen Herrschenden und Beherrschten versteht, stets unter dem Aspekt der Elitendominanz. Die Rolle der Massenmedien bleibt dabei – ebenso wie in vorliegender Arbeit – marginal, diese nehmen lediglich eine Vermittlerrolle zwischen Politik und Bevölkerung an, werden hier nicht als autarke Akteure angesehen, von der Forschung ausgeblendet. Ausgeblendet wird ebenso jener Teil von politischer Kommunikation, der sich nur thematisch – nicht durch die handelnden Akteure – zu Politik zuordnen lässt.

Neben Sarcinellis Begriff der Politikvermittlung, trifft auch Kamps Begriff des „politischen Kommunikationsmanagements“ die Forschungsabsichten vorliegender Arbeit, meint er doch damit Kommunikationsstrategien und deren Umsetzung durch politische Akteure, mit dem „Ziel, eigene Positionen und Interessen allgemein verbindlich durchzusetzen“.²⁷⁴

²⁷² Leipziger (1994). S. 144.

²⁷³ Vgl. Sarcinelli (1998). S. 11.

²⁷⁴ Kamps (2007). S. 25.

Um die Kommunikationsleistungen von politischen Akteuren unterscheiden zu können, fertigte Bentele ²⁷⁵ ein Organigramm der verschiedenen Unterpunkte politischer Kommunikation an. Dabei differenziert er zwischen politischer Werbung, politischer Öffentlichkeitsarbeit, politischer Berichterstattung und direkter Kommunikation. Diese verschiedenen Möglichkeiten sowie deren strikte Abgrenzung voneinander ist für die Analyse der empirischen Daten zur Regierungskommunikation über EU-Themen in Österreich unerlässlich.

Politische Öffentlichkeitsarbeit im Speziellen steht im Mittelpunkt dieser Arbeit, ihre Charakteristika, Akteure, Instrumente und Funktionen wurden entsprechend genau dokumentiert. Prinzipiell versteht man unter Public Relations „Selbstdarstellung durch Information“²⁷⁶, Politikern und Parteien muss dabei stets ein Machtkalkül unterstellt werden. Wesentlich dabei ist, dass politische PR nicht nur eine möglichst effiziente Strategie zur Verbreitung von Parteiprogrammen oder Themen meint, sondern auch Analysen und Erfolgskontrollen beinhaltet.²⁷⁷

Genauer führt dies Tenscher aus, der zwischen einer Regierungskommunikation im Vorfeld politischer Entscheidungsfindungen – häufig nicht-öffentlich – und jener nach außen gerichteten Kommunikation zur Information für die Bürger unterscheidet. Essentiell dahingehend sowie für die hier erforschte EU-Kommunikation ist Leipzigers²⁷⁸ Überlegung, strategische politische Kommunikation auch im Vorfeld vor Entscheidungen öffentlich anzuwenden, um so Verständnis und dadurch Akzeptanz bei den Bürgern zu lukrieren.

Kurz angemerkt sei hier nur nochmals, dass Politiker in ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung – fast ausschließlich – auf die Mittlerleistung der Massenmedien angewiesen sind, diese Achse soll im Zuge dieser Arbeit aber keine herausgestellte Rolle spielen.

²⁷⁵ Vgl. Bentele (1998). S. 131.

²⁷⁶ Sarcinelli (1998b). S. 28.

²⁷⁷ Vgl. Bentele (1998). S. 127.

²⁷⁸ Vgl. Leipziger (1994). S. 138.

3. EMPIRIETEIL

3.1. Forschungsfragen, Hypothesen, Operationalisierungen

FF1: Wie gestaltet sich die Regierungskommunikation über EU-Themen in Österreich seit dem Beitritt zur Union in Anbetracht des Wandels zur Mediendemokratie?

H1: Angesichts der Mediendemokratie hat sich die Regierungskommunikation über EU-Themen aus organisatorischer Sichtweise professionalisiert.

Operationalisierung Professionalisierung:

1. Eigene EU-Presse-/ Medien-Abteilungen haben sich gebildet;
2. Eigene EU-Sprecher sind explizit als Ansprechpartner ausgeschrieben;
3. Diese Sprecher bzw. andere Mitarbeiter aus dem PR-Bereich stehen Regierungsmitgliedern als Experten zur Verfügung, übernehmen dahingehend Aufgaben.

H2: Eine Externalisierung der PR-Leistungen über EU-Themen angesichts der Mediendemokratie hat in Österreich noch nicht stattgefunden.

Operationalisierung Externalisierung:

Kommunikations-/ PR-Agenturen übernehmen die Kommunikation als externer, angeworbener Experte anstelle von partei- oder institutionsinternen Abteilungen.

H3: Die Quantität der EU-zentrierten Kommunikationsleistungen hat seit dem Beitritt Österreichs im Jahr 1995 insgesamt stetig zugenommen.

H4: Inhaltlich wird bei der Regierungskommunikation der beiden letzten Untersuchungszeitpunkte mehr Wert gelegt auf eine Personalisierung, die 1995 noch nicht in diesem Ausmaß zu belegen war.

Operationalisierung Personalisierung:

1. Kanzler oder Vizekanzler, auch andere Bundesminister agieren als Hauptakteure, die eigene Person und ihre Verdienste in eigener Sache werden hervorgehoben.
2. In der Kommunikation ebendieser Hauptakteure dominieren weniger sachliche Inhalte als die eigene Selbstdarstellung, Fragen nach konkreten Inhalten werden öfter umgangen.
3. Bundesminister insgesamt, bzw. Kanzler und Vizekanzler der Koalition im Besonderen zeigen keinen Konsens, treten nicht gemeinsam auf, um Entscheidungen zu präsentieren, sondern setzen auf den Chefsachen-Mythos, d. h. Kanzler und Vizekanzler versuchen eine Entscheidung zu ihren eigenen Gunsten zu vermarkten (bzw. zu verschweigen).

H5: Inhaltlich nimmt die Ausrichtung der EU-zentrierten Regierungskommunikation zunehmend eine weniger euphorische, weniger positive Tendenz an als noch 1995 – als Anpassung an die Stimmung in der Bevölkerung.

FF2: Wie gestaltet sich das Beziehungsgeflecht, die Aufgabenverteilung zwischen Regierungspolitikern und deren PR-Mitarbeitern in Bezug auf die EU-zentrierte Kommunikation mit Medienvertretern oder mit der Bevölkerung?

H6: PR-Mitarbeiter, EU-Sprecher fokussieren auf den Adressat Journalist, sie klären in erster Linie über die Politikerherstellung auf EU-Ebene, aktuelle Entscheidungsprozesse auf.

H7: Regierungspolitiker suchen über die Medien den „direkten“ Kontakt mit den Wählern – über Live-Auftritte in Interviews oder Diskussionsrunden – sparen dort mit Erklärungen zum Ablauf der Entscheidungsfindung, präsentieren vielmehr lediglich jene Punkte der Entscheidung, die für sie (den Machterhalt) günstig erscheinen.

H8: Im Zeitverlauf gestalten Regierungspolitiker ihre TV-Auftritte, ihre Ausführungen dort über EU-Entscheidungen aus inhaltlicher Perspektive zunehmend populistisch.

Operationalisierung Populismus:

„P. bezeichnet eine Politik, die sich volksnah gibt, die Emotionen, Vorurteile und Ängste der Bevölkerung für eigene Zwecke nutzt und vermeintlich einfache und klare Lösungen für politische Probleme anbietet.“²⁷⁹ Populistisches Verhalten wird also gleichgesetzt mit einer Unterwerfung der politischen Akteure „dem Volk“ – Meinungsumfragen spielen dabei eine wesentliche Rolle. Die zu großen Teilen in der Bevölkerung vertretene Meinung bzw. jene der eigenen Zielgruppe wird dann in der Politik aufgegriffen, Themen werden demzufolge gesetzt bzw. Standpunkte denen der eigenen Wählerschicht entsprechend eingenommen. Hartleb definiert dahingehend die Europäische Union explizit als Institution, die Populisten als Bedrohung wahrnehmen, und beschreibt übergreifend „Populismus, (...), bezeichnet Parteien und Bewegungen, die sich – medienkompatibel, polarisierend und (angeblich) moralisch hochstehend – mittels einer charismatischen Führungsfigur als *die* gegen Establishment und etablierte Parteien gerichtete *Stimme des homogen verstandenen ‚Volkes‘* ausgeben und spezifische Protestthemen mobilisieren“.²⁸⁰ Vier Dimensionen sind dabei voneinander zu unterscheiden: die technische, die sich auf einen „notorischen Beschwerde“-Politikstil bezieht, die inhaltliche mit Mobilisierungspotenzial, eine charismatische, die das Auftreten des Politikers meint und eine mediale Dimension.²⁸¹ Auch Rolle, Möglichkeiten und Mittel der Massenmedien dürfen nämlich nicht vergessen werden, erst durch ihre Berücksichtigung können Entstehung und Konsequenzen von populistischem Verhalten erklärt werden.²⁸²

Im Zuge der empirischen Forschung sollen die Aussagen der Regierungspolitiker in TV-Sendungen auf ihren Populismus-Gehalt hin untersucht werden. Wesentliche Merkmale dabei: Das Herabwürdigen des politischen Gegners, das Herausstellen der eigenen Persönlichkeit, auch der privaten Person, die eigene Darstellung als Sprachrohr des so bezeichneten „Volkes“, Verwendung polemischer, flacher Floskeln anstelle sachlich-argumentierter Inhalte, die Überschätzung der Gestaltungsmöglichkeiten der eigenen Partei oder Regierung.

²⁷⁹ Vgl. Schubert, Klaus/Martina Klein (2006): Das Politiklexikon. 4., aktual. Aufl. Bonn: Dietz. Zitiert nach: Bundeszentrale für politische Bildung, Lexikon: Populismus. Online unter: http://www.bpb.de/popup/popup_lemmata.html?guid=OCWSNI.

²⁸⁰ Hartleb, Florian (2004): Rechts- und Linkspopulismus: eine Fallstudie anhand von Schill-Partei und PDS. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 318.

²⁸¹ Vgl. *Ebenda*. S. 68.

²⁸² Vgl. Mazzoleni (2003), S. 3. Zitiert nach: Hartleb (2004). S. 34.

H9: Über den Zeitverlauf konstant blieb sowohl bei den Regierungspolitikern als auch bei ihren Sprechern der Fokus auf das explizit Nationale, also die Fokussierung auf Auswirkungen von EU-Entscheidungen für Österreich. Eine umfassende Einbettung in den Einigungsprozess, das Herausstellen der Gemeinschaft nahm und nimmt immer noch einen geringen Stellenwert ein.

FF3: Wie gestalten Regierungspolitiker die nach innen-gerichtete Kommunikation – hier innerhalb des Parlaments – über EU-Themen im Zeitverlauf?

H10: Vor und beim EU-Beitritt 1995 beruhte die interne parlamentarische Kommunikation in erster Linie auf umfassender Information (Ablauf, Konsequenzen, Pro und Contra, ...) für alle Parlamentarier.

H11: Die Aussagen von Kanzler und Vizekanzler bei den Nationalratssitzungen zu den Themen „Vertrag von Lissabon“ und „Euro-Rettungsschirm“ waren weniger informativ als 1995 und mehr auf den politischen Gegner fokussiert. Dennoch sind die Aussagen deutlich positiver gegenüber der EU als bei direkten Auftritten für die Bevölkerung.

FF4: Welche Verbindung von Handlungsursache und Kommunikationsweise lässt sich bei der Journalisten-adressierten Regierungskommunikation mit Schwerpunkt auf dem Kommunikator „PR-Sprecher“ konstatieren?

H12: Die Quantität, die inhaltliche Qualität sowie die emotionale Färbung der Aussendungen von Regierungssprechern und –Politikern für Journalisten zu den drei Untersuchungszeitpunkten war aufgrund eines unterschiedlichen Meinungsklimas stark divergent.

- a) Vor und beim EU-Beitritt Österreichs 1995 war die Stimmung in der Bevölkerung gegenüber der EU so positiv wie nie, entsprechend euphorisch priesen die Regierungspolitiker den Beitritt an. Quantität wie Qualität hoch.

b) Dem Vertrag von Lissabon standen große Teile der Bevölkerung neutral gegenüber, Regierungspolitiker fokussierten deshalb mehr auf eine informative Aufklärung, die Qualität war also hoch, Quantität eher nicht. Die Färbung tendierte zu „neutraler Notwendigkeit“.

c) Die Bevölkerungsmeinung zum Euro-Rettungsschirm war sehr negativ, Regierungspolitiker hielten sich mit Informationen oder öffentlichen Aussagen zurück, wiesen die Handlungskompetenz „der EU“ zu. Quantität sehr gering (Dethematisierung!), Qualität gering, emotionale Färbung tendenziell negativ.

Operationalisierungen:

1. Quantität wird gemessen an der Menge an Presseaussendungen von Regierungssprechern bzw. -politikern zu den drei gewählten Zeitpunkten.
2. Qualität ist abhängig von der Verwendung von Sachargumenten sowie von der Erklärung des Politikherstellungsprozesses. Sie wird nach folgenden Variablen während der quantitativen Inhaltsanalyse überprüft: Inhaltsebene statt Beziehungsebene, Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen, Berücksichtigung von Gegenargumenten, ausgewogene Beurteilungen und Lösungsvorschläge für die aufgeworfenen Probleme.

3.2. Methode

3.2.1. Leitfadeninterviews

Praktische Erkenntnisse zu diesem Forschungsfeld sollen sich erstens durch das Führen und Auswerten von Experteninterviews mit den Zuständigen aus den Büros von SPÖ und ÖVP ergeben, aber auch Experten aus anderen österreichischen Einrichtungen mit EU-Bezug sollen einbezogen werden, wie beispielsweise aus dem Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten.

Ziel der Interviews ist es, auf die jeweilige Rolle der Experten bestmöglich einzugehen, ihnen auch genügend Raum und Zeit zu geben, selbst zu Wort zu kommen und Ideen einzubringen. Günstig für diese Vorhaben erscheint daher die Verwendung eines Leitfadens²⁸³ während des Gesprächs mit relativ offenen Fragen, die den Experten individuelle Schwerpunktsetzungen erlaubt, die Vergleichbarkeit der Antworten für die Analyse und damit mögliche Verallgemeinerungen aber bewahrt.²⁸⁴

Diese Gespräche mit PR-Mitarbeitern österreichischer Institutionen mit EU-Schwerpunkt sollen für den Ergebnisteil Antworten darauf geben, warum die EU-zentrierte Regierungskommunikation so gestaltet ist, wie sie sich im Zeitverlauf darstellt. Damit soll es diese Arbeit schaffen, nicht nur aufzuzeigen, wie Regierungspolitiker und PR-Mitarbeiter in diesem speziellen Themenfeld kommunizieren, sondern auch einen ersten Ansatz liefern, warum dies so ist.

3.2.1.1. Stichprobe

Aus dem Amtskalender²⁸⁵ boten sich für relevante Erkenntnisse zu den drei Untersuchungszeitpunkten Experten-Interviews mit Mitarbeitern aus den folgenden österreichischen Institutionen an: Parlament, Bundesregierung, Bundeskanzleramt, Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten sowie Bundesministerium für Finanzen. Durch Recherchearbeiten auf den Homepages dieser politischen Einrichtungen sowie der beiden Großparteien und telefonischen Gesprächen mit Zuständigen ebendieser Institutionen soll die Auswahl für die Experten dieser Forschungsarbeit gefällt werden.

²⁸³ Im Anhang.

²⁸⁴ Vgl. Tenschler (2002 b). S. 257.

²⁸⁵ Vgl. Verlag Österreich GmbH: Amtskalender. Online unter: <http://www.amtskalender.com/?cid=8>.

3.2.1.2. Datenauswertung

Die Datenauswertung soll auf eine qualitative Art und Weise passieren, um die Individualität der Experten-Antworten möglichst beizubehalten, sie nicht in einem zu großen Umfang quantitativ zu verallgemeinern. Die Interviews sollen zuallererst transkribiert werden, sobald alle vorliegen, kann mit der Kennzeichnung von Themen für die jeweiligen Textpassagen begonnen werden. Forschungsfragen und Hypothesen sollten für diese Untersuchung stets präsent sein. Speziell auch dann, wenn einzelne Themen zu Oberthemen – übergreifend für alle Leitfadengespräche – zusammengefügt werden. Diese sollen in einer Excel-Tabelle eingetragen werden, entsprechende Grundaussagen dazu von den Experten in der jeweiligen Zeile hinzugefügt werden – separat für jeden einzelnen Experten. Damit entsteht in übersichtlicher Art und Weise eine Tabelle, die Aussagen über die Ähnlichkeit oder Divergenz der Antworten zulässt, die aber auch die exakten Grundaussagen der Gesprächspartner preisgibt.

3.2.2. Inhaltsanalyse von Presseaussendungen

Als zweite Untersuchungsmethode wurde die quantitative Inhaltsanalyse von Presseaussendungen der beiden Regierungsparteien (zu allen drei Zeitpunkten SPÖ und ÖVP) gewählt. Über APA-OTS stehen die Aussendungen zur Verfügung, können unentgeltlich abgerufen werden; jene aus 1994 hat eine OTS-Mitarbeiterin dankenswerterweise aus dem digitalen Archiv geholt, diese sind nämlich nicht mehr öffentlich zugänglich.

Durch diese quantitative Analyse ist es möglich, sich passend zu Forschungsfragen und Hypothesen ein Bild von der EU-zentrierten Regierungskommunikation im Zeitverlauf zu machen. Damit wird die Forschung weggehoben von reinen Spekulationen über die Ausgestaltung der PR zu den drei gewählten Zeitpunkten, kann sich auf gemessene Tatsachen stützen, Häufigkeiten, Kausalitäten und Korrelationen aufdecken.

3.2.2.1. Stichprobe

Für die Auswahl an zu analysierenden Presseaussendungen wurde zuerst der Zeitrahmen eingegrenzt, dann begann die Suche im APA-Originaltextservice mittels Schlagworten. Gesucht wurde nach Presseaussendungen der Parteien auf Bundesebene, also Aussendungen der Länder wie der Europäischen Parteien konnten nicht berücksichtigt werden. Aufgrund der Historie zu den drei gewählten Zeitpunkten EU-Beitritt Österreichs, dem EU-Reformvertrag

und dem Euro-Rettungsschirm, die unten noch näher erläutert werden, hat sich folgender Zeitrahmen mit diesen Schlagworten ergeben:

1. Als einschneidendes Datum im Sinne der Public Relations für den EU-Beitritt Österreichs per 1. Jänner 1995 wurde der Tag der Volksabstimmung gewählt (12. Juni 1994). Da davon auszugehen ist, dass Politiker und Parteien gerade für diesen Zeitpunkt ihre Öffentlichkeitsarbeit vermehrten und optimierten, um die Wähler vor ihrem Gang zur Urne zu beeinflussen, wurde das Untersuchungsdatum auf die Zeitspanne von 1. Februar 1994 bis 30. Juni 1994 festgelegt. Gesucht wurde mit eingeschränktem Aussender und Stichworten. Also einerseits „SPÖ-Aussender“ und die Stichworte „EU-Beitritt AND Vranitzky“, andererseits „ÖVP-Aussender“ und „EU-Beitritt AND Mock“. Um die Anzahl der Treffer in Grenzen zu halten, hat es nicht ausgereicht, nur nach Partei-Aussender und dem Schlagwort „EU-Beitritt“ zu suchen – dies ergab 271 Treffer bei der SPÖ sowie 176 Treffer bei der ÖVP, die nicht alle aus dem Archiv versandt werden konnten. Deshalb hat sich die Autorin für die Fokussierung auf SPÖ-Kanzler Franz Vranitzky sowie auf den damaligen ÖVP-Außenminister Alois Mock entschieden, der eine wesentliche Rolle bei den Beitrittsverhandlungen gespielt hat, seinen Parteikollegen, Vizekanzler Erhard Busek in Streben und Bekanntheitsgrad in dieser Angelegenheit sicherlich übertroffen hat.

2. Der Vertrag von Lissabon wurde am 13. Dezember 2007 im Rat der Europäischen Union unterzeichnet, danach war noch die Implementierung auf nationalstaatlicher Ebene erforderlich. In Österreich stimmten Nationalrat, Bundesrat und Bundespräsident im April 2008 für den Vertrag. Dementsprechend wurde die Zeitspanne für die Suche nach Presseaussendungen von 1. Dezember 2007 bis 30. April 2008 festgesetzt. Die Schlagworte bei der Suche: „SPÖ AND EU AND Vertrag“ sowie „ÖVP AND EU AND Vertrag“, eine Zuspitzung auf einzelne Politiker musste hier nicht vorgenommen werden.

3. Die Diskussionen um den Euro-Rettungsschirm haben ihren ersten Beschluss am 25. März 2010 durch den Notfallplan für Griechenland gefunden, im darauffolgenden Mai einigten sich die Finanzminister im ecofin-Rat auf die weiterführenden Stabilisierungsmechanismen. Aus diesem Grund wurde die Spanne für den dritten Untersuchungszeitpunkt von 1. März 2010 bis 31. Juni 2010 festgesetzt, trotz der Tatsache, dass dann die Presseaussendungen von nur vier Monaten berücksichtigt werden – im Gegensatz zu den beiden vorherigen Zeitpunkten, wo jeweils 5 Monate als Rahmen dienen.

3.2.2.2. Pre-Test

Der Pre-Test zur Überprüfung der Funktionstüchtigkeit des Codierbogens wurde mittels sieben Presseaussendungen von ÖVP und SPÖ zu allen drei Zeitpunkten durchgeführt, die nicht vollständig den Suchkriterien entsprochen haben, beispielsweise kamen hierbei Aussendungen von Länder- oder Europäischen Parteien zum Einsatz. In weiten Teilen hat sich der Codierbogen als analyse-tüchtig erwiesen, nur wenige Variablen bzw. manche ihrer Ausprägungen mussten Änderungen unterzogen werden.

3.2.2.3. Datenauswertung

Alle gewählten Aussendungen werden mittels einem auf die Forschungsfragen und Hypothesen ausgerichteten Codierbogen analysiert, die entsprechende Ausprägung jeder Variable wird in das Statistikprogramm SPSS eingegeben, mittels welchem dann auch die Auswertung passieren wird. Der Codierbogen enthält 31 Variablen, die einerseits nach Grundlegendem, wie Titel oder Datum der Aussendung fragen, nach Stil bzw. Art des Sprechaktes, nach den darin angesprochenen Themen und Werten, nach einer Bewertung der EU, die andererseits aber auch die Qualität des Inhalts zu beurteilen versuchen. Aufgrund der Menge an Aussendungen wurde der Codierbogen möglichst effizient gehalten.

3.2.3. Analyse TV-Konfrontationen

Um einen Vergleich zwischen den Informationen aus den PR-Büros und jenen der Regierungspolitiker selbst anstreben zu können, bzw. auch um Aussagen, die in erster Linie für Medienakteure bestimmt sind mit jenen zu vergleichen, die direkt an die Bürger gerichtet sind, sowie die verschiedenen Auftritte und Aussagen über die EU generell zu den drei Zeitpunkten, die in der Bevölkerung sehr unterschiedlich aufgenommen wurden, sollen auch ORF-Diskussionsrunden mit Regierungspolitikern als Gästen analysiert werden. Die wissenschaftliche Relevanz dieses Forschungsansatzes ergibt sich nach Ausführungen von Tenscher: „Für politische Akteure sind Diskussionsrunden gleichwohl eine effektive, weil subtile Form der Selbstdarstellung, bei der sie zudem im Vergleich zu stärker mediatisierten Formen der politischen Informationsvermittlung unmittelbare Einflußmöglichkeiten (sic!) auf Themen- und Personalauswahl sowie den formalen Ablauf der Sendung haben.“²⁸⁶

²⁸⁶ Tenscher (1998). S. 199-200.

TV-Diskussionen sind – speziell in Wahlkampfzeiten – der entscheidende Faktor für eine Parteienpräferenz der Wähler; immer mehr seit sich die traditionellen Parteibindungen zunehmend auflösen. Für die politischen Akteure bieten ihre Auftritte bei massenmedial vermittelten Diskussionsrunden gute Darstellungsmöglichkeiten, sofern sie sich den Nachrichtenwerten anpassen, also Aktualität, Konfliktgehalt oder Präsentationsstil beachten. Tun sie dies, bekommen sie im TV nicht nur die Chance zur Selbstdarstellung – in der Presse übernimmt die Darstellung der Politiker trotz der unterstellten Symbiose ein Journalist – sie können auch die ihnen wichtigen Themen einbringen und erläutern. Präsentiert der Politiker sich selbst bzw. sein Thema gut, werden beim Publikum Emotionen ausgelöst, die schnell eine Eigendynamik erreichen und so eine Parteienpräferenz oder die entsprechende Meinung zu einem Thema bei den Bürgern zur Folge haben.²⁸⁷

Die Analyse der TV-Diskussionen soll zuerst mittels Codierbogen für die Presseaussendungen quantitativ untersucht werden, um eine Vergleichbarkeit zwischen Presseaussendungen und TV-Sendungen sicherzustellen. Dabei wird in Kauf genommen, dass vielleicht nicht alle Variablen beantwortet werden können, Ziel ist es aber natürlich, einen Codierbogen zu entwerfen, der für Presseaussendungen und TV-Diskussionen passt. In einem zweiten Schritt sollen die Aussagen des Regierungsglieders, eventuell auch mehrerer transkribiert werden, um diese schließlich auch qualitativ inhaltsanalytisch unter die Lupe zu nehmen. Die Perspektive auch für die qualitative Inhaltsanalyse richtet sich nach Fragestellung und Hypothesen. Ähnlich zur Auswertung der Experteninterviews soll bei dieser Inhaltsanalyse (im 2. Schritt) auf quantifizierende Momente verzichtet werden, um möglichst auf die Unterschiedlichkeit der Wortmeldungen der Regierungsglieder eingehen zu können, diese für die Forschung nutzen zu können. Beachtet werden sollen im Zuge dieser Analyse nicht nur die thematischen Felder, sondern auch der Stil der Gesprächsführung, die Konfliktkultur und der Umgang mit den restlichen Diskutanten.

3.2.3.1. Stichprobe

Im Zuge dieser Forschungsarbeit sollen TV-Aufzeichnungen von Diskussionsrunden im ORF analysiert werden, die angesichts der drei Themenbereiche EU-Beitritt, EU-Reformvertrag und Euro-Rettungsschirm stets mit Teilnahme von Regierungsgliedern abgehalten wurden. Gibt es mehrere Sendungen zum Thema, ist jene zu untersuchen, bei der

²⁸⁷ Vgl. Plasser, Fritz: TV-Confrontations und Strategien populistischer Politikvermittlung in Österreich. In: Jarren / Schatz / Weßler (1996). S. 99-101.

Kanzler oder Vizekanzler bzw. der fachspezifische Minister aufgetreten sind. Bezogen wurden die Aufzeichnungen über die ORF-TVthek, eine Mitarbeiterin hat dort auch die archivierten Sendungen gesucht – und gefunden. Insgesamt stehen fünf Diskussionsrunden zur Verfügung²⁸⁸.

²⁸⁸ Auflistung im Anhang.

3.3. Die drei Untersuchungszeitpunkte

Für die Wahl der schon genannten drei Untersuchungszeitpunkte EU-Beitritt, EU-Reformvertrag und Euro-Rettungsschirm waren mehrere Parameter ausschlaggebend, die hier kurz erläutert werden sollen, bevor ein paar Worte über die Zeitpunkte/ Themen selbst folgen werden.

Ausschlaggebend für die Wahl der Themen war zuallererst, dass dieselbe Regierungskonstellation an der Macht war, da in Österreich große Koalitionen zwischen SPÖ und ÖVP dominieren, sollte sich hierauf beschränkt werden. Und die Themenwahl sollte die Darstellung eines Zeitverlaufs der Regierungskommunikation bzw. ihrer Tendenzen zulassen. Zusätzlich sollte es sich für die Untersuchung um Themen handeln, die doch mehr Sensationswert haben als ganz einfache EU-Entscheidungen, die zwar natürlich zum kommunikativen Alltag der PR-Mitarbeiter gehören, denen aber nur über einen kurzen Zeitrahmen hinweg Aufmerksamkeit – auch seitens der Medien – geschenkt wird bzw. werden kann. Die Zeitpunkte sollten für die Europäische Union, ihre Weiterentwicklung, etc. also durchaus Relevanz haben. Andererseits wollte die Autorin aber keine Wahlen zum Europaparlament in die Analyse aufnehmen, weil Wahlkampfkommunikation ohnehin immer eigenen Regeln folgt. Ausschlaggebend für die Wahl war weiters, dass drei Bereiche gesucht wurden, denen die Bevölkerung unterschiedlich gegenüberstand. Die Zustimmungswerte in den Eurobarometer-Umfragen unterliegen doch steten Schwankungen, da liegt es im Interesse der Forschung, erste Hinweise darauf zu sammeln, ob die Bevölkerungsmeinung mit der zuvor getätigten Regierungskommunikation in Zusammenhang steht. So sollte die Bevölkerung der gewählten Thematik also einmal positiv, einmal neutral und einmal negativ gegenüberstehen. Damit die Zuständigkeitsbereiche zwischen Regierungspolitikern und PR-Mitarbeitern bzw. ihren jeweiligen Adressaten und Methoden geklärt werden können, muss sich die Kommunikation der drei Zeitpunkte auch an unterschiedliche Öffentlichkeiten wenden. Mit all diesen Einschränkungen ergab sich schlussendlich die Wahl für den österreichischen EU-Beitritt im Jahr 1995, dem die Bevölkerung positiv gegenüberstand, zu dem sich die Regierung aufgrund der Volksabstimmung stark an die Zielgruppe Bevölkerung wenden musste. Einen Meilenstein für die gesamte Entwicklung der Europäischen Union, den hart erkämpften Schritt gegen den Stillstand stellt die Ratifizierung des Vertrages von Lissabon dar, den die Bürger – vielleicht auch wegen großen Nicht-Wissens – neutral beobachteten. Regierungspolitiker mussten für den Vertrag in erster Linie im Parlament Stimmung machen, wo er angenommen werden musste. Als aktuellstes Ereignis fiel die Wahl

der Autorin auf den Euro-Rettungsschirm, der von allen EU-Ländern und –Bürgern eine große Solidarität verlangte, um die durchaus beliebte Währung zu schützen. Nichtsdestotrotz lehnte die Bevölkerung den Rettungsschirm ab, fürchtete um die Verschwendung von eigenen Steuergeldern, damit ums eigene Geld.

3.3.1. EU-Beitritt Österreichs

Am 1. Jänner 1995 trat Österreich der Europäischen Union bei. Bis dahin war es ein langer Weg, der von politischen Absichtserklärungen eingeleitet, von politischen Entscheidungen und Verträgen forciert, durch eine Volksbefragung legitimiert, mit dem von allen Mitgliedsstaaten ratifizierten Vertrag zum Beitritt schließlich abgeschlossen wurde.

Eine „über die Dauer der laufenden Legislaturperiode hinaus“²⁸⁹ bindende Parteienvereinbarung zwischen SPÖ und ÖVP hielt schon die weitere Vorgehensweise der Integrationspolitik für Österreich im Jahr 1989 fest. Die Integrationspolitik wird darin als „vorrangig“ bezeichnet, das erklärte Ziel: ein erfolgreicher Abschluss von Verhandlungen mit den Europäischen Gemeinschaften. Gleich unter Punkt II der Vereinbarung wird die Notwendigkeit einer „geeignete[n] Öffentlichkeitsarbeit“ beschrieben, die „die gemeinsame integrationspolitische Linie der Bundesregierung sichtbar“²⁹⁰ machen soll.²⁹¹

Dies zeigt schon die Einigkeit, mit der die beiden Regierungsparteien SPÖ und ÖVP den Weg nach Europa einschlugen, ihn auch in der Bevölkerung ebnen wollten. „In der konkreten Integrationspolitik seit 1955 gab es über weite Strecken keine fundamentalen Gegensätze zwischen den Sozialdemokraten und der ÖVP.“²⁹² Die SPÖ befürwortete den freiwilligen wirtschaftlichen Zusammenschluss der Länder Europas, strebte aber eigentlich schon nach einer politischen Gemeinschaft, in der der sozialdemokratische Gedanke bei Demokratie, sozialer Gerechtigkeit und politischem Frieden gelenkt werden könnte. Spätestens nach er Erkenntnis, dass Österreichs Neutralität nicht im Gegensatz zu den Europäischen Gemeinschaften steht, begab sich die SPÖ auf einen eindeutigen Pro-EU-Kurs, den sie ihren Mitgliedern und Anhängern besser verkaufen konnte, als dies die ÖVP schaffte.²⁹³

Obwohl einige Teile der ÖVP – großteils wirtschaftlich ausgerichtete Köpfe, bspw. auch aus der Wirtschaftskammer – schon sehr früh den Einigungsprozess bzw. davor eine

²⁸⁹ Parteienvereinbarung zwischen SPÖ und ÖVP zur weiteren Vorgangsweise in der Integrationspolitik vom 26. Juni 1989. In: *Rauchenberger* (1995). Wien: PR Verlag. S. 144.

²⁹⁰ *Ebenda*. S. 145.

²⁹¹ Vgl. *Ebenda*. S. 144-145.

²⁹² *Schieder*, Peter: Österreichs Weg in die Europäische Union. In: *Rauchenberger* (1995). S. 21.

²⁹³ Vgl. *Ebenda*. S. 21-23.

möglichst enge Zusammenarbeit mit der EG anstrebten, standen Landwirte, teils Regionalpolitiker und hohe Kreise des Klerus der Entwicklung skeptisch gegenüber – „ein Hemmnis für eine dynamische Europapolitik der ÖVP“²⁹⁴. Ab 1986, als die ÖVP wieder den Außenminister (Alois Mock) stellte, wurde ein Beitritt zur EU stark forciert, der Wirtschaftsflügel übernahm die Oberhand in der parteiinternen Debatte.²⁹⁵ Mock sprach sich für den „global approach“ als neue Linie der österreichischen Außenpolitik aus, die trotz einiger Rückschläge – beispielsweise wurde Mock, der sich stets als Europapolitiker deklariert hatte, nach starken Wahlverlusten in Tirol, als ÖVP-Obmann abgewählt. Nicht zuletzt wegen der SPÖ-Einlenkung unter Kanzler Vranitzky, wurde der „Brief nach Brüssel“ aber schließlich versandt.²⁹⁶

Die FPÖ vertrat ursprünglich einen sehr euphorischen Zugang zur EU, forderte schon 1959 einen Beitritt Österreichs zur EWG.²⁹⁷ Auch stimmte die FPÖ 1989 noch für das Beitrittsansuchen im Parlament, änderte ihre Meinung aber 1991/92 und lehnte fortan einen EWR- und EWG-Beitritt ab. Während der Beitrittsverhandlungen und bei der EU-Volksabstimmung nahmen aber sowohl FPÖ als auch die Grünen eine durchaus skeptische Haltung ein, die Oppositionsgruppe Liberales Forum (LIF) hingegen war stark pro-europäisch ausgerichtet.²⁹⁸

Die Unsicherheit im Vorfeld der Volksabstimmung über den EU-Beitritt Österreichs wich am Abend des 12. Juni 1994, als feststand: Zwei Drittel (66,58 %) der Bevölkerung stimmten für den Beitritt, bei einer Wahlbeteiligung von über 82 Prozent. Meinungsforscher waren zuvor von einem Kopf-an-Kopf-Rennen ausgegangen. Die Gründe für die schließlich doch sehr deutliche Zustimmung: Die Interessensvertretungen aller Berufsgruppen bewegten mit ihren Informationskampagnen viele Bevölkerungsteile zu einer „Vorteil-Nachteil-Abwägung“, die bei Großteilen zu einem Ja führte. Auch die Werbekampagne der Bundesregierung – trotz teils starker Kritik – trug ihren Teil zur positiven Abstimmung bei, aktivierte sie einerseits erst das Interesse, lenkte sie andererseits auch das Augenmerk von kurzfristig gedachten Vor- und Nachteilen einer Mitgliedschaft zu den übergreifenden Werten Demokratie und Frieden, weckte in der Bevölkerung Emotionen, die Europa als Chance

²⁹⁴ Schieder (1995). S. 25.

²⁹⁵ Vgl. Pelinka, Anton/ Rosenberger, Sieglinde (2003): Österreichische Politik. Grundlagen, Strukturen, Trends. 2., aktualisierte Auflage. Wien: WUV. S. 95.

²⁹⁶ Vgl. Dachs, Herbert/ Gerlich, Peter/ Gottweis, Herbert/ Kramer, Helmut/ Lauber, Volkmar/ Müller, Wolfgang C./ Tálos, Emmerich (Hrsg.) (2006): Politik in Österreich. Das Handbuch. Wien: Manz. S. 869-870.

²⁹⁷ Vgl. Schieder (1995). S. 25.

²⁹⁸ Vgl. Pelinka/ Rosenberger (2003). S. 95-96.

propagierten. Die politischen Entscheidungsträger konnten sich zusätzlich noch auf ein Gros an EU-freundlichen Medien stützen sowie auf die engagierten Auftritten von pro-Europäischen Autoritäten.²⁹⁹

Insgesamt wirkten sich „[d]er vollzogene Beitritt am 1. Jänner 1995 und der Beitritt zur Wirtschafts- und Währungsunion (1999) [...] direkt auf die souveränen Möglichkeiten der nationalstaatlichen Politikgestaltung aus. Kompetenzen verlagern sich in das politische System der EU. Das institutionelle Arrangement Österreichs agiert als Teil des europäischen Mehrebenensystems (Gemeindeebene, Länderebene, Bundesebene, europäische Ebene).“³⁰⁰

3.3.2. Vertrag von Lissabon

Ihren Beginn nimmt die Geschichte des Vertrages von Lissabon schon mit dem 2003 in Kraft getretenen Vertrag von Nizza, indem anlässlich der Erweiterung um zehn Länder Ost- und Mitteleuropas auch zukünftige Gestaltungsaufgaben, wie die „Vereinfachung der Verträge“ festgehalten wurden. Ebenfalls in Anbetracht dieser Erweiterungsrunde hielten die Staats- und Regierungschefs in der „Erklärung von Laeken“ im Jahr 2001 fest, dass ein „Konvent zur Zukunft Europas“ sich mit Schritten zu einer „demokratischeren, transparenteren und effizienteren“ Union beschäftigen soll. 2004 wurden die Ergebnisse daraus im „Vertrag über eine Verfassung für Europa“ unterzeichnet, eine Umsetzung scheiterte zunächst an der Ablehnung des Vertrages von einer Mehrheit der Franzosen wie der Niederländer im Juni 2005.³⁰¹

In den darauffolgenden Verhandlungen der Staats- und Regierungschefs war klar, dass es zu einer Weiterentwicklung der Europäischen Union kommen müsse, um aufgrund der Aufnahme neuer Mitgliedsstaaten die institutionelle Handlungsfähigkeit zu behalten. Der Durchbruch zu diesem Ziel gelang schließlich am 13. Dezember 2007, als sich die Verhandler bei einem Gipfeltreffen auf den „Vertrag von Lissabon“ einigten. Der Vertrag musste jeweils von den Parlamenten aller Mitgliedsstaaten ratifiziert werden, einzig in Irland wurde auch ein Referendum abgehalten. Dieses brachte den Vertrag beinahe abermals zu Fall, 53,4 Prozent der Iren stimmten gegen die Vertragsannahme. Über ein Jahr später (Oktober 2009) kam es zu einer zweiten Abstimmung, die wahrscheinlich aufgrund kleinerer Änderungen wie der

²⁹⁹ Vgl. *Ogris*, Günter: Die EU-Volksabstimmung. In: Rauchenberger (1995). S. 44-46.

³⁰⁰ *Pelinka/Rosenberger* (2003). S. 91.

³⁰¹ Vgl. *Weidenfeld*, Werner/ *Wessels*, Wolfgang (Hrsg.) (2011): Europa von A bis Z. Taschenbuch der europäischen Integration. 12. Auflage. Baden-Baden: Nomos. S. 371.

einsetzenden Wirtschaftskrise zu einem klaren „Ja“ zum Vertrag führte.³⁰² In der Zwischenzeit hatte der Großteil der übrigen EU-Staaten dem Vertrag von Lissabon schon zugestimmt, in Österreich taten dies der Nationalrat am 9. April 2008 mit großer Mehrheit, der Bundesrat am 24. April 2008 und schließlich Bundespräsident Heinz Fischer am 13. Mai 2008.³⁰³

Am 1. Dezember 2009 trat der Vertrag von Lissabon schließlich in Kraft, er besteht aus zwei verschiedenen Vertragswerken, dem „Vertrag über die Europäische Union“ (EUV) und dem „Vertrag über die Arbeitsweise der Union“ (AEUV). Bei letzterem wird sichtbar, dass die „Gemeinschaft“ von der „Union“ abgelöst wurde. Damit einhergehend wurde auch die Tempelkonstruktion mit ihren drei Säulen aufgelöst, damit die Rechtspersönlichkeit, die bisher der 1. Säule vorbehalten war auf die Union erweitert. Somit kann die Europäische Union nun erstmals in eigenem Namen internationale Verträge unterzeichnen. Neben den Verträgen gibt es zahlreiche Protokolle, Erklärungen und Anhänge, die die Umsetzung der Vertragsbestimmungen thematisieren. Von besonderer Bedeutung ist die Charta der Grundrechte, die erstmals gleichberechtigt neben den beiden Verträgen steht.³⁰⁴

„Inhaltlich ergänzen sich EUV und AEUV: Während der EUV die grundlegenden Bestimmungen der Europäischen Union beinhaltet, finden sich im AEUV oftmals die Präzisierungen dieser Bestimmungen und ihre Anwendungsbereiche.“³⁰⁵ So werden im AEUV etwa die Zuständigkeiten zwischen Union und Mitgliedstaaten in den verschiedenen Bereichen erläutert, wobei übergreifend festzuhalten ist, dass „[d]ie Europäische Union mittlerweile Zuständigkeiten – wenn auch unterschiedlicher Art und Umfangs – in nahezu allen Bereichen öffentlicher Politik [besitzt].“³⁰⁶ Nichtsdestotrotz musste der Vertrag von Lissabon auch den Spagat schaffen, den Mitgliedstaaten ihre nationalstaatliche Souveränität bzw. genügend Einflussmöglichkeiten lassen.³⁰⁷

Zu den wesentlichsten Neuerungen des neuen Vertragswerkes zählt die Einrichtung der Ämter „Präsident des Europäischen Rates“, der von den Staats- und Regierungschefs für zweieinhalb Jahre gewählt wird und „Hoher Vertreter der Union für Außen und

³⁰² Vgl. *Bundeskanzleramt*: Der Reformvertrag von Lissabon. Online unter: <http://www.zukunfteuropa.at/site/5797/default.aspx>.

³⁰³ Vgl. *Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten*: EU-Reformvertrag. Online unter: <http://www.bmeia.gv.at/aussenministerium/aussenpolitik/eu-reformvertrag.html>.

³⁰⁴ Vgl. *Weidenfeld/Wessels* (2011). S. 372-373.

³⁰⁵ *Ebenda*. S. 373.

³⁰⁶ *Ebenda*. S. 374.

³⁰⁷ Vgl. *Ebenda*. S. 373-374.

Sicherheitspolitik“, der die Union gemeinsam mit dem „Europäischen Auswertigen Dienst“ nach außen hin mit einer Stimme sprechen lassen soll. Der Europäische Rat, bisher außerhalb der institutionellen Architektur der Union angesiedelt, wurde als EU-Organ angenommen, folglich unterliegt sein politisches Handeln nun der Kontrolle des Europäischen Gerichtshofes. Weiters wird das Mitentscheidungsverfahren zum „ordentlichen Gesetzgebungsverfahren“ ernannt, das Europäische Parlament bekommt dadurch abermals eine Aufwertung, gewinnt an Legitimitätsanspruch gegenüber den europäischen Bürgern. Eine weitere Regelung bei den Abstimmungen ist die „doppelte Mehrheit“, die aber erst ab Ende 2014 zum Tragen kommen wird.³⁰⁸

Zusammenfassend über den Vertrag von Lissabon: „Die Diskussion um die Zukunft der Europäischen Union wird durch den Vertrag von Lissabon nicht beendet, sondern erhält einen weiteren Referenzpunkt.“³⁰⁹

Die Standard-Eurobarometer-Umfrage 69, für die im Frühjahr 2008 1.000 deutschsprachige, in Österreich lebende Personen befragt wurden, hält zur Beschreibung der Situation die hitzigen Debatten der Opposition gegen den Reformvertrag fest. Auch „[d]ie größte Zeitung des Landes, die „Kronen Zeitung“ trieb die negative Propaganda federführend vor“³¹⁰. Für die Bevölkerungsmeinung konstatierten die Wissenschaftler eine „unverändert gespalten[e] und überdurchschnittlich EU-kritisch[e]“³¹¹ Haltung. So sahen nur 36 Prozent der Österreicher die EU-Mitgliedschaft als „gute Sache“ an, immerhin 26 Prozent erkannten darin eine „schlechte Sache“. Der Vergleich dazu: Im Durchschnitt der EU27 bewerteten 52 Prozent die Mitgliedschaft positiv, nur 14 Prozent ordneten sie als „schlechte Sache“ ein. Nur etwas mehr als ein Drittel sahen zu diesem Zeitpunkt die Vorteile der EU-Mitgliedschaft überwiegen (EU27: 54 %), gar knapp die Hälfte der österreichischen Bevölkerung sah die Nachteile im Vordergrund (EU27: 21 %).³¹²

³⁰⁸ Vgl. Weidenfeld/ Wessels (2011). S. 374-375.

³⁰⁹ Ebenda. S. 376.

³¹⁰ Europäische Kommission: Eurobarometer 69. S. 5. Online unter: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm.

³¹¹ Ebenda. S. 16.

³¹² Vgl. Ebenda. S. 16-17.

3.3.3. Euro-Rettungsschirm

Im Oktober 2009 gibt Griechenland sein Budgetdefizit von 12,7 Prozent bekannt, seine Gesamtverschuldung liegt dabei auf über 110 Prozent des Bruttoinlandsprodukts – Grund dafür dürfte die Wirtschaftskrise gewesen sein.³¹³ Wenig später stufen Ratingagenturen die Kreditwürdigkeit Griechenlands herab, Spekulationen auf eine griechische Staatspleite nehmen drastisch zu. Noch im Februar 2010 billigt die EU dem Land politische, aber keine finanzielle Hilfe zu.³¹⁴

Im Zuge des EU-Frühjahrgipfels am 26. März 2010 stellten die Regierungschefs der 16 Euro-Länder dann aber den Notfallplan für Griechenland vor, auf den sie sich zuvor geeinigt hatten. Er sieht bilaterale Kredite der Euro-Länder sowie Kredite des Internationalen Währungsfonds vor, sobald die gemeinsame Währung in Gefahr ist.³¹⁵ Griechenland hat zu diesem Zeitpunkt noch nicht um Finanzhilfe angesucht, tut dies aber am 23. April 2010.

Das Hilfspaket für Griechenland umfasst einen Kredit von 110 Milliarden Euro auf drei Jahre, 30 Milliarden Euro davon kommen vom Internationalen Währungsfonds (IWF). Die Auszahlung an den maroden Euro-Staat beschlossen die Finanzminister Anfang Mai 2010, schon zwei Wochen danach sollten die Zahlungen fließen, um erste Kreditrückforderungen an Griechenland begleichen zu können.³¹⁶

Schon wenig später einigten sich die Finanzminister angesichts weiterer drohender Staatsbankrotts auf einen 750-Milliarden-Euro-Rettungsschirm – verbreitet für „europäischen Finanzstabilisierungsmechanismus - für Staaten mit Schuldenproblemen. Der Rettungsschirm sollte eingesetzt werden, um Mitgliedsstaaten rechtzeitig vor finanziellen Problemen zu bewahren, um den Euro zu stabilisieren und Spekulationen gegen die europäische Währung zu bekämpfen.³¹⁷

Näheres zur Verordnung: Der Rat der Europäischen Union hat am 11. Mai 2010, auf Vorschlag der Kommission die Verordnung 407/2010 zur „Einführung eines europäischen

³¹³ Vgl. *Tagesschau* (11. November 2009): Europa in der Schuldenfalle? Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/schulden106.html>.

³¹⁴ Vgl. *Tagesschau* (20. Mai 2010): Griechenlands Weg in die Krise - und wieder hinaus. Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/griechenland640.html>.

³¹⁵ Vgl. *Euronews* (26. März 2010): Griechen reagieren verhalten auf Notfallplan. Online unter: <http://de.euronews.net/2010/03/26/griechen-reagieren-verhalten-auf-notfallplan/>.

³¹⁶ Vgl. *Tagesschau* (2. Mai 2010): 110 Milliarden Euro für Griechenland. Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/griechenland644.html>.

³¹⁷ Vgl. *Euronews* (8. Mai 2010): Euroländer ergreifen Maßnahmen zur Stärkung ihrer Währung. Online unter: <http://de.euronews.net/2010/05/08/eurolaender-ergreifen-massnahmen-zur-staerkung-ihrer-waehrung/>.

Finanzstabilisierungsmechanismus“³¹⁸ erlassen. Mehrere Gründe waren für diesen Schritt ausschlaggebend, wie in der Verordnung erläutert wird. Primär in Verwendung stand dabei der Artikel 122 Absatz 2 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), der besagt, dass „einem Mitgliedstaat, der aufgrund außergewöhnlicher Ereignisse, die sich seiner Kontrolle entziehen, von Schwierigkeiten betroffen oder von gravierenden Schwierigkeiten ernstlich bedroht ist, ein finanzieller Beistand der Union gewährt werden [kann]“³¹⁹. Nach Erwägungen des Rates haben die Turbulenzen auf den internationalen Wirtschafts- und Finanzmärkten zu einem Rückgang bei Wachstum und Finanzstabilität der Mitgliedstaaten geführt, folglich auch ihre Defizit- und Schuldensituation stark verschlechtert. „Angesichts dieser außergewöhnlichen Situation, die sich der Kontrolle der Mitgliedstaaten entzieht, erscheint es notwendig, unverzüglich einen Unionsmechanismus zur Wahrung der Finanzstabilität in der Europäischen Union einzuführen.“³²⁰ Dieser müsse es der EU und dem IWF gemeinsam ermöglichen, „koordiniert, rasch und wirksam zu reagieren“³²¹, festgehalten wird in der Verordnung 407/2010 aber auch eine Bindung an wirtschaftspolitische Bedingungen, die das Ziel der „Wiederherstellung seiner [des Staates, Anm. d. Verf.] Tragfähigkeit der öffentlichen Finanzen“³²² verfolgen. Bei der Form des finanziellen Beistands handelt es sich um ein Darlehen oder eine Kreditlinie, die nach Vorschlag der Kommission vom Rat mit qualifizierter Mehrheit gewährt werden können. Ein entsprechender Beschluss beinhaltet sämtliche weitere Konditionen, Bedingungen und Vorschriften. Die Höhe des Darlehens muss davor vom Mitgliedstaat mit der Kommission und der Europäischen Zentralbank (EZB) erläutert und ein Sanierungsprogramm entworfen werden. In regelmäßigen Kontrollen überprüft die Kommission die Befolgung ebendieses Programmes sowie die Einhaltung der Bedingungen durch den Mitgliedstaat, erst dann wird über weitere Raten-Zahlungen aus dem Darlehen für den Mitgliedstaat entschieden.³²³

Auch für diesen Untersuchungszeitpunkt soll die Stimmung in der österreichischen Bevölkerung kurz nachgezeichnet werden, die Standard-Eurobarometer-Umfrage 73 zeigt dafür die Ergebnisse, die während der Feldphase im Mai 2010 erfragt wurden. Die

³¹⁸ Rat der Europäischen Union (11. Mai 2010): Verordnung (EU) Nr. 407/ 2010 zur Einführung eines europäischen Finanzstabilisierungsmechanismus. Online unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010R0407:DE:NOT>.

³¹⁹ Zitiert nach: *Ebenda*.

³²⁰ *Ebenda*.

³²¹ *Ebenda*.

³²² *Ebenda*.

³²³ Vgl. *Ebenda*.

österreichische Bevölkerung war auch 2010 deutlich skeptischer gegenüber der Europäischen Union eingestellt als alle Unionsbürger im Durchschnitt. So hielten nur 36 Prozent der Österreicher die Mitgliedschaft in der Union für eine „gute Sache“ (EU27: 49 %), knapp ein Viertel sah darin eine „schlechte Sache“ (EU27: 18 %). Dies deckt sich beinahe mit der Momentaufnahme von 2008. Womöglich durch die Wirtschaftskrise hervorgerufen, sahen aber doch mehr Österreicher im Jahr 2010 die Vorteile der EU-Mitgliedschaft überwiegen (41 %; EU27: 53 %), weiterhin knapp die Hälfte erkannten aber nach wie vor mehr Nachteile. Für den Eurobarometer 73 wurden auch Fragen explizit zur aktuellen Wirtschaftskrise und zukünftiger Wirtschaftspolitik gestellt. Hierin zeigten Österreich und der EU27-Durchschnitt große Einigkeit: Drei Viertel der EU-Bevölkerung hielten eine strengere Koordinierung von Wirtschaft- und Finanzpolitik auf EU-Ebene für effektiv, gar 85 Prozent befürworteten eine stärkere Zusammenarbeit der EU-Mitgliedsstaaten in diesem Bereich.³²⁴

³²⁴ Vgl. *Europäische Kommission*: Standard Eurobarometer 73. Online unter: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm.

4. ERGEBNISTEIL

4.1. Einführung zu den Ergebnissen

Vor der Bearbeitung der soeben vorgestellten Forschungsfragen und Hypothesen soll der Begriff der Regierungskommunikation, explizit auf das Verständnis der Verfasserin und damit der Arbeit zugrundeliegend dargestellt, damit seine Bedeutung auf die Forschungsfragen zugeschnitten werden. Auch den Adressaten der im Zentrum stehenden Regierungskommunikation, also den Bürgern, den Wählern, der Bevölkerung sollen hier eingangs noch Überlegungen gewidmet werden, seine Einordnung in ein bzw. seine Abgrenzung gegenüber einem Konzept von Öffentlichkeit oder öffentlicher Meinung versucht werden.

4.1.1. Zusammenführung des Begriffs Regierungskommunikation

Im Zuge dieser Forschungsarbeit tritt Regierungskommunikation in Anlehnung an Tenscher³²⁵ auf zwei verschiedenen Ebenen auf: Einerseits als interne, überwiegend nicht-öffentliche Kommunikation zwischen bzw. innerhalb von politischen Parteien und Einrichtungen, mit dem Ziel, Entscheidungen und Lösungsvorschläge im Vorfeld zu diskutieren, eine gemeinsame Linie zu finden. Diese Ausprägung von Regierungskommunikation wird bei der Forschungsfrage FF4 und den dazugehörigen Hypothesen H10 und H11 zugrunde gelegt, um nach der Kommunikation der Regierungspolitiker innerhalb des Parlaments zu fragen. Andererseits kommt auch die zweite Ausprägung von Regierungskommunikation nach Tenscher zum Tragen, nämlich als Kommunikationsprozess zwischen Regierung und Öffentlichkeit, der zumeist über die Medien vermittelt wird. Die Forschungsfragen FF1, FF2 und FF4, die also nach Erklärungen für die Kommunikation zwischen Regierung und Öffentlichkeit fragen, sind der zweiten, nach außen gerichteten Ebene unterzuordnen.

Wie diese Definition schon vermuten lässt, bleibt im Zuge dieser Forschungsarbeit der Direktkontakt der Regierung mit ihren Wählern – nach Sarcinelli³²⁶ ein Teil eines umfassenden Konzepts der politischen Öffentlichkeitsarbeit - außen vor. In die Untersuchung fließen vielmehr nur die Auftritte von Regierungspolitikern bei TV-Diskussionen wie die Aussendungen ihrer Sprecher mit dem Ziel der Verarbeitung für sämtliche Journalisten und folglich zur Rezeption für die Wähler ein – beide Untersuchungsgegenstände sind daher

³²⁵ Vgl. Tenscher (2002), S. 247-249.

³²⁶ Vgl. Sarcinelli (1994b), S. 27.

medienvermittelt. Dennoch wird im Zuge dieser Arbeit ein Unterschied gemacht. Denn bei TV-Diskussionen kann sich der Politiker trotz Mittlerschaft eines TV-Moderators „direkt“ an die Bevölkerung wenden, da er in dieser Situation Herr über seine Aussage ist. Anders bei Presseaussendungen, die im Wissen um den journalistischen Auftrag verfasst werden, hierbei hat der Journalist die Oberhand über die tatsächliche redaktionelle Aufbereitung der übermittelten Informationen.

Aktive Akteure der Regierungskommunikation als Teil politischer Öffentlichkeitsarbeit im hier verstandenen Sinn sind Regierungspolitiker selbst wie deren Sprecher, die – so ist die Studie angelegt – zwei verschiedene Publika zu erreichen versuchen. Regierungspolitiker streben über die Vermittlung durch Massenmedien den Kontakt zu den Bürgern an, in TV-Diskussionen können sie darauf vertrauen, dass ihre Aussagen originalgetreu gesendet werden. Regierungssprecher hingegen treten mit Aussagen dieses Formats nicht in die Öffentlichkeit, sie verbreiten vielmehr Presseaussendungen an Journalisten aller Medien, durch deren Kooperation sie sich eine für die eigene Partei möglichst positive Berichterstattung erhoffen. Um die Vorzüge der Multiplikatorenwirkung der Massenmedien zu nutzen, müssen Regierungssprecher in ihrer Öffentlichkeitsarbeit also die Informations- bzw. Kommunikationshoheit abgeben. Von informellen Einflussnahmen abgesehen, sind sie in letzter Konsequenz für die Art und Weise der öffentlichen Darstellung durch die Massenmedien nämlich nicht mehr handlungsberechtigt. Im Sinne einer Kontrollfunktion von Öffentlichkeit und Massenmedien gegenüber dem politischen System naturgemäß eine zu befürwortende Sachlage.

Grundlegend im Zuge der Hypothesenbildung für die vorliegende Forschungsarbeit war aber auch, dass Regierungskommunikation nicht nur in dem Sinn verstanden werden kann, dass sie Informationen der Politikherstellung öffentlich macht, sondern, dass sie umgekehrt als Grundlage oder Handlungsaufforderung für ebendiese Politikherstellung auch Informationen und Rückendeckung der Bürger benötigt. Dahingehend wird bei den Forschungsfragen und Hypothesen, nun folgend im Ergebnisteil nicht nur die Kommunikationsleistung von oben (Politik) nach unten (Bevölkerung) untersucht werden, sondern für eine umfassende Darstellung muss auch die Einflussnahme von unten nach oben – im Sinne von zweiseitig, asymmetrischer Kommunikation³²⁷ als Handlungsauftrag für die Politikherstellung mitgedacht werden, sprich auch mögliche Gründe für die Art und Weise

³²⁷ Vgl. Kamps (2007). S. 95-98.

der getätigten Regierungskommunikation von Politikern wie Sprechern werden versucht aufzuklären bzw. zumindest mitzudenken. Dieser Ansatz steht bei der Forschungsfrage FF4 und den drei Ausprägungen der zugehörigen Hypothese H12 im Mittelpunkt, die Unterschiede in der Kommunikation, hauptsächlich von PR-Mitarbeitern, je nach Stimmungslage in der Bevölkerung und damit nach Handlungsauftrag von unten, nachzuweisen versuchen.

4.1.2. Annäherung an den Begriff Öffentlichkeit

Der Begriff der Öffentlichkeit wird für die vorliegende Arbeit im Sinne von Publikum, Publizität oder allgemeiner Zugänglichkeit verwendet, grenzt sich damit zu zahlreichen anderen Konzepten dieser Begrifflichkeit ab.

In Nohlens „Lexikon der Politik“ wird *öffentliche Meinung* per se als seit dem 19. Jahrhundert auf den politischen Bereich explizierte Begrifflichkeit definiert; davor umfasste sie noch das gesamte gesellschaftliche Leben. Trotz des nunmehrigen Übereinkommens, dass es sich dabei um eine politische Begrifflichkeit handelt, existieren – aufgrund umstrittener Merkmale und Qualitäten von öffentlicher Meinung – unterschiedliche Ansätze und Zugänge dazu. So zählen laut elitär angelegten Konzepten nur jene Aussagen zu öffentlicher Meinung, die von „den relativ bestinformierten, intelligentesten und moralischsten Bürgern“³²⁸ geäußert werden. Demgegenüber stehen Konzepte, die die allgemeine Zugänglichkeit eines öffentlichen Diskurses im Sinne einer demokratischen Kontrollfunktion fordern. Habermas entwickelt seinen Ansatz der öffentlichen Meinung für moderne Demokratien aus einer Wandlung der privaten, literarischen Öffentlichkeiten des 18. Und 19. Jahrhunderts. Er sieht die öffentliche Meinung als legitimationsstiftend, sofern sie als „kritische Publizität“ verstanden werden kann. „Eine Meinung wird zur öffentlichen durch die Kommunikation organisationsinterner Öffentlichkeiten mit einer externen Öffentlichkeit“ – zwischen staatlichen Institutionen und gesellschaftlichen Organisationen vermitteln ihm zufolge die Massenmedien. Als Kommunikationsstruktur, die Meinungen aus der (elitären) Gesellschaft als Grundlage für politische Entscheidungen filtert, wird öffentliche Meinung im systemtheoretischen Ansatz von Luhmann verstanden. Für weite Teile vorliegender Arbeit

³²⁸ Hennis, W. (1957): Meinungsforschung und repräsentative Demokratie. Zur Kritik politischer Umfragen. Zitiert nach: Nohlen, Dieter (Hrsg.) (1998): Lexikon der Politik. Band 7, Politische Begriffe. München: Verlag C. H. Beck. S. 433.

relevanter erscheint da ein deskriptiv-demoskopischer Ansatz zu dem Begriff, für den individuelle Einstellungen eines repräsentativen Bevölkerungsquerschnitts im Zuge von Umfragen als öffentliche Meinung gelten.³²⁹

Öffentlichkeit wird in Nohlens Politik-Lexikon erstens als Synonym für öffentliche Meinung definiert, zweitens mit Verweis auf den Staat, als dessen Pflicht es angesehen wird, sich um das öffentliche Wohl zu kümmern und drittens als Publikum, allgemeine Zugänglichkeit oder Publizität.³³⁰ Letztere ist für die vorliegende Arbeit von besonderem Interesse.

Denn während eine staatliche Ausrichtung des Begriffs – mitgeprägt von Jürgen Habermas – Öffentlichkeit als „vernünftiges, rasonierendes Publikum, als Diskurssphäre der Staatsbürger, die Politik aus dem Arkanum der Herrschaftsgewalt herauslöst“³³¹ ansieht, die Bürger also eine aktive Rolle im Kommunikationsprozess hin zur öffentlichen Meinung einnehmen, Grundrechte einfordern und den Schritt zu demokratischer Partizipation demonstrieren, kommt den Bürgern, also den Rezipienten von Regierungskommunikation im Zuge dieser Arbeit zwar eine bedeutende Rolle zu, als Nicht-Sprecher und Nicht-Untersuchungsobjekt kann aber nicht von einer überaus aktiven Rolle der Bevölkerung gesprochen werden.

Habermas widmet sich in seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“³³² der Analyse des Typus *bürgerliche Öffentlichkeit*. Diese fasst er als „epochal-typische“, und damit historische Kategorie auf, die sich nicht ohne die zugehörige Entwicklungsgeschichte der bürgerlichen Gesellschaft im Hochmittelalter in Europa, speziell in Frankreich und England, denken lässt. Als enge Verknüpfung beschreibt Habermas die „Öffentlichkeit im modernen Sinne“³³³ mit der Sphäre der öffentlichen Gewalt, also dem Staatlichen – auch den Nachrichtenverkehr, das Pressewesen subsumiert er einer „kontinuierlichen Staatstätigkeit“³³⁴. Privatleute – also jene ohne offizielles Amt – sind von der Öffentlichkeit ausgeschlossen. Mit zunehmender Bedeutung wirtschaftlicher Handelsbeziehungen entsteht aber die bürgerliche Gesellschaft als Gegensatz zur herrschenden Obrigkeit.³³⁵ Die Bürgerlichen sind nun Privatleute, denen es nicht um Herrschaftsansprüche geht, sondern

³²⁹ Vgl. Nohlen (1998). S. 433-434.

³³⁰ Vgl. *Ebenda*. S. 434.

³³¹ *Ebenda*. S. 435.

³³² Vgl. Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuauflage nach 1962. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

³³³ *Ebenda*. S. 74.

³³⁴ *Ebenda*. S. 74.

³³⁵ Vgl. *Ebenda*. S. 74-76.

vielmehr um ein Maß an Kontrolle und damit Veränderung bei der Obrigkeit. Bevor sie selbst um die Öffentlichkeit der öffentlichen Gewalt kämpfen, richteten sie literarische Kultur-Zirkel in Kaffeehäusern ein, die Männern vorbehalten waren und quasi als Übungsfeld für öffentliche Kommunikation dienten. Die politische Öffentlichkeit entwickelt sich schließlich aus den literarischen, vermittelt zwischen Staat und Gesellschaft.³³⁶ Quasi als Reaktion darauf wurden die Intelligenzzeitungen der Bürgerlichen in Amtsblätter verwandelt, „Verordnungen des Landesherrn zum Besten der Untertanen“³³⁷ wurden darin publiziert. Als Publikum agierten die gebildeten Schichten, die neuen Bürgerlichen. Sie hatten die zentrale Stelle als Publikum inne, der „gemeine Mann“³³⁸ war nicht integriert. Dazu zitiert Habermas ein Rescript Friedrichs II aus 1784, in dem es Privatpersonen gar verboten wird, über Handlungen oder Gesetze der Herrscher, Höfe und Bediensteten öffentliche Urteile zu fällen – zumal dann nicht, beinhalten sie einen Tadel. „Eine Privatperson ist auch zu deren Beurteilung gar nicht fähig, da es ihr an der vollständigen Kenntnis der Umstände und Motive fehlt“³³⁹, erklärt Friedrich II dazu.

Nochmals zusammengefasst meint die zweite Interpretationsmöglichkeit von Öffentlichkeit also den Bezug zur öffentlichen, damit staatlichen Gewalt, Habermas beschreibt sie zudem als historische Kategorie während des 18. Jahrhunderts in Europa und der da langsam entstehenden bürgerlichen Öffentlichkeit samt ihrer literarischen, später politischen Zirkel. Diese Herangehensweise kann für die vorliegende Arbeit nicht verwendet werden, ist für eine Beschreibung einer modernen Mediengesellschaft und politischer Parteien, die um die Gunst der Wähler kämpfen müssen, nicht geeignet.

Stattdessen trifft die letztgenannte Argumentationslinie auf vorliegenden Ansatz zu, Öffentlichkeit als Publikum oder allgemeine Zugänglichkeit, die auch der Massendemokratie Tribut zollt, die kleinen, gebildeten, herrschaftskritischen Diskussionsrunden des 18. Jahrhunderts werden als überholt angesehen. Es gibt nicht mehr den öffentlichen Raum, in dem für alle interessante Angelegenheiten diskutiert und zu einem gemeinsamen Willen geformt werden. Stattdessen ist Öffentlichkeit, nach Luhmann, zu einem „Problem der Institutionalisierung von Themen politischer Kommunikation“³⁴⁰ geworden, nur das, was zur Veröffentlichung kommt, ist öffentlich, damit Teil innerhalb des politischen Kommunikationsprozesses. Möglichkeiten zum Agenda Setting politischer Einrichtungen

³³⁶ Vgl. Habermas (1990). S. 86-90.

³³⁷ Ebenda. S. 79.

³³⁸ Ebenda. S. 80.

³³⁹ Ebenda. S. 84.

³⁴⁰ Luhmann, Niklas (1970): Öffentliche Meinung. In: PVS 11, S. 2-28. Zitiert nach: Nohlen (1998). S. 435.

sowie die Nachrichtenfaktoren der Massenmedien, die die Kommunikation abermals selektieren und strukturieren nehmen einen immer größeren Stellenwert für Öffentlichkeit ein.³⁴¹ „Ö[ffentlichkeit] als Sphäre der Kommunikation zerfällt nunmehr in organisationsinterne Ö. innerhalb von Parteien, Verbänden, Interessensgruppen etc., eine Ö. der publizistisch wirkenden Institutionen („Öffentlichkeitsarbeit“ von Parlament, Regierung, Verwaltung etc.) und eine durch Medien vermittelte Ö.“³⁴² Diese Definition trifft auch den Untersuchungsgegenstand vorliegender Arbeit, bei dem es in erster Linie um die medienvermittelte Öffentlichkeitsarbeit der österreichischen Bundesregierung geht, auch dem zweiten Aspekt, der organisationsinternen Kommunikation innerhalb des Parlaments kommt eine kleinere Rolle zu, nach ihr wird bei den Hypothesen H10 und H11 der Forschungsfrage FF3 gefragt.

4.2. Datenauswertung

4.2.1. Experteninterviews

Insgesamt wurden vier Leitfadeninterviews geführt, mit „Experten“ aus Kommunikations- oder Informationsabteilungen der beiden Regierungsparteien SPÖ und ÖVP sowie mit den wesentlichsten Institutionen für Europa in Österreich, nämlich dem Ministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BmeiA) sowie mit dem Bundeskanzleramt.

Aus dem Bundeskanzleramt stellte sich der Leiter der Abteilung 7.2. des Bundespressedienstes, zuständig für „Presse-Organisation und EU-Kommunikation“ am 10. März 2011 dem Interview, aus dem Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten konnte ein Experte für Europakommunikation aus der Presse- und Informationsabteilung gewonnen werden. Bei der SPÖ konnte das Leitfadeninterview mit dem Leiter des Pressedienstes geführt werden, auch bei der ÖVP wurde ein Mitarbeiter der Presseabteilung für die Fragen gewonnen.

Der Leitfaden bewährte sich in allen vier Gesprächen sehr gut als strukturierendes Werkzeug, je nach Ausführlichkeit der Antworten der Experten dauerten die Interviews zwischen 40 und 50 Minuten, also etwas länger als ursprünglich erwartet. Die

³⁴¹ Vgl. Nohlen (1998). S. 435.

³⁴² Ebenda. S. 435.

Gesprächspartner nahmen sich aber gern die Zeit, gingen auf die Fragen ein und antworteten ausführlich und ehrlich.

Nach Beendigung der Interviews wurden diese transkribiert und qualitativ inhaltsanalytisch ausgewertet, wobei hier 14 Überthemen gefunden wurden, unter die die jeweiligen Aussagen/ Antworten der Experten subsumiert werden konnten. So bleiben die Einzelheiten und Unterschiede in der Kommunikation der Experten erhalten, es entsteht aber eben auch die notwendige Vergleichbarkeit für die Analyse und somit für die Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfragen.³⁴³ Beispiele für die Überthemen wären etwa „Aufgabenbereich“, „Methoden“, „Agenda Setting“, „Aktuelle Situation und Schwierigkeiten der EU-Kommunikation“.

4.2.2. Presseaussendungen

Insgesamt wurden 155 Presseaussendungen der beiden Regierungsparteien zu den drei gewählten Zeitpunkten quantitativ inhaltsanalytisch untersucht, danach für weitere statistische Berechnungen in das Programm SPSS eingetragen. Zusätzlich zu den Presseaussendungen wurden auch die Transkripte von den TV-Diskussionssendungen codiert, um einen quantitativen Vergleich mittels SPSS zu ermöglichen. Bei zwei Diskussionssendungen traten sowohl ein Vertreter der SPÖ als auch einer des Koalitionspartners ÖVP auf, diese wurden als zwei verschiedene Datensätze eingegeben, um den Auftritt jedes einzelnen analysieren zu können, da ja nicht davon ausgegangen werden kann, dass die beiden Regierungspartner dieselbe Meinung (öffentlich) vertreten. Die SPSS-Auswertung beinhaltet folglich auch 7 Datensätze von TV-Diskussionen, insgesamt stehen also 162 Fälle zur Auswertung, was prinzipiell schon auf eine hohe Reliabilität hinweist.

Nach Aussender geordnet, ergibt sich folgendes statistisches Ergebnis: Die Sozialdemokratische Partei Österreichs, die zu allen drei Zeitpunkten den Bundeskanzler stellte, verfasste insgesamt 101 (62,3%) für diese Forschungsarbeit relevante Presseaussendungen, der Koalitionspartner ÖVP blieb mit 60 Aussendungen (37 %) doch klar zurück. Eine Presseaussendung, nämlich jene zum Aufruf an die Bevölkerung, an der Volksabstimmung zum EU-Beitritt teilzunehmen, mit Ja zu stimmen, kann als Gemeinschaftsprodukt eingestuft werden, es wurde von Kanzler Vranitzky und Vizekanzler Busek signiert.

³⁴³ Die qualitative Auswertung der Leitfadeninterviews befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

Die Aussendungen zum EU-Beitritt 1994 wurden sehr kontinuierlich über die gesamte Untersuchungsdauer veröffentlicht, demgegenüber gab es konkrete Anlässe für die Kommunikation in den beiden anderen Fällen, zu denen die Aussendungen gehäuft auftraten.

Prinzipiell verlief die Einordnung der Aussendungen bzw. der TV-Diskussionen sehr gut, nur äußerst selten konnten Variablen nicht codiert werden.

4.2.3. TV-Konfrontationen

Folgende fünf ORF-Diskussionssendungen zu den drei Untersuchungszeitpunkten mit Regierungsbeteiligung wurden transkribiert und zuerst quantitativ, dann qualitativ inhaltsanalytisch auf Auffälligkeiten hin untersucht:

1. Am 22. Februar 1994 traf ÖVP-Außenminister Alois Mock gemeinsam mit den Landeshauptleuten von Tirol (Weingartner) und dem Burgenland (Stix) sowie mit den Oppositionspolitikern Voggenhuber (Grüne) und Haider (FPÖ) auf Diskussionsleiter Oberhauser beim „Runden Tisch“ des ORF. Thema der Sendung: „Zielgerade, EU-Verhandlungen in der heißen Phase“. Dauer der Aufzeichnung: 47 Minuten. Die Themen Zweitwohnsitz-Regelung und Transit wurden diskutiert.

2. Am 18. Dezember 1994, knapp vor dem Beitritt Österreichs, stellte sich SPÖ-Kanzler Franz Vranitzky in einer „Pressestunde“ den Fragen der Journalisten Helmut Brandstätter, Hans Rauscher (Kurier) und Eva Rossmann (OÖ-Nachrichten). Neben zwei innenpolitischen Themen, nämlich der Budgetkonsolidierung und den Schwierigkeiten innerhalb der SPÖ wurde auch der Kompetenzstreit für den Europäischen Rat zwischen Kanzler und Bundespräsident erläutert, sowie die Frage, ob der Beitritt per 1. Jänner 1995 überhaupt noch möglich sei. Dauer: 61 Minuten.

3. Auch zum zweiten Untersuchungszeitpunkt, dem Vertrag von Lissabon, strahlte der ORF zwei Diskussionssendungen mit Regierungsbeteiligung aus. So kam Ende 2007, nach dem Beschluss über den Vertrag im Rat, Redakteur Raimund Löw an einem „Runden Tisch“ in Brüssel mit Kanzler Gusenbauer, Österreichs EU-Kommissarin Ferrero-Waldner, einer niederländischen und einem britischen EU-Parlamentarier zusammen, um zum Thema „Neuer Anlauf für Europa“ zu diskutieren. Der Verfassungsvertrag selbst sowie großteils fehlende Zustimmung aus der Bevölkerung zur EU wurden angesprochen. Dauer: 25 Minuten.

4. Vor der Ratifizierung des Vertrages von Lissabon im österreichischen Parlament im April 2008 wurde die Thematik „Schreckgespenst EU-Reformvertrag“ von den beiden Klubobmännern Cap (SPÖ) und Schüssel (ÖVP) gemeinsam mit den Bundesparteiobleuten der Grünen (Glawischnig), der FPÖ (Strache) und des BZÖ (Westenthaler) sowie mit einem Verfassungsjuristen (Meyer) bei „Im Zentrum“ mit Ingrid Thurnher diskutiert. Themen: Volksabstimmung und Auswirkungen des Vertrages auf Österreich. Dauer: 68 Minuten.

5. Zum Euro-Rettungsschirm 2010 diskutierten am 9. Mai der SPÖ-Wirtschaftssprecher Matznetter, der ehemalige ÖVP-Finanzminister Molterer, ein Mitglied des EU-Weisenrates (Münz), Nationalbank-Gouverneur Nowotny, die Ökonomen Scheiblecker und Schneider sowie die Journalistinnen Rohrer und Thurnher „Im Zentrum“. Motto: „Kampf um den Euro“. Speziell ging es um die Griechenland-Krise und um stärkere Sanktionierungsmaßnahmen für die EU-Wirtschaftspolitik. Dauer: 61 Minuten.

FF1: Wie gestaltet sich die Regierungskommunikation über EU-Themen in Österreich seit dem Beitritt zur Union in Anbetracht des Wandels zur Mediendemokratie?

H1: Angesichts der Mediendemokratie hat sich die Regierungskommunikation über EU-Themen aus organisatorischer Sichtweise professionalisiert.

Nach der qualitativen Auswertung der Leitfadeninterviews kann diese Hypothese für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand **bestätigt** werden. Im Bundeskanzleramt sowie im Außenministerium standen sogar für die Interviews jeweils Mitarbeiter aus den dort eingerichteten Abteilungen für EU- bzw. Europa-Kommunikation bereit, diese Thematik hat also schon Eingang in die Presse- oder Informationsabteilungen gefunden.

Im Bundeskanzleramt wird die Entwicklung der EU-Kommunikation als „Kontinuität seit dem Beitritt“³⁴⁵ beschrieben, als Einrichtung gibt es sie schon seit Jahren im Bundespressedienst, seit 1. März 2011 scheint sie auch in der „Headline“ der Abteilung und somit für jedermann transparent – beispielsweise über die Homepage zu finden – auf. Das Bundeskanzleramt ist außerdem für die Koordinierung aller Öffentlichkeitsbestrebungen der involvierten Einrichtungen Österreichs über EU-Themen zuständig.

Auch im Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (Anpassung des Namens!) befindet sich - ähnlich zu allen anderen Ministerien – eine Europa-Abteilung, die sich auch der Öffentlichkeitsarbeit über EU-Themen annimmt. Diese spezifische Kommunikationsabteilung gibt es im Außenministerium etwa seit 2007 als ausgewiesene Stelle, nämlich deshalb, „um der Notwendigkeit Rechnung zu tragen, der EU auch in der Kommunikation eine größere Bedeutung zu geben.“³⁴⁶ Während die Europa-Abteilung des Ministeriums aber in erster Linie die Vertretung dieser Institution über hat, können Außenminister und dessen Berater auf einer persönlicheren Ebene tätig werden. Auch in diesem Bereich nennt der Experte einige Veränderungen, Neuerungen, die in jüngster Vergangenheit seit der Amtsübernahme durch Dr. Michael Spindelegger eingeführt wurden, um Europa in der Kommunikation und bei der Bevölkerung stärker zu positionieren. So folgte auf die „Europa-Zuhör-Tour“ des Ministers als Direktkontakt-Maßnahme mit der

³⁴⁴ An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass in vielen Fällen auf eine ausführliche, detailgetreue Darstellung der SPSS-Auswertungen sowie auf die Hinweise zur jeweiligen Signifikanz verzichtet wurde, da die statistischen Berechnungen ohnehin im Anhang zu finden sind.

³⁴⁵ Interview BKA.

³⁴⁶ Interview BmeiA.

Bevölkerung im ganzen Land eine „Europa-Dialog-Tour“. Auch stellt der Minister nach jedem Ministerrat Videos auf die Homepage des BmeiA, um über Inhalte, Positionen und Beschlüsse der Sitzungen zu berichten – „ein Schritt, um die Relevanz Brüssels nach Österreich zu bringen“³⁴⁷.

In diesen beiden Einrichtungen, die schon im Vorfeld der Interviews von der Autorin als essentiell für EU-Themen und speziell für die Europa-Kommunikation eingestuft wurden – ist also klar der Schritt hin zu den Medien, hin zu einer transparenten Öffentlichkeitsarbeit auch über EU-Themen zu erkennen – eine Notwendigkeit angesichts der Tendenzen zur Mediendemokratie.

Bei den beiden Regierungsparteien SPÖ und ÖVP findet man ausgewiesene „EU-Sprecher“ im Parlament – Ende März 2011 sind dies Mag. Christine Muttonen für die SPÖ und Dr. Wolfgang Schüssel für die ÖVP. Diese Bereichssprecher können nicht als neue Einrichtung bezeichnet werden, da es zu allen drei Untersuchungszeitpunkten schon vergleichbare Positionen gegeben hat – so müsste auch Dr. Brigitte Ederer, Europa-Staatssekretärin während der Beitrittsverhandlungen als derartige Sprecherin eingeordnet werden. Im Sinne einer Hinwendung zur Mediendemokratie, der Bereitstellung eines Informationsangebots für die Medien können die EU-Sprecher aber nicht verstanden werden, da sie weniger für den Kontakt mit Medien und Öffentlichkeit zuständig sind, als für die interne Expertise in der Partei bzw. im Parlament.

Explizite Öffentlichkeitsarbeit über EU-Themen übernehmen die Medienleute der EU-Abgeordneten beider Parteien, wie dies der SPÖ-Gesprächspartner während des Interviews erklärte. Dabei steht den Abgeordneten je ein Mitarbeiter in Wien und Brüssel zur Seite, diese arbeiten eng mit dem SPÖ-Pressedienst als „zentraler Sendestelle“ zusammen. Die PR-Mitarbeiter der EU-Abgeordneten sind also in ihrer Arbeit nicht autonom, im Pressedienst steht ihnen großteils nur eine auf EU spezialisierte Redakteurin als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Eine Hinwendung der ÖVP zum Thema EU im organisatorischen Bereich erkennt man an der eigenen Namensgebung „Europa-Partei“.

Für die Regierungsparteien gäbe es angesichts der Mediendemokratie und damit der Wichtigkeit der medialen Vermittlung von Inhalten für die Öffentlichkeit noch Nachholbedarf in ihrem Grad der Professionalisierung bei der Kommunikationsarbeit über EU-Themen. Dies entspricht auch den Befunden von Tenscher³⁴⁸, der PR im politischen Bereich zwar

³⁴⁷ Interview BmeiA.

³⁴⁸ Vgl. Tenscher (1998), S. 188-189.

zunehmend als professionalisiert versteht, durch eigene Sprecher spezialisiert, jedoch gibt es zu bedenken, dass es immer noch an einem entsprechenden Organisationsgrad, der auch langfristige Konzepte zur Kommunikation zum Thema haben sollte, fehle.

Hinsichtlich einer Personalstandsentwicklung waren sich alle Gesprächspartner einig, dass die Anzahl der Mitarbeiter aus Kostengründen gleichbleibend war und ist. Im Bundeskanzleramt wies man auf die Ausnahme der Aufstockung während der österreichischen Ratspräsidentschaften hin; im Außenministerium sprach man von Umstrukturierungen, wenn bestimmte Bereiche zu Lasten anderer an Nachfrage zunehmen.

Zusammenfassend muss konstatiert werden, dass die Regierungsparteien in ihren Abteilungen für EU-Kommunikation den beiden anderen untersuchten Institutionen noch hinterher hinken – wenngleich der Beiname Europa-Partei bei der ÖVP ein wesentlicher Schritt ist. Der Professionalisierungsgrad der Organisation im Bundeskanzleramt und im Außenministerium ist angesichts der Tendenzen der Mediendemokratie fortgeschritten, man ist auf die aktuellen Anforderungen in der Thematik EU folglich auch besser gerüstet. Bei den Parteien sind in der EU-Kommunikation großteils die EU-Abgeordneten gefordert, sind relativ auf sich gestellt.

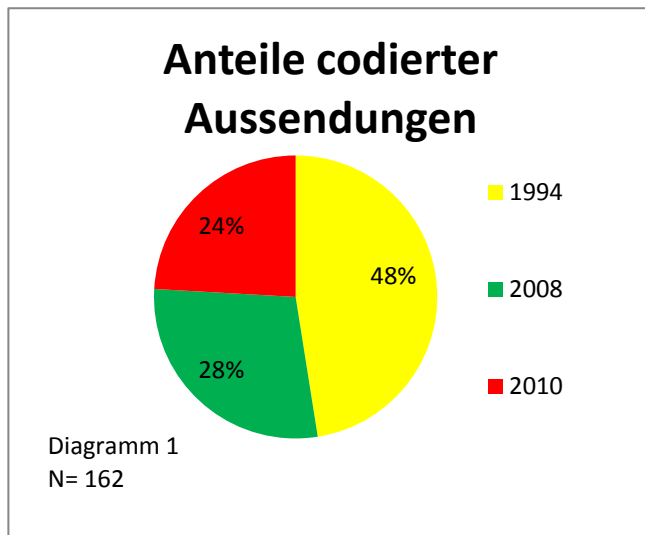
H2: Eine Externalisierung der PR-Leistungen über EU-Themen angesichts der Mediendemokratie hat in Österreich noch nicht stattgefunden.

Diese Hypothese muss **differenziert betrachtet** werden. Während die These für die Presse- und Informationsabteilung des Außenministeriums nach momentanem Stand **verifiziert** werden kann, stellt sich die Situation beim Bundeskanzleramt und bei den Parteien anders dar, die These müsste **falsifiziert** werden.

Der Bundespressdienst nützt externe Agenturen zumindest bei Großkampagnen, hatte externe Unterstützung beispielsweise bei der Aufarbeitung der Thematik Verfassungs- bzw. Reformvertrag. Die Parteien lagern sogar regelmäßig Kommunikationsagenden zu externen Partnerunternehmen aus.

Auch diese Anpassung an die Macht der Medien, die Erfordernis sowohl den Medien als auch der Bevölkerung selbst immer professioneller gegenüberzutreten, hat in Österreich – anders als ursprünglich erwartet – zumindest teilweise schon Fuß gefasst.

H3: Die Quantität der EU-zentrierten Kommunikationsleistungen hat seit dem Beitritt Österreichs im Jahr 1995 insgesamt stetig zugenommen.



Diese These muss für die drei gewählten Zeitpunkte **verworfen** werden. Die Anzahl der Presseaussendungen zum EU-Beitritt im Jahr 1995 ist wesentlich größer als jene zu den anderen beiden Zeitpunkten, die untersuchten Presseaussendungen lassen gar eine entgegen gerichtete Tendenz erkennen, nämlich, dass Presseaussendungen im Abnehmen

begriffen sind (siehe Diagramm 1). Während für den Zeitpunkt „Beitritt Österreichs“ 77 (47,5 %) entsprechende Artikel codiert wurden – und hier ist anzumerken, dass aufgrund der enormen Zahl an Treffern bei APA-OTS (447) die Suche auf „Vranitzky“ bzw. „Mock“ im jeweiligen Partei-Aussender zugespitzt wurde – waren es anlässlich des Vertrages von Lissabon nur mehr 46 (28,4 %) und zum Euro-Rettungsschirm, konkreter Anlassfall Griechenland im Frühjahr 2010 gar nur 39 (24,1 %).

Lediglich eine ambivalente Interpretation dieser Hypothese lässt die Auswertung der Leitfadeninterviews zu. So berichtet der SPÖ-Experte: „1995 war das noch etwas Besonderes, wenn an einem Tag fünf Presseaussendungen geschrieben wurden, bei uns geht das heute wie am Fließband.“ Zugespitzt auf die EU-Kommunikation muss er aber einräumen, dass „der Graben bei ebendieser seit dem Beitritt nicht kleiner geworden ist“, entsprechend ging es auch mit der „Wahrnehmung in der Bevölkerung steil bergab“³⁴⁹.

Ein stärkeres Interesse, eine größere Nachfrage für Informationen über die EU seitens der Medien und der Bevölkerung orten hingegen die Experten von BKA und BmeiA. Ihnen zufolge hätte sowohl die EU-Berichterstattung beim ORF, als auch bei den privaten TV-Sendern, wie ATV merklich zugenommen. Sowohl als eigene Weiterentwicklung als auch als Reaktion auf die Nachfrage installierte das Außenministerium 2007 die Europa-Kommunikations-Abteilung.

³⁴⁹ Interview SPÖ.

Das Ergebnis der SPSS-Auswertung der Presseaussendungen muss angesichts der Erkenntnisse aus den Experteninterviews und eigener Überlegungen der Autorin aber in ihrer Aussagekraft zwiespältig betrachtet werden. Einerseits lässt sich die Themenrelevanz eines EU-Beitritts Österreichs samt der daraus entstehenden Konsequenzen für die nationale Bevölkerung, das politische System und die Wirtschaftsbeziehungen nicht mit den beiden anderen Zeitpunkten vergleichen.³⁵⁰ Zudem muss man auch in Betracht ziehen, dass die beiden Regierungsparteien anlässlich des EU-Beitrittes mitunter deshalb in Qualität und Quantität ihrer Kommunikation gefordert waren, weil zuerst die Bevölkerung im Zuge einer Volksabstimmung am 12. Juni 1994 ihre Zustimmung zu diesem Weg geben musste. Die Kommunikation 1994 ist also vergleichbar mit jener in Wahlkämpfen – Politiker müssen nicht nur um das aus ihrer Sicht „richtiger Kreuzerl“ rhetorisch bei den Wählern kämpfen, sondern müssen sie überhaupt erst mobilisieren, dass sie an der Wahl teilnehmen.

Dieser Umstand kam beim Vertrag von Lissabon – obwohl auch hier eine Volksabstimmung diskutiert wurde – und dem Euro-Rettungsschirm nicht zum Tragen. Obwohl die Bürger in die Entscheidungen seit dem Beitritt nicht mehr direkt involviert waren, hat aber dennoch, andererseits, die Relevanz Europäischer Entscheidungen zugenommen - alle Experten bestätigten, dass heute Innenpolitik über weite Strecken von der EU geprägt wird; der Reformvertrag eine wesentliche Wegscheide für die Union war, der Rettungsschirm essentiell für die gemeinsame (und beliebte) Währung. In diesem Zusammenhang wurde auch die geringe Anzahl an Aussendungen in den letzten Jahren im Zuge der Experteninterviews thematisiert: „Irgendetwas passiert da immer in der Vermittlung, dass es nicht klappt“³⁵¹.

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Parteien ergibt sich bei der Quantität der Kommunikationsleistungen nur eine wesentliche Auffälligkeit: Bundeskanzler Vranitzky hat sich 1994 mit großer Dominanz zum Wortführer erklärt, 55 Aussendungen wurden von ihm im Zuge dieser Arbeit codiert, Außenminister Mock dürfte sich die Öffentlichkeitsarbeit mit Vizekanzler Busek aufgeteilt haben, mit seinem Suchbegriff allein kommt die ÖVP auf nur 19 Aussendungen. Insgesamt meldete eine APA-OTS-Mitarbeiterin 271 Artikel der SPÖ und 176 der ÖVP³⁵² vor dem EU-Beitritt, die SPÖ hat also auch in dieser Gesamtsicht einigen Vorsprung. Bei den beiden anderen Untersuchungszeiträumen ähneln die

³⁵⁰ Vgl. *Interview BKA*.

³⁵¹ *Interview SPÖ*.

³⁵² Jeweils mit Eingrenzung des Aussenders auf SPÖ bzw. ÖVP und den Suchbegriffen „EU-Beitritt AND SPÖ“ bzw. „EU-Beitritt AND ÖVP“.

Kommunikationsleistungen der beiden Regierungsparteien einander sehr, beide publizierten etwa je 20 Artikel über APA-OTS.

Ebenfalls auffällig: Während im 5-monatigen Untersuchungszeitrahmen von 1994 die Aussendungen der beiden Parteien sehr kontinuierlich stattfinden, über den gesamten Zeitrahmen alle 2 bis 4 Tage auf diese Art und Weise kommuniziert wird, scheinen zu den beiden anderen Zeitpunkten je gravierende Schwerpunkte auf. Beim Vertrag von Lissabon ist dies der 9. April 2008 (18 Aussendungen), der Tag an dem der Nationalrat mit großer Mehrheit für den EU-Reformvertrag stimmte. Für den Euro-Rettungsschirm tun sich der 5. Mai 2010 (6 Aussendungen), an dem eine Sondersitzung im Parlament zu „Griechenland-Hilfe und Euro-Rettungsschirm“ stattfand, sowie der 19. Mai 2010 (10 Aussendungen), an dem SPÖ und ÖVP das „Bundesgesetz zur Teilnahme an internationaler Zahlungsbilanzstabilisierung“³⁵³ annahmen, hervor.

Mit diesem Vorgehen handeln die Parteien gegen wissenschaftliche Befunde, die eine längerfristige Kommunikation vor Entscheidungen empfehlen. So argumentiert Leipziger³⁵⁴, dass Politiker schon vor ihren Entscheidungen um Verständnis für die jeweilige Veränderung in der Bevölkerung werben, einen Dialog mit der entsprechenden Zielgruppe forcieren sollten. Und auch Tenscher³⁵⁵ versteht Public Relations generell als mittel- bzw. langfristige Kommunikationsstrategie, gerade im Bereich der politischen PR sieht er aber noch ein Manko an längerfristigen Strategien. Dieser Mangel muss auch nach dieser Forschungsarbeit bestätigt werden, da die punktuell auf aktuelle Entscheidungen bezogene EU-Kommunikation, die beim EU-Reformvertrag und beim Euro-Rettungsschirm konstatiert wurde, nicht als stete Kommunikationsarbeit klassifiziert werden kann. Den Erfolg des längerfristig angelegten Konzepts konnte man – so eine Vermutung – zum Beitritt erkennen, als die Befürwortung zur EU in der österreichischen Bevölkerung ausgeprägter und doch ein wenig anhaltend war.

³⁵³ Vgl. *Wien-konkret*: EU-Skandale. Griechenland-Hilfe. Online unter: <http://www.wien-konkret.at/politik/europa/eu-skandale/griechenland/>.

³⁵⁴ Vgl. *Leipziger* (1994). S. 138.

³⁵⁵ Vgl. *Tenscher* (1998). S. 188-189.

H4: Inhaltlich wird bei der Regierungskommunikation der beiden letzten Untersuchungszeitpunkte mehr Wert gelegt auf eine Personalisierung, die 1995 noch nicht in diesem Ausmaß zu belegen war.

Da Personalisierung als eine Konsequenz der Tendenzen zur Mediendemokratie bezeichnet wird, sollen vorweg die Eindrücke der Experten zu diesem umfassenden Thema kurz dargestellt werden. Medialisierung wird von allen Gesprächspartnern als „allgemeine Tendenz“ eingeordnet, die ÖVP empfindet diese Tendenz als „eindeutig spürbar“, erklärt: „Mit Inhalten kommt man leider sehr schwer durch, die Verpackung zählt immer mehr“³⁵⁶. SPÖ und BmeiA stufen die Medialisierungs-Auswirkungen für ihre alltägliche Arbeit als „wenig spürbar“ ein. Eine Hinwendung zu soft news wird seitens des SPÖ-Pressedienstes nicht abgestritten, aufgrund von immer mehr und neuen Medien werden auch mehr Inhalte gefordert, die dann aber nicht immer mit höchster Relevanz aufwarten können, „oftmals werden die Geschichten auch absurder“³⁵⁷. Eine gänzliche Abwendung von soft news sei aber bei der Regierungspartei auch nicht angestrebt – aus Rücksicht auf die Leser wird eine service-orientierte Mischung von hard- und soft news verwendet. Auch Bilder nehmen eine wichtige Rolle in der Kommunikation ein, so werden etwa Fotos von Abgeordneten bei passenden Veranstaltungen geschossen, um die Personen auch einmal außerhalb ihres Arbeitsumfeldes ablichten zu können. „Das lässt die Personen menscheln“, berichtet der SPÖ-Pressedienst-Leiter.

Ähnlich argumentiert auch der Bundespressedienst. Personalisierung und Visualisierung sind national wie international wesentliche Werkzeuge in der Öffentlichkeitsarbeit. Das Bestreben der EU sei es, „der Union ein Gesicht zu geben“, „wir hier im Bundeskanzleramt versuchen der EU mehrere Gesichter zu geben, um mehrere Zielgruppen anzusprechen“³⁵⁸. Auf eine inhaltlich einfache Darstellung bzw. gar eine Boulevardisierung verzichtet man im Pressedienst – im Sinne der Ausgewogenheit werden positive wie negative Seiten von EU-Entscheidungen kommuniziert, „wir vermeiden es tunlichst, reine Jubelpropaganda zu machen“. Auswirkungen von Entscheidungen sollen dabei möglichst konkret für den einzelnen Bürger dargestellt werden – „runterbrechen, ohne dabei so flach zu werden, dass es einfach nicht mehr stimmt“³⁵⁹.

³⁵⁶ Interview ÖVP.

³⁵⁷ Interview SPÖ.

³⁵⁸ Interview BKA.

³⁵⁹ Ebenda.

Das Bemühen, Informationen transparent zu geben, für verschiedene Zielgruppen konkret aufzuschlüsseln, was „EU“ bedeutet, wird auch im Außenministerium groß geschrieben. Trotzdem, dass hier von einer kleinen Hürde bei den Medien gesprochen wird, wenn es um die Platzierung von abstrakteren Themen geht. Die chronikalen Themen sind immer gefragt, „wenn es um das Schicksal einzelner Österreicherinnen oder Österreicher geht“, gibt es viel Medieninteresse, das sei auch im BmeiA spürbar.

Auch bestimmte Nachrichtenfaktoren sind bei der Arbeit in der EU-Kommunikation wesentlich, stellen eine Anpassung an die Medienlogik dar. So nennen alle vier Institutionen den Faktor Nähe als wichtig, der es einerseits für EU-Themen schwierig macht, in den Medien zu landen, weil die EU weit weg ist, andererseits bekommen EU-Themen eine Chance, wenn sie in einen nationalen oder gar regionalen Bezug/ Zusammenhang gebracht werden. Im Bundeskanzleramt heißt es dazu: „going local – was bringt’s euch am flachen Land“. Wesentlich für die Medienarbeit sind aber auch die Faktoren Themenrelevanz und Betroffenheit.

Vor der Interpretation jener Ergebnisse, die durch die quantitative Inhaltsanalyse von Presseaussendungen zustande kamen, ist einzuwenden, dass diese Hypothese aufgrund der Fokussierung bei Presseaussendungen 1995 auf die Schlagworte „Vranitzky“ und „Mock“ schwierig zu überprüfen ist, da die Operationalisierung „Kanzler oder Vizekanzler agieren als Hauptakteure“ somit automatisch gegeben ist.

Behandelt man die Hypothese nach dem Gesichtspunkt, welches Wir der Hauptakteur mit seiner Aussage konstruiert, für wen er also spricht, wem er folglich auch die Verantwortung, das Lob für die jeweiligen Entscheidungen zuschreibt, kann keine Veränderung über die Jahre festgestellt werden. Die Fälle, in denen der Hauptakteur explizit seine eigene Meinung wiedergibt, den Erfolg oder Misserfolg in der politischen Arbeit allein sich selbst zuschreibt, können zu allen drei Zeitpunkten vernachlässigt werden (insgesamt 11 Fälle). Auffällig ist hingegen, dass der jeweilige Bundeskanzler (Vranitzky, Gusenbauer, Faymann) großteils für die gesamte Regierung spricht, in 63,5 % bis 75 % der Fälle - das Herausstellen von Erfolgen der eigenen Person bzw. der eigenen Partei finden an dieser Position also nur selten statt. Somit kann jener Teil der Operationalisierung dieser Hypothese, der sich an den aus der Literatur bekannten „Chefsachen-Mythos“ knüpft, verworfen werden, insbesondere auch deshalb weil bei den Zeitpunkten „Vertrag von Lissabon“ und „Euro-Rettungsschirm“ nicht Kanzler oder Vizekanzler primär kommunizieren, sondern sich einfache

Nationalratsmitglieder in großer Anzahl zu Wort meldeten. Zum EU-Beitritt kann diese Frage aus oben schon genanntem Grund nicht mit Sicherheit beantwortet werden, die Autorin geht aber schon davon aus, dass Bundeskanzler Vranitzky im Vergleich zu seinen Abgeordneten die meisten Wortmeldungen zu verzeichnen hatte. Bei den beiden ÖVP-Spitzenpolitikern im Jahr 1994 ist auffällig, dass Vizekanzler Busek fast ausschließlich (85,7 %) für seine Partei spricht, Außenminister Mock indessen für die gesamte Regierung (71,4 %), dies kann wahrscheinlich auf den Umstand zurück geführt werden, dass Mock an der Seite von Kanzler Vranitzky als Chef-Verhandler um den EU-Beitritt eingesetzt war, die Kooperation von Kanzler und Außenminister wegen ihres gemeinsamen großen Ziels gut funktionierte, Vizekanzler Busek hingegen das Profil seiner Partei stärker betonen wollte.

Dass so viele Aussagen der Regierungsmitglieder auf Personen- oder Parteienzuschreibungen verzichten, vielmehr vereint als „Regierung“ voneinander sprechen, beweist einen gewissen Zusammenhalt, der zumindest in Nicht-Wahlkampfzeiten von einem guten Regierungsklima zeugt, für das Ziehen an einem Strang steht und „Haxelbeißereien“, wie auch von den Experten bestätigt, auf dieser Politik-Ebene nicht mehr an der Tagesordnung stehen. Anders stellt sich hier die Situation bei den einfachen Nationalratsabgeordneten dar, die doch sehr häufig auf die Position, die Erfolge, die Verantwortung ihrer eigenen Partei hinweisen (2008: 33,3 %, 2010: 68,2 %).

Doch nicht nur das Herausstellen des „Ichs“ bzw. „meiner Partei“ fehlen fast vollständig, auch ein Selbstbezug der Aussendungen auf den Politiker oder seine Partei fehlen. Beispielsweise könnte dabei ein Abgeordneter die tolle Arbeit „seines“ Kanzlers oder Vizekanzlers hervorheben und loben, dies passiert aber nicht in der Intensität, dass von einer direkten Bezugnahme auf ein Parteimitglied oder die Partei zu sprechen wäre.

Um zum politischen Hick-Hack zurückzukehren, eine Variable der Inhaltsanalyse von Presseaussendungen fragte nach dem Verhältnis von Inhalts- und Beziehungsebene, versuchte also einzuordnen, ob in den Aussendungen tatsächlich die hard facts der Entscheidungen thematisiert werden oder doch Bezugnahmen auf den politischen Mitstreiter dominieren. Für alle drei Untersuchungszeitpunkte kann festgestellt werden, dass die Beziehungsebene nie dominant ist. Besonders zum EU-Beitritt und zum Vertrag von Lissabon ist die Aussage „Inhaltsebene statt Beziehungsebene“ stark oder mittel ausgeprägt (gemeinsam 1994: 84 %, 2008: 93 %). Zum letzten Moment, Euro-Rettungsschirm breitet sich diese Variable stark zur

Kategorie „schwach ausgeprägt“ aus, es entfallen je ein Drittel der Aussendungen auf die drei Kategorien stark, mittel oder schwach ausgeprägt. Somit kann hier die Tendenz festgestellt werden, dass in jüngster Zeit die Beziehungsebene an Bedeutung gewinnt, umfassende Erklärungen zu politischen Entscheidungen wie zu deren Konsequenzen sich verringern. Dies geht auch mit dem Ergebnis einer Forschungsarbeit von Maurer³⁶⁰ überein, der konstatierte, dass Politiker ihre Fähigkeiten nur selten dazu nutzen, konkrete Ziele und Inhalte vorzustellen, dies stattdessen von den Medien übernommen wird. Und auch Saxers³⁶¹ Unterscheidung von Politikerherstellung und Politikdarstellung geht in diese Richtung, sieht den Weg weg von sachlichen Inhalten, hin zu Personen, zu Selbstdarstellung, zu inszenierter Politik. Fallen Politikerherstellung und Politikdarstellung immer mehr auseinander, sprechen manche Wissenschaftler von einer „Scherenthese“³⁶², die zur Legitimitätskrise von Politik führen kann.

Zusammenfassend muss die Hypothese H4 also in Bezug auf die quantitative Analyse der Presseaussendungen verworfen werden, hierbei sind keine Merkmale erkennbar, die es rechtfertigen würden, von einer Personalisierung im Sinne der Mediendemokratie zu sprechen. Auch wenn die Beziehungsebene gegenüber der Inhaltsebene zum Euro-Rettungsschirm 2010 wichtiger wird, kann daraus noch keine allgemeine Tendenz heraus gelesen werden. Auch die Experten – mit Ausnahme der ÖVP - verwehren sich der Annahme, dass ihre Handlungen stets den Medien angepasst sind – zwar orientieren sie sich an den Nachrichtenfaktoren, um ihre Themen auf die Agenda zu bringen, den Einsatz von Fotos, Hinweisen oder Alltagsgeschichten der Politiker schreiben sie aber einer Leserfreundlichkeit und Service-Orientierung zu.

H5: Inhaltlich nimmt die Ausrichtung der EU-zentrierten Regierungskommunikation zunehmend eine weniger euphorische, weniger positive Tendenz an als noch 1995 – als Anpassung an die Stimmung in der Bevölkerung.

Vorweg muss klar gestellt werden, dass im Zuge dieser Forschungsarbeit kein kausaler Zusammenhang zwischen Ausrichtung der Regierungskommunikation und Stimmung in der Bevölkerung hergestellt werden kann. Einzig die Erklärungen der Experten während der

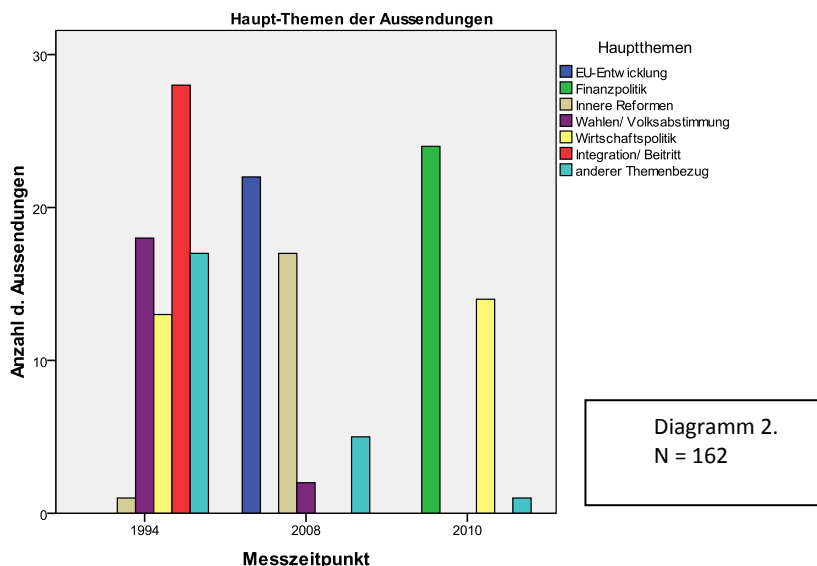
³⁶⁰ Vgl. Maurer (2009). S. 168-170.

³⁶¹ Vgl. Saxer (1998). S. 72-73.

³⁶² Vgl. Jarren/ Donges/ Weßler (1996). S. 9-12.

Leitfadeninterviews können als Maßstab für die Relevanz der Bevölkerungsmeinung dienen, in diesem Sinne soll auch der Zusatz zur Hypothese H5 verstanden werden.

Bevor die Tendenz der Berichterstattung untersucht wird, sollen die thematischen Inhalte der untersuchten Aussendungen kurz erläutert werden. Wie nicht anders zu erwarten, ließen sich die Aussendungen zum überwiegenden Teil der ursprünglichen Thematik des jeweiligen Untersuchungszeitpunktes zuordnen. So wurden im Jahr 2010 zur Thematik Euro-Rettungsschirm beinahe alle Aussendungen den Rubriken „Finanzpolitik“ oder „Wirtschaftspolitik“ zugeordnet, nur eine einzige entfiel auf einen anderen Themenkomplex. Sehr ähnlich gestaltet sich die Situation zum Vertrag von Lissabon, zu dem etwa 85 % der Aussendungen den Unterpunkten „EU-Entwicklung allgemein“ oder „Innere Reformen“ zuordenbar waren. Die überwiegenden Rubriken zum EU-Beitritt waren „Integrationspolitik/ Beitritt“, „Wahlen/ Volksabstimmung“ und „Wirtschaftspolitik“, jedoch muss hier eine bei weitem breitere Themenauslastung festgestellt werden als bei den beiden späteren Zeitpunkten. 22,1 Prozent der Aussendungen von 1994 wurden thematisch noch anderen Themen zugeordnet, waren dabei verstreut unter den insgesamt 22 bei der Codierung zu wählenden Kategorien. Unten stehendes Balkendiagramm veranschaulicht nochmals die Themen-Kategorien zu den drei Untersuchungszeitpunkten.



Die Auswertung der Variable „Co-Thema“, also die Suche nach einem zweiten angesprochenen Themenkomplex in den Aussendungen, ergibt kein vom oben schon erläuterten Hauptthema abweichendes Ergebnis. Auch hier drehen sich die Einzelinformationen rund um die Oberthemen der drei Zeitpunkte.

Auch die Art und Weise, wie Regierungspolitiker bzw. Presseleute in ihren Aussendungen kommunizieren, welche Sprechakte sie einsetzen kann Auskunft geben über ihre Einstellung zur EU. Aus diesem Grund wurden verschiedene Sprechakte codiert, darunter auch „loben, danken“, eine Variable, die für die Überprüfung der Hypothese H5 geeignet erscheint. Hier weisen die Aussendungen von SPÖ und ÖVP geordnet nach den drei Zeitpunkten jedoch keine signifikanten Unterschiede auf.

Nach Überprüfung der Variable „Bewertung der EU“ nach Messzeitpunkt und aussendender Partei mittels Kreuztabelle, muss die **Hypothese H5 vorläufig verworfen** werden. Mit Ausnahme der SPÖ-Aussendungen im Jahr 2010 – wo auch die einzige Aussendung mit einer „ablehnend-problematisierenden“ Bewertung der EU codiert wurde - liegen alle Bewertungen mit über 80 Prozent bei „befürwortend-konstruktiv“. Die Einschätzung des SPÖ-Experten, dass die SPÖ zwar „ungebrochen pro-EU“ sei, aber sich aufgrund der Skepsis in der Bevölkerung nicht bewusst gegen die Kritik gestellt hat, muss beachtet werden.

Der (wahrgenommenen) Bevölkerungsmeinung kommt seitens der Experten in den Leitfadeninterviews eine ganz unterschiedliche Relevanz zu. Während im Bundespressedienst die Meinung vorherrscht, dass Eurobarometer-Umfragen zwar eine Skepsis, aber keine Ablehnung in der Bevölkerung zeigen und daher für Politiker in ihrer EU-Kommunikation die These gelte „Gewinnst nix, verlierst nix“³⁶³, sieht die SPÖ das doch ganz anders. Die Bevölkerung spielt aufgrund der Wahlen eine große Rolle, „man wird sie immer ins Kalkül ziehen“³⁶⁴, müsse aber auf seine Glaubwürdigkeit sowie auf die Vereinbarkeit der Kommunikation mit den eigenen Grundwerten achten, heißt es bei den Sozialdemokraten. Auch die ÖVP-Presseabteilung räumt ein, nicht „bewusst gegen die Bevölkerungsmeinung“ zu kommunizieren, wenngleich man „in Kauf nehmen muss, dass bei manchen Themen nicht die Mehrheitsmeinung getroffen wird“³⁶⁵. Möchte man ein Thema längerfristig populärer machen, würde sich aber eine Informationskampagne anbieten, meint die ÖVP. Das beschriebene Parteienverhalten entspricht dem demoskopischen Ansatz von Roth³⁶⁶, der Politikern das Ziel unterstellt, über Meinungen und Erwartungshaltungen der Bevölkerung

³⁶³ Interview BKA.

³⁶⁴ Interview SPÖ.

³⁶⁵ Interview ÖVP.

³⁶⁶ Vgl. Roth (1987). S. 192-201.

immer deshalb Bescheid zu wissen, um das eigene politische Handeln dann daran anpassen zu können.

Im Außenministerium wird die Bevölkerungsmeinung in erster Linie als Feedback zu den angebotenen Leistungen gesehen, das wertvoll ist, um das Angebot der Nachfrage anpassen zu können. Eine Aussage, die diesen Experten mit jenen von Parteien auf eine Linie bringt: „Das ist der einzige Weg, um auf Dauer bestehen zu können, wenn man einen Mehrwert am Bürger bringen kann.“³⁶⁷ Zusammenfassend lässt sich aus den Antworten der Experten folgender Schluss ziehen: Die Meinung der Bevölkerung wird vor Entscheidungen und in der Kommunikation zwar mitgedacht, sie bekommt aber nicht den Stellenwert, der es rechtfertigen würde, von Populismus zu sprechen.

Als autark und sehr selbstbestimmt stellen sich die Experten in ihren Ressorts auch hinsichtlich einer möglichen Kommunikationsakte, ausgelöst durch eine Meldung oder Strategie von anderen Parteien, dar. „Die Aktionen einer Partei sind für uns kein Handlungsbedarf“³⁶⁸, heißt es aus dem Bundeskanzleramt, das „never ever eine Gegenkampagne“ organisieren würde. Gänzlich auf Neutralität gegenüber allen österreichischen Parteien setzt das Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten, bei eigenen Initiativen und Projekten sei man stets an einer Teilnahme aller Parteien interessiert, was auch klappen würde. Im SPÖ-Pressedienst wird versucht, auf politischen Hickhack zu verzichten, weil die Wähler das nicht mögen würden und Nutznießer jene sind, an denen man Kritik übt. Hinsichtlich einer thematischen, inhaltvollen Gegenkampagne zu polemischen Äußerungen passiert momentan nicht allzu viel: „das beobachte ich schon seit längerem, dass wir da nicht besonders erfolgreich waren“³⁶⁹. Lediglich bei der ÖVP räumt man ein, Ausrichtung und Kommunikation der politischen Gegner schon immer mitzudenken.

4.3.1.1. Zusammenführung

Die Mediendemokratie sehen die Experten in den Leitfadeninterviews noch nicht soweit fortgeschritten, dass es ihnen nicht möglich wäre, ihre Themen auf die Medienagenda zu bringen, jedoch sind sie durchaus schon mit Hürden konfrontiert. So sind sie sich einig, dass die eigenen Möglichkeiten zum Agenda Setting von Struktur und Blattlinie der Medien, von

³⁶⁷ Interview BmeiA.

³⁶⁸ Interview BKA.

³⁶⁹ Interview SPÖ.

der Themen- und Personenrelevanz und der Konstellation des Weltgeschehens oder der Nachrichtenlage insgesamt abhängen.

Ein „prinzipielles Interesse“ der Medien an EU-Themen erkennt man im Bundeskanzleramt, die Zeiten für Außenpolitik seien „manchmal besser, manchmal schlechter“ und „wenn man’s gut vorbereitet, ist es ok“, meinen auch BmeiA und SPÖ. Ein „durchschnittliches Interesse an dem nicht allzu populären Thema EU“ diagnostiziert die ÖVP, die auch einräumt, dass viele EU-Entscheidungen ja nationale Auswirkungen nach sich ziehen. Umgekehrt sind sich alle einig, komme es auch nicht vor, dass die Pressestellen der Parteien bzw. Institutionen ihren Informationsstand lieber für sich behalten, das BKA ist nach Selbsteinschätzung nicht „nicht auskunftsfreudig“ bei EU-Themen, im Außenministerium denkt man nur an den Personenschutz und bei der SPÖ gibt man zumindest Sachinformationen weiter, wenn sich die Auskunftsfreude in Grenzen hält.

Die Medialisierung sehen die Experten als allgemeine Tendenz, die in ihrer alltäglichen Arbeitswelt ein wenig zu spüren ist. Die Hinwendung zu mehr soft news, zu Bildern und interaktiven Möglichkeiten schreiben sie weniger einer Entwicklung zur Mediendemokratie zu als der Leserfreundlichkeit und der Kundenorientierung im Sinne eines Angebots von Serviceleistungen, trotzdem achten sie auf die Medienlogik, nämlich über die Nachrichtenfaktoren. Die Zunahme an Medien habe aber zu einem ständigen Zwang zur Information geführt, damit einhergehend sei auch das Niveau der einzelnen Informationen teilweise niedriger. Visualisierung wird auch als „der EU ein Gesicht zu geben“ interpretiert.

Im Zuge der Analysen für die Hypothesen-Überprüfung kann kein Trend zur Mediendemokratie erkannt werden. Auf organisatorischer Ebene kam es bei den EU-relevanten Pressestellen zwar zu einer Professionalisierung, in dem Sinn, dass eigene Abteilungen für die EU-Kommunikation gegründet wurden. Dies ist bei Institutionen stärker zu sehen als bei den Parteien. Teilweise kam es in diesem strukturellen Bereich auch schon zu einer Externalisierung von Arbeiten, gerade die Parteien arbeiten häufig mit Kommunikationsagenturen zusammen, auch das Bundeskanzleramt greift bei Großkampagnen darauf zurück, im Außenministerium verwehrt man sich diesem Trend noch. Diese Trends auf der Organisationsebene sind aber auch zu wenig deutlich, als dass sie die Erkenntnisse in Bezug auf die inhaltlichen Kriterien einer Medialisierung, die gänzlich fehlen, überdeuten könnten. Eine zunehmende Personalisierung im Zeitverlauf, sprich Kanzler und Vizekanzler stehen im Mittelpunkt der Kommunikation kann nicht konstatiert werden. Im Gegenteil, von einem Wortführer kann man eigentlich nur während des EU-Beitritts, nämlich

in der Person von Kanzler Vranitzky sprechen. Zu allen anderen Zeitpunkten dominieren die Aussendungen von einfachen Nationalratsabgeordneten in ihrer Anzahl die Kommunikation. Selbstdarstellung der Sprecher kann zu keinem der drei Untersuchungszeitpunkte konstatiert werden, besonders der Kanzler spricht auch stets für seine gesamte Regierung, stellt weder sich noch seine Partei in den Mittelpunkt. Damit kann auch die Annahme des Chefsachen-Mythos verworfen werden. Sowohl in der Kommunikation für den Beitritt, als auch für den Reformvertrag und den Euro-Rettungsschirm dominiert die Inhaltsebene gegenüber der Beziehungsebene, wenngleich letztere zum Thema Euro etwas zunimmt.

Eine prinzipiell weniger positive bzw. weniger euphorische EU-Kommunikation angesichts der aktuell skeptischen Meinung zur Union in der Bevölkerung konnte ebenfalls nicht befunden werden. Die Bewertung der Europäischen Union bzw. des in der Aussendung angesprochenen Aspekts fällt im Zeitverlauf stets in über 80 Prozent der codierten Fälle „befürwortend-konstruktiv“ aus, ablehnende Wortmeldungen reduzieren sich somit auf Einzelfälle. Die Relevanz der Bevölkerungsmeinung für die Gestaltung der Kommunikation sehen die Experten unterschiedlich. Während Parteien ihre Wähler stets im Auge haben, meint das Bundeskanzleramt, mit EU-Themen „gewinnst nix und verlierst nix“. Das Außenministerium nutzt die Bevölkerungsmeinung als Feedback. Die Kommunikationstätigkeiten anderer (Oppositions-) Parteien seien bei der SPÖ kein Handlungsauftrag, man soll den eigenen Weg gehen, politischen Hickhack vermeiden, der beste Weg im Umgang mit Kritik sei aber noch nicht gefunden. Für die ÖVP hingegen spielt die Einstellung anderer Parteien „natürlich eine Rolle“.

4.3.2. Forschungsfrage 2

FF2: Wie gestaltet sich das Beziehungsgeflecht, die Aufgabenverteilung zwischen Regierungspolitikern und deren PR-Mitarbeitern in Bezug auf die EU-zentrierte Kommunikation mit Medienvertretern oder mit der Bevölkerung?

H6: PR-Mitarbeiter fokussieren auf den Adressat Journalist, sie klären in erster Linie über die Politikherstellung auf EU-Ebene, aktuelle Entscheidungsprozesse auf.

Vorweg muss bei dieser Hypothese eingeräumt werden, dass der Codierbogen leider einen Fehler beinhaltet hat: bei der Variable „Adressat der Aussendung“ fehlt die Kategorie

„Medien“. Dieser Mangel wurde von der Autorin aber schnell bemerkt und die konkreten Ausprägungen in der Kategorie „anderer Adressat“ händisch mitgeschrieben. So weiß die Autorin, dass drei Viertel der als „anderer Adressat“ codierten Bögen sich den Medien zuwenden, die restlichen entfallen auf Wirtschaftsunternehmen. Soll ein Bezug zum Adressat Journalist überprüft werden, wird folglich also die Ausprägung „anderer Adressat“ untersucht.

Der Großteil der Presseaussendungen – die, davon wird ausgegangen, von PR-Mitarbeitern verfasst werden – hat den Adressat „das Parlament“. Dabei handelt es sich quasi um verschriftlichte Aussagen von Abgeordneten, die während Nationalratssitzungen getätigt wurden und per Aussendung über APA-OTS auch den nicht anwesenden Journalisten bzw. Interessierten insgesamt zugänglich gemacht werden. Mit jeweils um die 20 Prozent folgen die Adressaten „Opposition“ und „anderer Adressat“, also wie oben erwähnt Medien und Unternehmer. Nur 9 Prozent der Pressemeldungen – zusammengefasst für alle drei Zeitpunkte wenden sich direkt an die Bevölkerung, darunter versteht die Autorin etwa eine gemeinsame Aufforderung beider Regierungsparteien vor der Volksabstimmung zum EU-Beitritt an den Wähler, von ihrem Stimmrecht Gebrauch zu machen.

Erheblich sind auch jene Presseaussendungen, bei denen „kein Adressat“ (16,8 %) festgemacht werden konnte. Durch diese Ergebnisse ergibt sich für die Kommunikation der PR-Mitarbeiter doch eine deutliche Distanz zu jener der Regierungspolitiker, wie die Ausarbeitung der Hypothese 7 zeigen wird. Denn auch, wenn eine deutliche Bezugnahme zum Journalisten nur in etwa 20 Prozent der Fälle passiert, ist doch auch davon auszugehen, dass die Meldungen über den Wortlaut von Ansprachen im Parlament auch auf Medienleute abzielen. So spricht der Hauptakteur in der Meldung zwar beispielsweise den Nationalrat an, ursprünglicher Adressat ist somit „das Parlament“, die Presseabteilung wiederholt und veröffentlicht diese aber zur Weiterverarbeitung für die Medien.

In den Experteninterviews wird die These, dass PR-Leute mit ihren Methoden in erster Linie auf Journalisten abzielen, bestätigt – „Journalistenbetreuung“, „Akkreditierung ausländischer Journalisten“ steht an oberster Stelle des Aufgabenspektrums der Abteilung 7. 2. im Bundespressdienst. Auch im Außenministerium versucht man über Presseaussendungen seine Anliegen in den Medien zu platzieren, weitaus häufiger als „direkte Mediengespräche“ ist aber die Erledigung von Journalisten-Anfragen. Der Schwerpunkt im Ministerium liegt auf der Service-orientierten Informationsarbeit, die über die Homepage bereit gestellt wird, wie beispielsweise Länder- und Reiseinformationen. In der ÖVP wird der

Umgang von Pressearbeitern mit Journalisten als „amikal“, von Politikern zu Journalisten als „professioneller“ beschrieben. Seitens der SPÖ ist zu erfahren, dass die Pressearbeit bei wöchentlichen Sitzungen zwischen Pressedienst-Mitarbeitern, Minister-Sprechern, Parlamentsklub und Europa-Abgeordneten koordiniert wird; grundsätzlich gilt: Reaktionen auf Meldungen anderer Parteien passieren im überwiegenden Teil auf derselben hierarchischen bzw. organisatorischen Ebene.

Die Vermutung, dass PR-Mitarbeiter in ihrer Kommunikation mit Journalisten in erster Linie aufklären, sachliche Informationen zu Entscheidungen der Politiker geben, kann nach der Auswertung der Variable „Bewertung der EU“ in einer Kreuztabelle mit den Kategorien „Bevölkerung“ und „anderer Adressat“ der Variable „Adressat der Aussendung“ **vorsichtig bestätigt** werden. Der Großteil der Aussendungen (86,5 %) beinhaltet zwar „befürwortend-konstruktive“ Bewertungen der EU insgesamt oder des angesprochenen Aspekts, die Unterschiede in der Verteilung von Bevölkerung und Medien sind nicht relevant. Auffällig ist aber – und deshalb die teilweise Bestätigung – dass knapp 10 Prozent der Meldungen eine „neutral-erklärende“ Bewertung aufweisen, die allesamt die Medien adressieren. Bestätigt wird diese Auffälligkeit der quantitativen Analyse auch in den qualitativen Leitfadenterviews, in denen sich alle Experten einig sind (Parteien in abgeschwächter Form), auf eine ausgewogene, transparente Kommunikation, abseits von Propaganda zu fokussieren.

Die Informationen, die in diesen Aussendungen offeriert werden, codierte die Autorin in den meisten Fällen als mittlere Anzahl an Informationen auf einer 3-stufigen Skala, auch die beiden anderen Ausprägungen mit starker und schwacher Anzahl an Einzelinformationen weisen aber etliche Fallzuschreibungen auf. Beachten kann man eventuell die geringe Anzahl an Aussendungen (12,9 %) mit dem Adressat Medien, die nur eine geringe Anzahl an Einzelinformationen beinhalten. Dies würde zwar entsprechend der These und den bisherigen Ausführungen ebenfalls den Schluss zulassen, dass die Aussendungen für Journalisten besonders „hard facts“-orientiert sind, sollten aufgrund der geringen Signifikanz aber zuerst einer weiteren Analyse unterzogen werden bevor eine Verifikation zulässig sein könnte.

Signifikant ist hingegen der Zusammenhang zwischen dem Adressat der Presseaussendung und dem Vorherrschen der Inhalts- bzw. der Beziehungsebene. Während die Relation „Inhaltsebene statt Beziehungsebene“ in Aussendungen, die sich direkt an die

Bevölkerung wenden, zum großen Teil „mittel ausgeprägt“ ist, ist sie in über 50 Prozent der Fälle mit einem Adressat Journalist „stark“ ausgeprägt. Auffallend ist auch die Verteilung innerhalb der Kategorie „Inhaltsebene stark ausgeprägt“: Knapp 90 Prozent der hier zugeordneten Fälle adressieren Journalisten, nur 10 Prozent die Bevölkerung. Dies entspricht der Annahme.

Notwendig für eine informative, ausgewogene und transparente Kommunikation erscheinen neben einer ausreichenden Anzahl an Einzelinformationen und dem Fokus auf eine Inhalts- anstelle einer Beziehungsebene, auch die Berücksichtigung von Gegenargumenten sowie eine Pro-Contra-Argumentation. Hinsichtlich einer Beachtung von Gegenargumenten zu EU-Entscheidungen, dargestellt in Presseaussendungen, ist auffallend, dass die Ausprägungen nach Adressat „Bevölkerung“ und Adressat Medien stark variieren. Während in Kommunikationsakten, in denen die Bevölkerung angesprochen wird, auch Gegenargumente in einer mittleren Ausprägung Beachtung finden (in 85 % der Fälle), werden Gegenargumente in Medien-adressierten Meldungen in zwei Dritteln der codierten Fallbeispiele gar nicht oder zumindest nur schwach, also selten berücksichtigt. Eine (mögliche) Erklärung für dieses signifikante Ergebnis konnte nicht sicher gefunden werden, jedoch könnte die Aussage von SPÖ-Klubobmann Cap in einem analysierten TV-Auftritt hilfreich sein, bei dem er sagt, dass es für Politiker leichter ist mit der Bevölkerung über EU-Themen ins Gespräch zu kommen, wenn man die Union kritisch beäugt. Hier müsste eine weitere Analyse angesetzt werden.

Eine gänzlich ausgewogene Textierung, das Nennen einiger Pro- wie Contra-Argumente, muss in allen Aussendungen sowie TV-Auftritten vermisst werden. Die Fälle sind primär auf die Kategorien „Ausgewogene Beurteilung“ „mittel“ und „schwach ausgeprägt“ aufzuteilen. Verschiedene Erklärungen sind für diesen Umstand denkbar. Einerseits kann aus platztechnischen Gründen auf eine Erläuterung aus dem Grund verzichtet werden, dass die Gegenargumente als bekannt vorausgesetzt werden, der wenige Platz besser für die Darstellung der eigenen Position genützt wird – respektive – andererseits – der Marketing-technischen Überlegung, die Positionen des politischen Gegners nicht zu wiederholen, und sie somit erneut in Erinnerung zu rufen. Aber auch drittens ein bewusstes Pro-Engagement zu Gunsten eines EU-Aspekts bzw. einem Versuch der positiven Stimmungsmache in der Bevölkerung ist möglich, aber im Zuge der vorliegenden Arbeit nicht kausal zu prüfen.

Bestätigen würde dies aber jene statistische Auswertung, die – unabhängig von Art der Wortmeldung und Adressat – knapp 90 Prozent der analysierten Fälle eine befürwortend-

konstruktive Haltung gegenüber der Europäischen Union bzw. einem ihrer Themenfelder zuordnet.

H7: Regierungspolitiker suchen über die Medien den „direkten“ Kontakt mit den Bürgern – über Live-Auftritte in Interviews oder Diskussionsrunden – sparen dort mit Erklärungen zum Ablauf der Entscheidungsfindung, präsentieren vielmehr lediglich jene Punkte der Entscheidung, die für sie (oder den Machterhalt) günstig erscheinen.

Eindeutig **verifiziert** für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand ist der Teil der Hypothese, der die Hinwendung der Regierungspolitiker über die Medien zur Bevölkerung beschreibt. Alle analysierten Auftritte von Politikern in ORF-Diskussionssendungen wurden in der SPSS-Auswertung dem Adressat „Bevölkerung“ zugeordnet. Diese Tendenz beschreibt auch der Experte des BmeiA, wenn er die „Europa-Zuhör-Tour“ sowie die „Europa-Dialog-Tour“ des amtierenden Außenministers Spindelegger als dessen wichtiges Anliegen zum Direktkontakt mit den Bürgern beschreibt.

Entgegen der Annahme, dass Regierungspolitiker bei ihren Medienauftritten für die Bevölkerung mit Erklärungen zum Politikherstellungsprozess sparen, zeigt die quantitative Analyse, dass bei allen TV-Auftritten eine mittlere oder sogar große Anzahl an Informationen gegeben wird. Dieser Teil der Hypothese muss also **verworfen** werden.

Sehr **ambivalent** stellt sich hingegen die Situation dar, beobachtet man, welche Ebene Regierungspolitiker bei ihren TV-Auftritten beanspruchen. Bei je etwa der Hälfte der Auftritte stand die Inhaltsebene im Vordergrund, also eine sachliche Darstellung der politischen Entscheidungen, bei den anderen die Beziehungsebene, also die Bezugnahme des Regierungspolitikers rein auf die Mitdiskutanten, nicht in einer konstruktiven, sondern in einer sehr persönlichen, polemisierenden Art und Weise.

Wie in einem Zwiegespräch bzw. einer Diskussionsrunde nicht anders zu erwarten, berücksichtigen die Regierungspolitiker großteils (85,7 %) auch die Gegenargumente der Debatte in einer „mittleren Ausprägung“.

Die Hypothese H7 kann also teils bestätigt, teils widerlegt werden. Einerseits stimmt es, dass sich Regierungspolitiker bei ihren Auftritten ausschließlich der Bevölkerung, also ihren

Wählern zuwenden, andererseits war die Annahme zu pessimistisch, dass sie dort mit Sachpolitik zurückhalten. Die Anzahl der Einzelinformationen des Politikers befand sich in den untersuchten Fällen auf einem durchaus recht hohen Niveau, die Darstellung oder Präsentation des Politikers gegenüber seinen Mitdiskutanten schwankte aber doch stark zwischen Inhalts- und Beziehungsebene. Dass die Regierungspolitiker aber auch die Gegenargumente erhört und für ihre Erläuterungen aufgenommen haben, spricht gegen die These, dass sie nur jene Punkte oder Entscheidungen darstellen, die für ihren eigenen Machterhalt günstig erscheinen. So wird – verallgemeinernd gesprochen – zwar nicht jedes Kontra-Argument aufgenommen, aber doch werden die wesentlichsten herangezogen, die Regierungspolitiker lassen sich dementsprechend auf eine wirkliche Diskussion ein. Hier muss aber auch angemerkt werden, dass Regierungspolitiker dies auch deshalb tun könnten, um bei der Bevölkerung nicht als zu EU-euphorisch anzukommen – eine eindeutige Klärung kann nicht gegeben werden.

H8: Regierungspolitiker gestalten ihre Auftritte, ihre Ausführungen in TV-Runden über EU-Entscheidungen im Zeitverlauf zunehmend populistisch.

Im Zuge der quantitativen Inhaltsanalyse der TV-Diskussionen kann diese These **nicht bestätigt** werden. Die Bewertung der EU bzw. des erläuterten Themenkomplexes fällt zu allen drei Zeitpunkten „befürwortend-konstruktiv“ aus, aus den Eurobarometer-Umfragen zeigt sich aber eine durchaus skeptische bis gar ablehnende Haltung der Bevölkerung zur EU.

Auffallend ist jedoch bei der Analyse der TV-Diskussionen, dass entgegen Debatten zu den beiden vorhergehenden Untersuchungszeitpunkten, beim Euro-Rettungsschirm im Jahr 2010 keine ORF-Aufzeichnung mit Kanzler (Werner Faymann) oder Vizekanzler und Finanzminister (Josef Pröll) produziert wurde. Eine bestätigte Erklärung dazu gibt es nicht, zu vermuten ist aber dahingehend schon, dass die beiden Hauptverantwortlichen für die Beschlüsse rund um die Griechenland-Hilfe und das Rettungspaket insgesamt den Weg ins ORF-Studio bewusst ihren Finanzexperten aus den „hinteren“ Reihen übergeben haben, um selbst keine Imagepunkte zu verlieren, wenn diese in der Bevölkerung wenig beliebten Entscheidungen diskutiert werden. In diesem Sinne müsste ein zunehmender Populismus im Zeitverlauf unterstellt werden, der Regierungspolitiker gar vor Auftritten in TV-Sendungen aufgrund der Bevölkerungsmeinung zurückschrecken lässt.

Eine nähere qualitative inhaltsanalytische Untersuchung der Textpassagen von Regierungspolitikern in den ORF-Sendungen zu den drei Zeitpunkten hat folgende, greifbare Ergebnisse bzw. Auffälligkeiten gebracht. Beim „Runden Tisch“ von 1994 mit Außenminister Mock leitete Moderator Oberhauser mit dem „umstrittenen“ Punkt Zweitwohnsitz-Regelung ein, wiederholt vorausgegangene Meldungen von Mock – „Durchbruch!“ – und Haider – „Totalumfaller!“ -, ein kleines Zwiegespräch mit dem Außenminister beginnt. Dieser erklärt in dieser Phase sowohl die Thematik selbst als auch den Politikerstellungsprozess gut und umfassend, geht auf die Fragen des Moderators – auch auf die Argumente des FPÖ-Manns Haider, als dieser unterbricht – ein. Er gibt viele Einzelaspekte der Thematik, zeigt viel Geduld bei der Erläuterung, definiert sich stets als gesamtes Verhandlungssystem ÖVP-SPÖ, stellt seine eigene Person also nicht hervor, argumentiert auch sachlich, bricht nicht auf Floskeln, wie „das Beste für die Bevölkerung“ herunter. Auffallend: Erst nach knapp einer halben Stunde leitet Oberhauser den zweiten thematischen Punkt ein, nämlich Transit, mahnt dann, sich kurz zu halten wegen Zeitknappheit, Mock akzeptiert das. Er argumentiert abermals sachlich, pro und kontra, greift auch Gegenargumente auf und zeigt neue Aspekte der Thematik lösungsorientiert auf. Immer wieder stellt Mock den Schutz der Nation Österreich wie die Neutralität vor. Insgesamt ist die Diskussion von einer sehr guten Gesprächskultur gekennzeichnet, die Teilnehmer fallen einander nie ins Wort, lassen einander ausreden, um dann auf die jeweils andere Position einzugehen – von Populismus keine Spur.

In einer anderen ORF-Diskussionssendung zum EU-Beitritt fand sich auch Bundeskanzler Franz Vranitzky ein, nämlich in einer Pressestunde mit den Journalisten Brandstätter, Rauscher und Rossmann. Auffällig hier ist, dass obwohl der 18. Dezember 1994 geschrieben wird, der Beitritt also in wenigen Tagen schlagend wurde, die EU nur eine der drei angesprochenen Thematiken ausmachte. 27 Minuten sprach die Runde über ein rein innenpolitisches Thema, nämlich die Budgetkonsolidierung. Danach schwenkt Brandstätter zum EU-Thema über, das aber eindeutig nicht den hard facts der Gemeinschaftspolitiken zuzurechnen ist, vielmehr sollte Vranitzky seinen Disput mit Bundespräsident Klestil wegen der Zuständigkeit im Rat erläutern. Der Bundeskanzler übt zuerst Kritik an dieser Sensationsgier am politischen Hickhack, führt dann sachlich die Kompetenzstreitigkeit aus, schafft aber nicht den Sprung auf eine gänzlich erläuternde Ebene, bleibt blumig, teils polemisch – auch in den Antworten auf Journalistenfragen. Einmal wendet er sich direkt an die Öffentlichkeit. „Eine Zeit lang war’s das alles Dominierende und jetzt scheint’s wieder weiter weg zu sein“, packt Rossmann schließlich doch nochmals die EU an, drückt damit

auch aus, dass die Regierungskommunikation über EU-Themen nach der Volksabstimmung wieder zurückgefahren wurde, fragt, ob der Beitritt per 1. 1. 1995 noch möglich sei. Auf diese Frage antwortete Vranitzky sichtlich euphorischer, erzählt genau den Stand der Dinge und gibt seine Überzeugung von einem geplanten Beitritt zu Beginn 1995 wieder. Auch die Neutralität wurde dann noch kurz erläutert, die Österreich nur als Beobachter in der WEU zuließ. Auf sachliche Informationen folgten doch eine kleine Portion an Populismus und Polemik, zum Beispiel „warum soll man denn diesen Großteil der Österreicher, die der Neutralität ja was abgewinnen können, schockieren“. Nach 20-minütiger Gesprächszeit über diese soft news der Europa-Politik, schwenkten die Journalisten auf die damals angespannte Lage innerhalb der SPÖ um. Hier kann also die Beobachtung des Experten vom Bundespressedienst verifiziert werden, dass sich Medien jetzt mehr um EU-Themen bemühen, der Union freundlicher gegenüberstehen als zu Beginn. Die TV-Diskussion soll auch ausschließlich in diese Richtung interpretiert werden, denn die Beantwortung bzw. die Diskussion zu Aspekten des Beitritts wurde Vranitzky schlichtweg nicht gegeben. Seine Performance ließ schon den Willen zur sachlichen Informationsweitergabe erkennen, nichtsdestotrotz darf nicht vergessen werden, dass durchaus sehr lockere, auch polemische Aussagen vom Kanzler zu hören waren. Inwiefern ihm diese vielleicht als passend für die von den Journalisten angesprochenen soft news erschienen, kann im Zuge dieser Forschung nicht nachgeprüft werden.

Auch zum Vertrag von Lissabon gab es zwei Diskussionssendungen, bei einem „Runden Tisch“ direkt in Brüssel kam Moderator Löw mit Kanzler, Österreichs EU-Kommissarin und zwei weiteren EU-Parlamentariern aus den Niederlanden und Großbritannien zusammen. Schon seitens des Moderators wurden die grundlegenden Einrichtungen der Union erläutert, Gusenbauer erklärte leicht verständlich, brachte teils konstruktive Kritik an der Grundstruktur bzw. dem Entscheidungsprozess ein. Er lehnte die wiedergegebene Aufforderung Vranitzkys, „für den Reformvertrag in den Wahlkampf zu gehen“ zwar ab, stellte aber klar hervor, dass Österreich zu jenen Ländern gehört, die am meisten von der EU profitieren. Durchaus offensiv pro-EU, stellte auch Beispiele der Kommunikation aktuell vor, zum Beispiel Diskussionen mit Politikern in Schulen, kritisierte „die Polemik der Gegner im österreichischen Parlament“. Die niederländische Abgeordnete erzählte von ihren Erfahrungen nach dem ablehnenden Referendum: „wichtig, eine ständige und korrekte Informationskampagne (...), keine Propaganda, kein Populismus“. Hier hakte der Bundeskanzler wieder mit dem Argument ein, dass Europa nicht konstruktiv diskutiert

werden kann, sondern sofort eine Austrittsoption des jeweiligen Landes im Raum stünde, eine generelle Ablehnung der Einigung. Gusenbauer stand während der Diskussion durchaus für die Idee Europas ein, brach die EU in erster Linie auf die Friedens- und Wirtschaftsunion herunter, vermied aber über weite Strecken eine politikwissenschaftlich-analyisierende Argumentation, versuchte mehr für jedermann verständlich und nachvollziehbar zu sprechen, ohne großen Aufklärungswillen – durchwegs EU-positiv eingestellt; keine Unterbrechungen der Gesprächspartner.

Die zweite Diskussion zum EU-Reformvertrag mit den beiden Klub-Obmännern der Regierungsparteien Cap und Schüssel sowie den Partei-Obleuten der Oppositionsparteien unterscheidet sich grundlegend von den bisher analysierten, Unterbrechungen, persönliche Angriffe und politischer Hickhack zwischen den Gesprächspartnern – speziell zwischen Regierung und Opposition – überwiegen. Es handelt sich weniger um eine sachliche, inhaltliche Argumentation des Reformvertrages, denn um ein ständiges Entkräften von Vorwürfen; dies wird von Titel und Anmoderation der Sendung noch verstärkt, in denen der Vertrag als „Schreckgespenst“, der ohnehin von niemandem gelesen oder verstanden werden könnte, dargestellt wird. Entsprechend einem populistischen Verhalten zitiert Moderatorin Thurnher die pikantesten Stellen einer Umfrage zum Wissensstand über den Vertrag, greift auf Statistiken zurück. In erster Linie forderten die Oppositionspolitiker eine Volksabstimmung. Cap und Schüssel wiesen diese Forderung ab. Cap konterte all den Vorwürfen und Befürchtungen an den Vertrag, „wenn das alles stimmen würde, wäre ich selbstverständlich auch für eine Volksabstimmung“. Er lobte außerdem jenen Teil der Öffentlichkeit direkt, der sich konstruktiv einbringt, grenzt ihn zu jenen ab, die „eine Kette in der Vertrag hineinprojizieren, der eigentlich mehr Demokratie bringen soll“. Ständiges Geplänkel mit Strache und Westenthaler, Cap wird populistisch: „Mir geht’s um die Menschen“. Schüssel hingegen bleibt bei seinen Ausführungen sachlich, streicht die Bedeutung der Europäischen Union hervor, gibt viele Informationen dazu, warum er eine Volksabstimmung ablehnt, er zeigt die Auswirkungen des Vertrages in seinen Einzelheiten auf, argumentiert pro-contra und zeigt auch Verständnis für die Oppositionskräfte und deren Motivation. Schüssel zeigt sich erfreut über die aktuelle Europa-Debatte und zeigt die Werte auf, die durch die Union ermöglicht wurden: Frieden, historische Einigung, Euro, gemeinsame Wirtschaftszone, Menschenrechtsunion, etc. Bei der Argumentation des ÖVP-Klubobmannes ist die sachlich-erklärende Linie dominant, er verknüpft sie aber eindeutig mit einer pro-europäischen Haltung, macht an die ablehnende Bevölkerungsmeinung keine

Zugeständnisse, kritisiert konstruktiv. Die Moderatorin fragt schließlich, ob es nicht an öffentlicher Kommunikation über den Vertrag mangle. Schüssel gibt daraufhin einige Beispiele für interne Kommunikation bzw. für jene mit Multiplikatoren zur Bevölkerung. Cap argumentiert abermals populistisch, dass man mit der Bevölkerung leichter ins Gespräch käme, wenn man auch die Kritik an der Union bzw. an ihrer Entwicklung hinausträgt. „Europa wird nicht nur mit Kritik aufgebaut, sondern auch positive Ziegel und Bausteine braucht's dazu“, kontert Schüssel. Auf Spekulationen der Moderatorin über einen möglichen EU-Job für Schüssel, weicht ebendieser aus, lässt sich nicht darauf ein. In dieser TV-Diskussion ist – in Abgrenzung zu den anderen Sendungen – klar erkennbar, dass die innenpolitische Lage, das Verhältnis von Regierung und Opposition wesentlich ist, für die Ausgestaltung der Kommunikation der Politiker dort. Das Gesprächsklima, die Diskussionskultur waren bescheiden, Unterbrechungen und persönlicher Hickhack dominierten über weite Strecken. SPÖ-Klubobmann Cap ließ sich von der Situation augenscheinlich beeindrucken, zeigte großes Verständnis für die – oft schlecht informierten - Kritiker, stellte auch seine Aufgabe als Politiker so dar, dass diese Kritik (ungefiltert) aufgenommen werden müsse. Er räumte der Ablehnung gegenüber der EU wesentlich mehr Raum ein als ÖVP-Klubobmann Schüssel, der sehr sachlich den Vertrag und seine Auswirkungen erklärte, bemüht war, konkrete Konsequenzen der EU-Politiken für die Bevölkerung aufzuzeigen und ein positives Bild der Union zu zeichnen. Hier kommt wahrscheinlich der Unterschied der Persönlichkeiten zum Tragen, den auch SPÖ-Pressedienst-Leiter im Interview angesprochen hat: Es kommt auf die Person und ihre Vorlieben und Interessen an, welche Dinge sie in welcher Weise an die Öffentlichkeit kommuniziert. Dem Herzblut-Europäer Schüssel stand in dieser Diskussionsrunde ein EU-Skeptiker Cap gegenüber, der mit seinem leicht ablehnenden Verhalten um Wählerstimmen kämpfte.

Bei der fünften und damit letzten TV-Sendung, die in diese Analyse einging, handelt es sich um „Im Zentrum“ mit dem Thema „Kampf um den Euro“ im Mai 2010 anlässlich der Verhandlungen um den Euro-Rettungsschirm. Zu allererst auffällig, dass Kanzler Faymann oder Finanzminister und Vizekanzler Pröll nicht selbst auftraten, sondern stattdessen den SPÖ-Wirtschaftssprecher sowie einen ehemaligen ÖVP-Finanzminister in die Sendung schickten, die mit Journalisten und Ökonomen die Lage diskutierten. Im Laufe der Sendung wurde deutlich, dass Pröll nach einer Verhandlung in Brüssel zugeschaltet werden sollte, aufgrund der langen Dauer ebendieser kam es dazu aber nicht. Angesichts der stark

ablehnenden Haltung gegenüber dem Euro-Rettungsschirm in der Bevölkerung und den Erkenntnissen, die schon aus der quantitativen Analyse der Presseaussendungen gewonnen werden konnten, bleibt der Verdacht der gewollten Dethematisierung in den obersten Regierungsreihen aufrecht – weniger für die ÖVP als für die SPÖ. Der ehemalige ÖVP-Finanzminister Molterer greift in seinen Ausführungen zur Griechenland-Krise Gegenargumente auf, argumentiert pro und kontra, zeigt konstruktive Kritik indem er konkrete Lösungsvorschläge aufzeigt und Veränderungen einmahnt, wie beispielsweise Sanktionierungsmöglichkeiten für Budget-Sünder. Er hebt aber stets die an sich positive Bedeutung der Union für ihre Mitgliedsstaaten hervor. Matznetter gibt Molterer in dessen Ausführungen Recht, beide pochen nicht auf eigene oder auf Parteierfolge, der SPÖ-Mann zeigt sehr stark die Rolle Österreichs bzw. die österreichische Sichtweise auf das Problem der Schuldenkrise auf, fordert andererseits aber supranationale Institutionen auf EU-Ebene, die nicht auf Nationalismen hören. Auch die Diskussion wird dann gänzlich innenpolitisch, Thurnher fragt nach dem aktuellen Stand beim nach hinten verschobenen Budget, Molterer zeigt Selbst- bzw. Parteikritik mit Lösungsvorschlägen für die aufgeworfenen Probleme verbunden, auch die Thematik Schulden wird noch angesprochen. Matznetter und Molterer geben sich über weite Strecken einig, vermitteln auch die Notwendigkeit des Schutzschirms und auch weiterer übergreifend europäischer Instrumentarien für die Wirtschaftspolitik. In der Argumentation fällt auf, dass Molterer mehr aus europäischer Sichtweise erklärt, Matznetter sehr stark den Bezug zum nationalen Österreich herzustellen versucht. Die Diskussion insgesamt mit zwei Journalistinnen, zwei Politikern und Wirtschaftsexperten ist sehr sachlich, Fragen werden konkret beantwortet, es wird kritisch nachgefragt, gibt aber weder ständige Unterbrechungen noch parteipolitischen Hickhack. Als populistisch soll das Verhalten der beiden Politiker nicht eingestuft werden, wenngleich Matznetter doch ein deutlich weniger positives Bild der EU zeichnet als Molterer, auf die Bevölkerungsstimmung ist dies nicht zurückzuführen.

Insgesamt sind die Ergebnisse der Analysen, die Eindrücke, die aus den TV-Diskussionen gewonnen wurden, **zu divergent**, um eine einheitliche Linie im Zeitverlauf darstellen und damit die Hypothese bewerten zu können. 1995 zuerst der gänzlich sachliche Außenminister Mock, der einzig Informationen zur Verfügung stellt, dann Kanzler Vranitzky in einer zweiten Diskussionsrunde, der in erster Linie mit einem populistischen Verhalten der Journalisten zu kämpfen hat, zu tatsächlichen Sachthemen nicht sprechen kann. Divergent auch die Diskussionen zum Vertrag von Lissabon, zu dem zuerst Kanzler Gusenbauer direkt

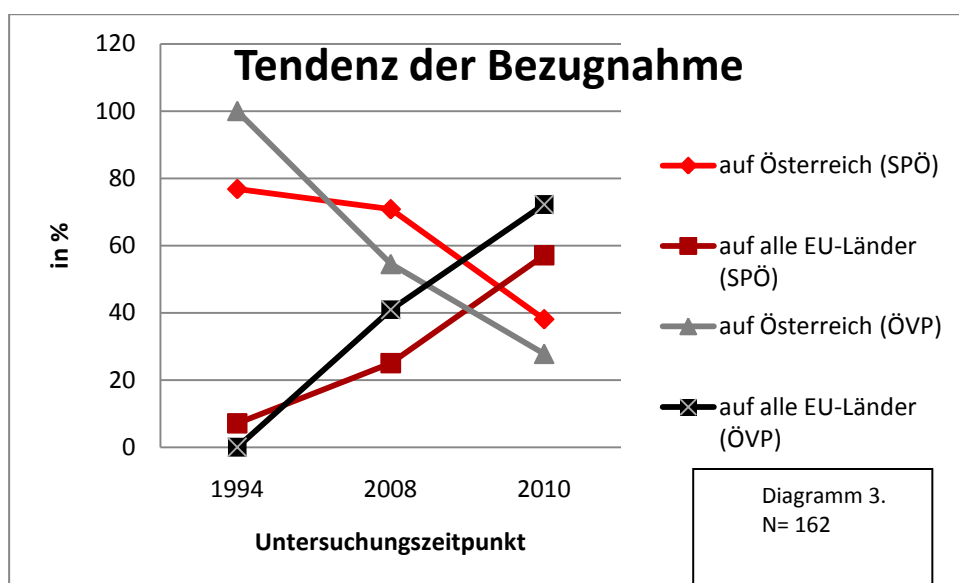
in Brüssel mit europäischen Mitstreitern diskutiert, äußerst sachlich, vom ORF-Moderator mit vielen grundsätzlichen Informationen und großer EU-Euphorie umrahmt. Dann die zweite Diskussion mit den Klubobleuten der beiden Regierungsparteien, die auf Oppositionspolitiker treffen, so in erster Linie politischer Hickhack dominiert und wieder von Seiten des ORF eine sehr kritische, ja polemische EU-Haltung bezogen wird. Durchaus populistisch in seinen Aussagen agiert auch Cap (SPÖ), im Gegensatz zu „Europapolitiker“ Schüssel (ÖVP), der sich auf Inhaltliches zu beschränken versucht, positive Auswirkungen der Union herausstreicht. Die letzte Diskussion schließlich zum Euro-Rettungsschirm lässt den Populismus-Vorwurf durch einen möglichen Dethematisierungsversuch von Kanzler und Vizekanzler aufleben, die beide Vertreter in die Sendung schicken. Diesen ist aber kein populistisches Verhalten vorzuwerfen, demonstrieren große Einigkeit für die Notwendigkeit des Schutzschirms.

H9: Über den Zeitverlauf konstant blieb sowohl bei den Regierungspolitikern als auch bei ihren Sprechern der Fokus auf das explizit Nationale, also die Fokussierung auf Auswirkungen von EU-Entscheidungen für Österreich. Eine umfassende Einbettung in den Einigungsprozess, das Herausstellen der Gemeinschaft nahm und nimmt immer noch einen geringen Stellenwert ein.

Diese Hypothese muss für den Untersuchungsgegenstand **teils bestätigt, teils widerlegt** werden. Bestätigt wird sie dahingehend, dass die Auswirkungen von EU-Entscheidungen zu allen drei Zeitpunkten sehr stark auf den Nationalstaat Österreich bezogen werden. Beide Regierungsparteien zeigten also in ihrer Kommunikation zum überwiegenden Teil die nationalen Folgewirkungen der EU-Politik auf. Durch die Auswertung der Experteninterviews kann diese quantitative Beobachtung auch erklärt werden: der oben schon angesprochene Nachrichtenfaktor „Nähe“ ist essentiell für die Öffentlichkeitsarbeit. Aufgrund des oft gehörten Vorwurfs, die EU sei so weit weg, wird in den PR der politischen Einrichtungen Österreichs versucht, „die EU“ bzw. einzelne EU-Entscheidungen auf Konkretes, national oder gar regional Greif- und Spürbares herunterzubrechen, so sei auch die Union „leichter zu verkaufen“³⁷⁰.

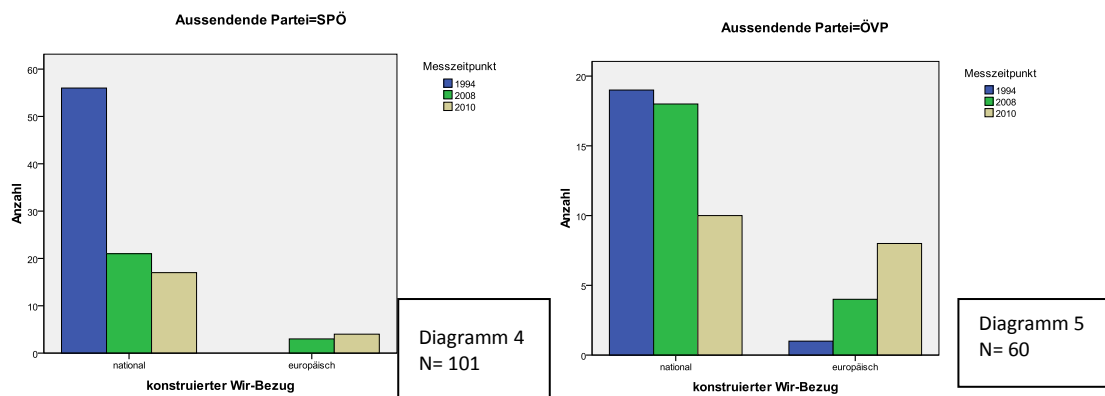
³⁷⁰ Interview SPÖ.

Die angenommene Kontinuität dieser Tendenz zum Nationalen über den Zeitverlauf muss hingegen eindeutig widerlegt werden. Bei beiden Parteien, SPÖ und ÖVP, nimmt die Berichterstattung über Auswirkungen auf Österreich ab, umgekehrt proportional hierzu verhält sich hingegen die Anzahl derer Meldungen, die EU-Entscheidungen unter dem Aspekt beschreiben, dass alle EU-Länder davon betroffen sind. Während die Aussendungen von 1994 noch zumindest zu 86 Prozent national oder regional geprägt waren, hat sich diese Zahl bei der PR-Arbeit zum Vertrag von Lissabon schon auf 55 bis 70 Prozent reduziert. Zum Untersuchungszeitpunkt 2010 hat sich der Bezug der Regierungskommunikation zum Schwerpunkt „Auswirkungen auf alle EU-Länder“ gewandelt. Die Ergebnisse sind höchst signifikant, sind in untenstehendem Diagramm 3 veranschaulicht.



Der Wert, den die beiden Regierungsparteien zu den drei Zeitpunkten hinsichtlich einer Identitätsstiftung in ihrer Kommunikation vermittelt haben, ist durchgehend zu einem Großteil national geprägt (siehe Diagramm unten). Jedoch muss im Zeitverlauf eine wachsende Bedeutung des europäischen Wir-Bezugs konstatiert werden, die Regierungspolitiker bzw. Sprecher versuchen zunehmend sich und die Betroffenen insgesamt als europäischen, nicht als rein österreichische Bürger darzustellen. Während vor dem EU-Beitritt die Berichterstattung zu (fast) 100 Prozent von einem national geprägten Wir-Bezug geprägt war, hat sich diese Tendenz bei der SPÖ zu den beiden späteren Zeitpunkten auf etwas über 80 Prozent eingependelt, das europäische Verständnis fasste also langsam Fuß. Viel weiter entwickelt in diese Richtung des europäischen Selbstverständnisses scheint im Vergleich der beiden Regierungsparteien die ÖVP zu sein. Schon 2008 konnte in knapp 20 Prozent der Aussendungen eine europäische Identitätsstiftung gefunden werden, zum letzten

Zeitpunkt 2010 gar schon 44,4 Prozent. Gerade in Anbetracht der ambivalenten Ausgangslage für den Euro-Rettungsschirm, den kritischen Stimmen aus der Bevölkerung kann diese Tendenz in der ÖVP-Kommunikation durchaus als bewusstes Statement für Europa gewertet werden, bei wichtigen Wegscheidungen für Europa, für den europäischen Weg einzutreten.



Die Hypothese H9 kann also in ihrer Grundaussage bestätigt werden, dass der Bezug auf das Nationale sehr stark ist, muss aber in ihrer unterstellten Ausdauer bis zum Zeitpunkt des Euro-Rettungsschirmes widerlegt werden, da hier doch sehr deutlich ein Europa-Bezug in der österreichischen Regierungskommunikation, speziell in jener der ÖVP zu erkennen ist.

4.3.2.1. Zusammenführung

Die Aufgabenverteilung zwischen Regierungspolitikern und ihren Presse-Mitarbeitern in der Kommunikation entspricht den Annahmen: Regierungspolitiker wenden sich in erster Linie der Bevölkerung zu, Medienleute sprechen in etwa 20 Prozent der Fälle Journalisten direkt an, auch die übrigen Aussendungen, zum Beispiel über Debatten im Parlament, haben zwar einen anderen direkten Adressaten, nämlich die parlamentarischen Kollegen des Sprechers, fokussieren aber auf Journalisten, um in der Berichterstattung Beachtung zu finden. Auch die Experten aus den Kommunikationsabteilungen weisen der Journalistenarbeit den größten Stellenwert zu. Aus welchen Gründen, mit welchen Absichten und in welchem Stil, Politiker und Medienleute sprechen, das konnten die Hypothesen nur begrenzt treffen. Aussendungen mit dem Adressat Medien wiesen zwar ebenfalls großteils befürwortende Bewertungen der EU auf, jedoch waren sämtliche neutrale Wertungen für diesen Adressat bestimmt. Auch gibt es bei jenen Meldungen direkt für Medien überdurchschnittlich wenige mit einer geringen Anzahl an Informationen, dies spiegelt sich auch bei der Dominanz der Inhalts- gegenüber der Beziehungsebene wider. Entgegen der Hypothese präsentieren auch

Regierungspolitiker bei ihren Auftritten für die Bevölkerung eine große Zahl an Informationen, die Beziehungsebene nimmt aber eine wesentlich prominentere Rolle ein. Dass Regierungspolitiker im Zeitverlauf immer populistischer agieren im Zuge ihrer TV-Auftritte kann im Zuge dieser Forschung nicht bestätigt werden. Zwar gibt es einige Hinweise auf populistisches Verhalten, insgesamt zeigen sich die Ergebnisse aber zu divergent, um verallgemeinert werden zu können. Aufzuzeigen ist, dass der ORF ein teils populistisches Verhalten zeigt, beispielsweise als in der Pressestunde wenige Tage vor dem EU-Beitritt Österreichs größtenteils innenpolitische Punkte oder EU-soft news angesprochen wurden oder der EU-Reformvertrag schon in der Headline als „Schreckgespenst“ bezeichnet wurde. Die Regierungspolitiker bemühen sich größtenteils schon um eine sachliche Information, antworten auf die Fragen der Journalisten, gehen auch auf Gegenargumente ein, üben konstruktive Kritik an EU-Entscheidungen und streichen die Auswirkungen für Österreich heraus. Deutlich wird bei den Diskussionen, dass die Kommunikation der Oppositionspolitiker für jene der Regierungspolitiker auch wesentlich ist, jene Diskussion, wo alle Parteioberleute oder Klubobmänner aufeinander trafen war durch die polemischste Gesprächskultur gekennzeichnet. Außerdem auffällig, dass die ÖVP-Politiker zu allen drei Zeitpunkten mehr Wert auf sachliche Informationen und eine positive Darstellung der EU-Politiken – trotz konstruktiver Kritik – legten, das ist sicherlich auf die eigene Darstellung als „Europa-Partei“ zurückzuführen. Alle Kommunikatoren weisen einen starken Bezug zum national Österreichischen auf, jedoch nimmt die Bezugnahme auf das gemeinschaftliche Europa – entgegen der Hypothese H9 – im Zeitverlauf zu, besonders bei der ÖVP.

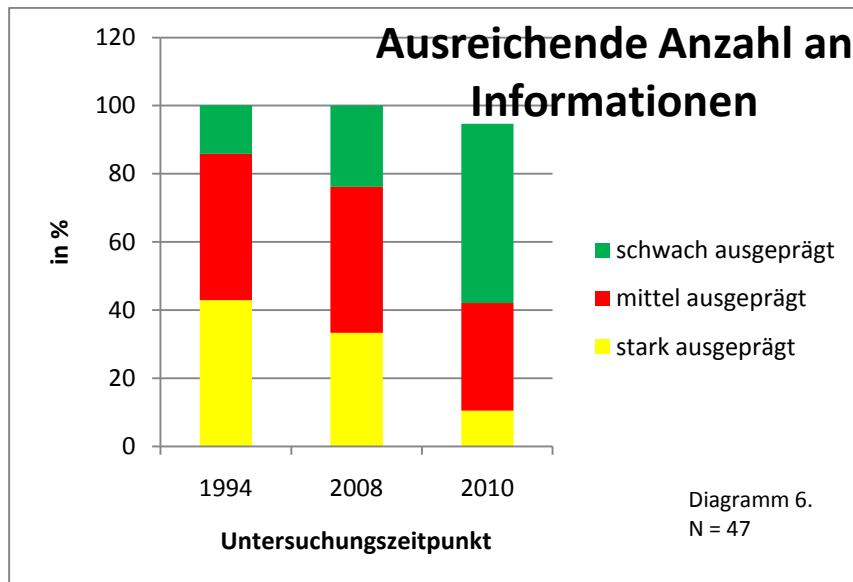
4.3.3. Forschungsfrage 3

FF3: Wie gestaltet sich die nach innen-gerichtete Kommunikation – hier innerhalb des Parlaments – über EU-Themen im Zeitverlauf?

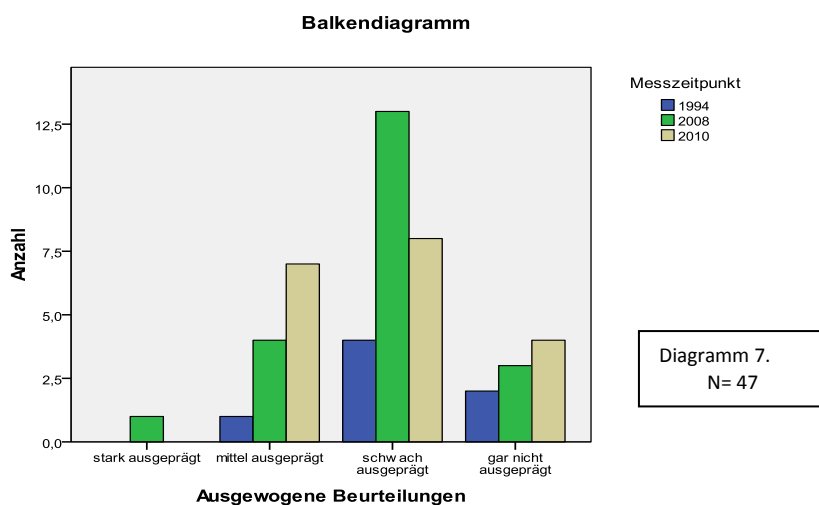
H10: Vor und beim EU-Beitritt 1995 beruhte die interne, parlamentarische Kommunikation in erster Linie auf umfassender Information (Ablauf, Konsequenzen, Pro und Contra, ...) für alle Parlamentarier.

Diese These kann sowohl nach Analyse der Aussendungen als auch nach Auswertung der Leitfadenterviews für den Untersuchungsgegenstand eindeutig **verifiziert** werden.

Innerhalb der Presseaussendungen mit dem Adressat Parlament wurde die Variable „Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen“ in über 85 Prozent der Fälle als „mittel“ oder „stark ausgeprägt“ codiert (siehe Diagramm 6). Ein Ergebnis, das für die beiden anderen Zeitpunkte deutlich divergent ausfällt.



Hinsichtlich einer Auswertung der Variablen „Berücksichtigung von Gegenargumenten“ und „Ausgewogene Beurteilungen“ zu den drei Zeitpunkten, können keine Auffälligkeiten, auch keine Signifikanz festgestellt werden. Insgesamt sind ausgewogene Beurteilungen selten (siehe Diagramm 7), Gegenargumente werden selten bis regelmäßig in der Kommunikation beachtet.



Im Zuge der Experteninterviews wird die mögliche Erklärung der Autorin für die informationsreiche Kommunikationssituation für Parlamentarier vor dem EU-Beitritt bestätigt: der Konsens der Großparteien bzw. zu gewissen Zeitpunkten gar aller Parteien. Die

Experten nennen es, den „nationalen Schulterschluss“³⁷¹ oder eine „gemeinsame Kraftanstrengung“³⁷² vor der Volksabstimmung über den Beitritt, der zu einer „relativ lang anhaltenden Pro-Gesinnung“³⁷³ auch in der Bevölkerung beigetragen habe.

H11: Die Aussagen von Kanzler und Vizekanzler bei den Nationalratssitzungen zu den Themen „Vertrag von Lissabon“ und „Euro-Rettungsschirm“ waren weniger informativ als 1995 und mehr auf den politischen Gegner fokussiert. Dennoch sind die Aussagen deutlich positiver gegenüber der EU als bei direkten Auftritten für die Bevölkerung.

Wie schon bei Hypothese H10 angedeutet, kann die These **dahingehend verifiziert** werden, dass die Informationen für die Parlamentarier vor dem EU-Beitritt noch deutlich inhaltsschwerer waren als 2008 und 2010. Machte die Einordnung der Kategorie „stark ausgeprägt“ bei der Bewertung einer ausreichenden Anzahl an Einzelinformationen zum Beitritt noch über 40 Prozent aus, ruhte sie 2008 noch auf einem Drittel der für diesen Zeitpunkte codierten Stimmen, betrug sie 2010 nur mehr knapp über 10 Prozent. Gegenläufig hingegen die Kategorie „schwach ausgeprägte“ Anzahl an Informationen, der zum letzten Zeitpunkt schon 52,6 Prozent der Fälle innerhalb des Messzeitpunktes zugeordnet werden mussten. Die Kommunikation zum Vertrag von Lissabon im Jahr 2008 stellt zu den beiden „Polen“ den Mittelweg dar, siehe auch Tabelle.

Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt Kreuztabelle						
			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994	2008	2010	
Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	stark ausgeprägt	Anzahl	3	7	2	12
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,90 %	33,30 %	10,5 0%	25, 50%
	mittel ausgeprägt	Anzahl	3	9	6	18
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,90 %	42,90 %	31,6 0%	38, 30%

³⁷¹ Interview BmeiA.

³⁷² Interview SPÖ.

³⁷³ Ebenda.

	schwach ausgeprägt	Anzahl	1 14,30 %	5 23,80 %	10 52,6 0%	16 34 %
	gar nicht ausgeprägt	Anzahl	0 0%	0 0%	1 5,30 %	1 2,1 0%
Gesamt		Anzahl	7	21	19 100 %	47 10 0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100%	100%		

Aufgrund der geringen Fallanzahl (N = 13) von Aussendungen, in denen als Hauptakteur Kanzler, Vizkanzler oder Außenminister gegenüber dem Adressat Parlament kommunizieren, sind weiterführende Untersuchungen nur vage möglich, die Unterscheidung nach Zeitpunkten in den allermeisten Darstellungen nicht sinnvoll bzw. lassen sich diese nicht sinnvoll verallgemeinern, weshalb auf eine eindeutige Beantwortung der Hypothese in diesem Teil verzichtet werden muss.

Generell auffallend ist beispielsweise, dass die Sprechakte der drei genannten Regierungsverantwortlichen (fast) ausschließlich einer mittel- bis stark ausgeprägten Inhaltsebene – anstelle einer Beziehungsebene – zuzuordnen sind, dies spricht also gegen ein politisches Hickhack dieser Akteure im Parlament. Trotz der geringen Anzahl an Fällen ließe sich für die Variable „Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen“ in den Sprechakten ebendieser Akteure im Nationalrat nachzeichnen, dass die Informationen im Zeitverlauf abnehmen. Während die Informationsweitergabe 1994 noch als stark-mittel bezeichnet werden kann, sinkt sie über 2008 nach mittel bis zu mittel-schwach zum jüngsten Zeitpunkt ab.

Über den Vergleich der Kommunikation von Kanzler und Vizkanzler gegenüber dem Parlament einerseits und gegenüber der Bevölkerung andererseits kann kein Ergebnis festgehalten werden, da die Zahl der von diesen Akteuren an die Bevölkerung adressierten Sprechakte nur eine Anzahl von 11 beträgt, zudem keine einzige für das Jahr 2010 spricht.

Diese Hypothese H11 muss also weitgehend unbeantwortet bleiben, bedarf einer weiteren Analyse durch fortführende Forschungstätigkeiten. Nur die zu Beginn der Ausführungen zu dieser These formulierte Erkenntnis, dass Kanzler und Vizkanzler in ihrer Kommunikation

zum Vertrag von Lissabon und dem Euro-Rettungsschirm deutlich weniger Informationen zur Verfügung gestellt haben als dies noch beim Beitritt der Fall gewesen ist, wurde bestätigt.

4.3.3.1. Zusammenführung

Zur Frage der Ausgestaltung der nach innen gerichteten Kommunikation der Regierungspolitiker zum Parlament, können die beiden Hypothesen (zumindest teilweise) bestätigt werden. Zum EU-Beitritt Österreichs 1995 beruhte die Kommunikation auf einer großen Anzahl an Einzelinformationen, die sich signifikant von den beiden späteren Untersuchungszeitpunkten abhebt. Die Experten in den Leitfadeninterviews erklären dies mit der relativen Einigkeit für den Beitritt, also den „nationalen Schulterschluss“. Ausgewogene Beurteilungen sind zu allen drei Zeitpunkten selten. Niedrig auch die Ausprägung „Ausreichende Informationen“ zum EU-Reformvertrag und dem Euro-Rettungsschirm im Parlament. Informationen nehmen ab, die Kategorie „schwach ausgeprägte Anzahl an Einzelinformationen“ nimmt im Zeitverlauf sichtbar zu. Wie die Tendenz der Kommunikationsakte ist, welches Bild die Regierungspolitiker im Parlament von der EU zeichnen und inwiefern sich dieses von jenem, das in der Bevölkerung gebildet wird, unterscheidet, kann aufgrund der geringen Anzahl an Fällen im Zuge dieser Forschung leider nicht geklärt werden. Der zweite Teil der Hypothese H11 muss also leider unbeantwortet bleiben.

4.3.4. Forschungsfrage 4

FF4: Welche Verbindung von Handlungsursache und Kommunikationsweise lässt sich bei der Journalisten-adressierten Regierungskommunikation mit Schwerpunkt auf dem Kommunikator „PR-Sprecher“ konstatieren?

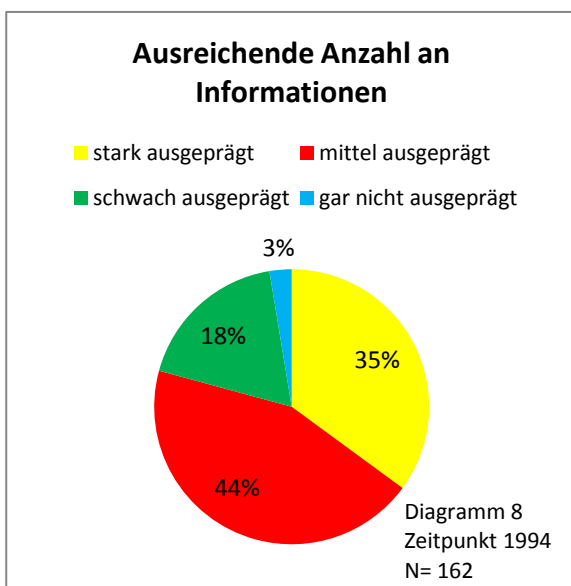
H12: Die Quantität, die inhaltliche Qualität sowie die emotionale Färbung der Aussendungen von Regierungssprechern und –Politikern für Journalisten zu den drei Untersuchungszeitpunkten war aufgrund eines unterschiedlichen Meinungsklimas stark divergent.

a) Vor und beim EU-Beitritt Österreichs war die Stimmung in der Bevölkerung gegenüber der EU so positiv wie nie, entsprechend euphorisch priesen die Regierungssprecher den Beitritt an. Quantität wie Qualität hoch.

Die Anzahl der Presseaussendungen hat zum EU-Beitritt bei weitem das größte Ausmaß angenommen, so wurden über APA-OTS insgesamt 447 Aussendungen der beiden Regierungsparteien (= Aussender) mit dem Stichwort „EU-Beitritt“ gefunden, die schließlich noch mit den Schlagworten „Vranitzky“ und „Mock“ modifiziert wurden. Dennoch wurden insgesamt 77 Meldungen für die quantitative Analyse codiert, doppelt so viele wie 2010 für bundesweite Politiker der Regierungsparteien gemeinsam.

Die Hypothese muss jedoch dahingehend verbessert werden, dass nicht die positive Stimmung in der Bevölkerung zu der ausgeprägten und euphorischen Regierungskommunikation beigetragen hat, sondern dass es umgekehrt der Regierung gelungen ist, die Bevölkerung für ihr großes Ziel zu mobilisieren und interessieren. Denn wie der Experte vom Bundespressedienst richtig anmerkte, war die Stimmung in der Bevölkerung ursprünglich einem Beitritt gegenüber äußerst skeptisch eingestellt. Auch im Kapitel 3.3.1., in dem die Historie des EU-Beitritts kurz erläutert wird, hat die Autorin schon darauf hingewiesen, dass die Deutlichkeit der positiven Stimmen für den Beitritt bei der Abstimmung von niemandem erwartet wurde, sich aus vorläufigen Umfragewerten auch nicht ablesen ließ. Zumindest für den Zeitpunkt 1994 kann der Regierung also kein Verhalten, an die vorherrschende Bevölkerungsmeinung angepasst, vorgeworfen werden.

Hinsichtlich der Qualität ihrer Kommunikation wurden im Sinne der Operationalisierung folgende Ergebnisse gefunden: Zur Zeit des Beitritts zur Union dominierte in der Regierungskommunikation die Inhaltsebene gegenüber der Beziehungsebene, erstere ist zumindest in etwa 80 Prozent der Fälle mittel oder stark ausgeprägt, nur einzelne Aussendungen wiesen eine schwach ausgeprägte Inhaltsebene auf.



In den Meldungen wird eine ausreichende Anzahl an Einzelinformationen zu einem Thema angeboten (siehe Diagramm 8), diese Variable ist zum Zeitpunkt 1994 am stärksten ausgeprägt.

Die Berücksichtigung von Gegenargumenten ist über alle Zeitpunkte gesehen sehr konstant, es sind also keine Auffälligkeiten zu erkennen, rund 90 Prozent

der codierten Fälle können den Kategorien „mittel und schwach ausgeprägt“ zugeordnet werden. Dies bedeutet einerseits, dass die Aufnahme und dann möglicherweise folgende Entkräftung von Gegenargumenten in der Regierungskommunikation vernachlässigt wird, andererseits könnte eine rein positive Berichterstattung zu Gunsten einer euphorischen Tendenz-Gebung bezweckt werden. Dahingehend kann auch die statistische Auswertung der Variable „Ausgewogene Beurteilung“ interpretiert werden, die in überdurchschnittlich vielen Fällen (28,6 %) vor dem EU-Beitritt als „gar nicht ausgeprägt“ codiert wurde, zieht man noch jene Fälle hinzu, in denen sie nur „schwach ausgeprägt“ war, fallen darunter insgesamt schon über zwei Drittel der Fälle. Die Information vor dem Beitritt war also stark positiv betont, mögliche negative Auswirkungen des Beitritts, die eine Berücksichtigung von Gegenargumenten bzw. ausgewogene Beurteilungen zur Folge hätten, standen nicht an der Tagesordnung. Relativ konstant über den Zeitraum gesehen verhält es sich mit den angebotenen Lösungsvorschlägen für die in den Aussendungen aufgeworfenen Probleme, die Anzahl der Vorschläge ist im Jahr 1994 zu 90 Prozent mittel oder schwach ausgeprägt, was nicht gerade von einer außerordentlich ausgeglichenen oder vollständigen Kommunikationsarbeit zeugt, wenn Probleme zwar aufgeworfen werden, dann aber unbehandelt im Raum stehen bleiben.

Es wurden 1994 also sehr viele Informationen zu allen möglichen Aspekten gegeben, von einer ausgeglichenen Pro-Contra-Argumentation kann aber nicht gesprochen werden – dahingehend auch nicht von besonders qualitätsreicher Kommunikation. Aufgrund der Situation der Volksabstimmung, für die die Bevölkerung erst einmal gewonnen werden musste und den Aussagen der Experten lässt sich diese Kommunikationsstrategie auf die stark positive Ausrichtung der Regierung gegenüber der EU deuten, die euphorische Tendenz ist also auch in den Aussendungen spürbar.

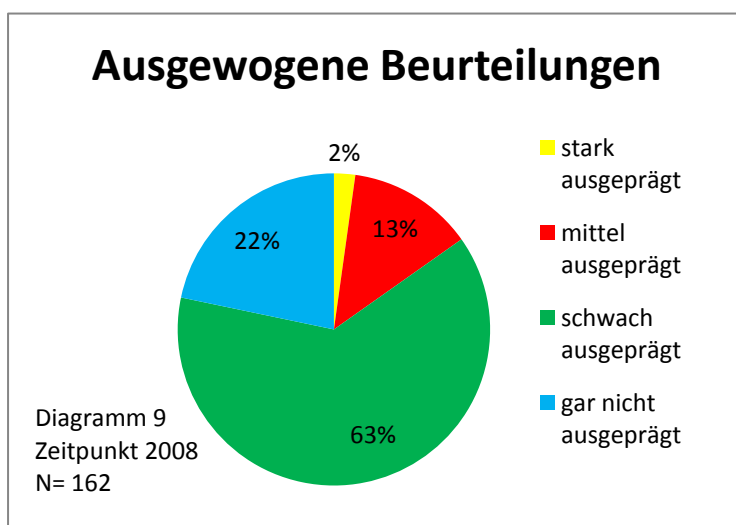
Aus den Experteninterviews sind zu diesem Zeitpunkt über Auffälligkeiten und Strategien recht ähnliche Antworten zu hören, die auf eine äußerst positive emotionale Färbung der Kommunikation schließen lassen. Aufgrund dieses „Mega-Events“³⁷⁴, den die Grundsatzentscheidung zum Beitritt zur EU, zu einer „Schicksalsgemeinschaft“ für den Experten des Bundespressedienstes darstellt, investierte das Bundeskanzleramt auch in eine ausgedehnte Kampagne, im Zuge derer sämtliche Medien eingesetzt wurden. Als „Kraftanstrengung“ gemeinsam mit der ÖVP bezeichnete auch der SPÖ-Pressedienst-Leiter

³⁷⁴ Interview BKA.

die Kommunikation vor dem Beitritt. Die Partei zog dieses Thema als „Pro-Engagement auf, in dem großteils Vorteile und Chancen der EU betont wurden“³⁷⁵, auch in das SPÖ-Logo wurde zum Zeichen des Umbruchs eine Europa-Fahne inkludiert. Die parteilichen Kommunikationsleistungen hätten zu einer „relativ langanhaltenden Pro-Gesinnung“ in der Bevölkerung beigetragen, erzählt die SPÖ. Relevanz und Sinnhaftigkeit einer längerfristigen Informationskampagne zu einem Themenkomplex sieht die ÖVP beim EU-Beitritt bestätigt. Nicht nur eine Kooperation von SPÖ und ÖVP, sondern einen „nationalen Schulterschluss“³⁷⁶ zwischen sämtlichen österreichischen Institutionen erkannte das BmeiA in der Kommunikation zum Beitritt, schloss aus dieser Richtung auf den großen Erfolg beim Referendum. Die positiven Auswirkungen eines Schulterschlusses thematisierte auch Falter³⁷⁷ in seinen Ausführungen: Der überparteiliche Konsens bei wegweisenden Entscheidungen sei eine gute Möglichkeit einem Zielgruppenpopulismus zu entgehen, durch den Verzicht auf politischen Hickhack die Akzeptanz für eine Entscheidung in der Bevölkerung zu erhöhen.

b) Dem Vertrag von Lissabon standen große Teile der Bevölkerung neutral gegenüber, Regierungssprecher fokussierten deshalb mehr auf eine informative Aufklärung, die Qualität war also hoch, Quantität eher nicht. Die Färbung tendierte zu „neutraler Notwendigkeit“.

Die Quantität (46 Aussendungen) ist höher als zum letzten Zeitpunkt, verglichen mit der Anzahl an Aussendungen zum EU-Beitritt ist sie aber dennoch gering. Der Hypothese b kann also **dahingehend zugestimmt** werden, dass die Quantität „eher nicht“ gegeben war.



Hinsichtlich der Qualität der analysierten Kommunikationsakte zeigt sich ein ambivalentes Bild. Einerseits trüben nur einzelne Aussendungen zum Reformvertrag 2008 das Ergebnis eines sonst einheitlichen Übergewichts der Inhaltsebene (knapp 100 %). Die Einstufung, ob die Anzahl an

³⁷⁵ Interview SPÖ.

³⁷⁶ Interview BmeiA.

³⁷⁷ Vgl. Falter (2002). S. 427-429.

Einzelinformationen ausreichend ist, teilt sich auf die drei Kategorien stark, mittel und schwach ausgeprägt auf, die Gegenargumente in der Debatte werden wie zu allen Zeitpunkten mittel oder selten berücksichtigt. Besonders abträglich einer ausgewogenen Berichterstattung sind die fehlenden bis nur schwach ausgeprägten Pro-Contra-Argumentationen (siehe Diagramm 9), die zu den beiden anderen Untersuchungszeitpunkten doch stärker berücksichtigt wurden. Lösungsvorschläge zu den kritischen Punkten werden 2008 fast ausschließlich mittelmäßig oder selten angeboten.

Relativ ambivalent, aber doch mit wenig Inbrunst, also emotional neutral bis ein wenig ablehnend beschrieben die Experten in den Leitfadeninterviews ihren jeweiligen Zugang zur Regierungskommunikation über den Reformvertrag. Die ÖVP gesteht ein, zu diesem Untersuchungszeitpunkt gar keine Strategie in der Öffentlichkeitsarbeit verfolgt zu haben. Der Beginn für ebendiese wurde von den anderen Experten in den Leitfadeninterviews in die Zeit des ursprünglichen Verfassungsvertrages verortet. Im Bundeskanzleramt wurde der Vertrag nachproduziert und 30.000 Stück an Interessierte vergeben. So flächendeckend fand die Verbreitung des Reformvertrages nicht mehr statt, stattdessen wurde nur eine konsolidierte Fassung an Multiplikatoren verteilt, die die Neuerungen an ihre Zielgruppen kommunizieren sollten. Informationen auf breiter Basis gibt es über die Website „Zukunft Europa“, wird vom BKA aber als „Kopf-Thema“ mit nicht allzu großer Nachfrage durch die Bevölkerung eingestuft.

Konträrer Meinung ist man hierzu im Außenministerium, die Debatte, ob dem Vertrag eine Volksabstimmung in Österreich vorausgehen muss, wurde „sehr kontroversiell diskutiert; Europa war wirklich ein großes Thema“³⁷⁸, wurde auch von den Medien entsprechend aufgegriffen. Das BmeiA war durch diese Situation gefordert, versuchte sich speziell in der Vermittlung der Neuerungen, strich die Vorteile des Vertrages in der Kommunikation heraus, so der Experte.

Gänzlich anders gestaltete sich auch die Kommunikation der SPÖ, der Vertrag traf auf „wenig SPÖ-Liebe, weil er lange verzögert“³⁷⁹ war und mit der Einstellung konfrontiert „die EU steht und zaudert“. Der Vertrag wurde im Parlament zwar schnell ratifiziert, insgesamt hat „Österreich als kleines Land aber mit wenig Begeisterung zugeschaut, was die Großen machen“. Die Regierungskommunikation sei weniger von den Bundespolitikern als von den

³⁷⁸ Interview BmeiA.

³⁷⁹ Interview SPÖ.

Europaabgeordneten beider Parteien betrieben worden. Nach der Kampagne der Kronen Zeitung habe das Motto geherrscht „wer Europa-Begeisterung verbreitet, macht Harakiri“³⁸⁰.

Die emotionale Färbung der Kommunikation zu diesem Zeitpunkt als „neutrale Notwendigkeit“ einzustufen, trifft den Punkt, kann **verifiziert** werden, da sich der Eindruck bestätigte, dass das Notwendigste in der Medienarbeit getan wurde, aus tiefstem Herzen oder dem Versuch, die Bevölkerung wieder ins Boot zu holen, kam die Kommunikation zu diesem Zeitpunkt nicht.

c) Die Bevölkerungsmeinung zum Euro-Rettungsschirm war sehr negativ, Regierungssprecher hielten sich mit Informationen oder öffentlichen Aussagen zurück, wiesen die Handlungskompetenz „der EU“ zu. Quantität sehr gering, Qualität gering, emotionale Färbung tendenziell negativ.

Durchaus essentiell für die Regierungskommunikation – quasi ein Handlungsauftrag – dürfte zu diesem Zeitpunkt die Bevölkerungsmeinung für alle Akteure gewesen sein. Der Sorge der Wähler „ausgesaugt zu werden“³⁸¹, die „unmittelbare Betroffenheit, wenn es um’s liebe Geld geht“³⁸² oder ein Mangel an Solidarität, „solange man nicht selbst in einem Strudel hinuntergerissen wird“³⁸³ gaben die Regierungssprecher in ihrer Kommunikation wider, lautete der Befund der Interviewpartner. So antwortete man seitens des Bundeskanzleramtes auf die Stimmung in der Bevölkerung mit Krisenkommunikation, im Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten wurden die wesentlichen Informationen zum Vertrag über Multiplikatoren weiter erzählt, um regional treffsichere Kommunikation zu betreiben. Weniger regional, sondern stark Themen-bezogen war die SPÖ-Kommunikation ausgerichtet, meinte der Experte. Transaktions- und Bankensteuer seien gefordert gewesen, um die Gerechtigkeit auf ein besseres Niveau zu bringen. In Richtung Krisenkommunikation antwortete der SPÖ-Experte: „es ist notwendig, dass die EU schnelle Entscheidungen, Reaktionen aus allen Ländern präsentiert“. Seitens der ÖVP war man versucht, „Richtig- und Wichtigkeit des Rettungsschirms zu betonen, er wurde aber nicht als Kernthema kommuniziert.“³⁸⁴

³⁸⁰ Interview SPÖ.

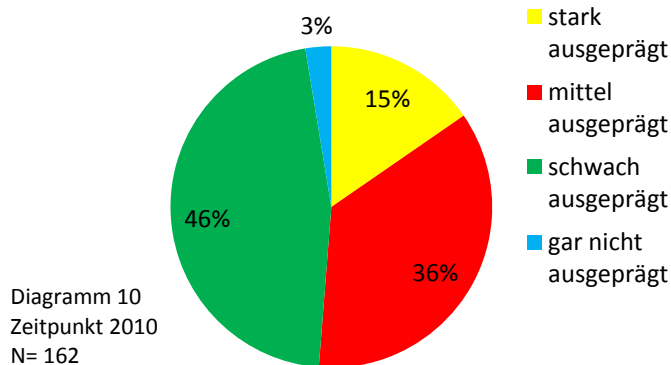
³⁸¹ Interview BKA.

³⁸² Interview BmeiA.

³⁸³ Interview SPÖ.

³⁸⁴ Interview ÖVP.

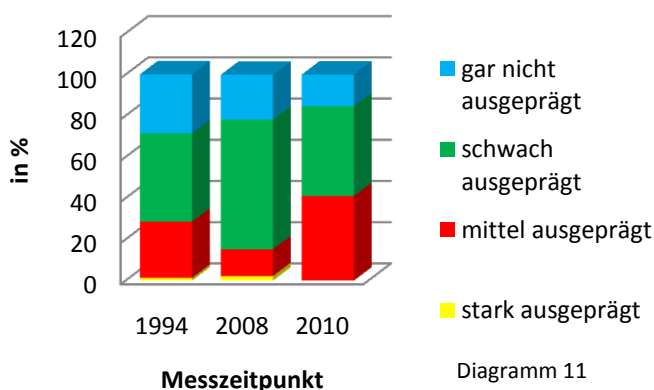
Ausreichende Anzahl an Informationen



In Österreich war die Anzahl der Aussendungen, wie angenommen, sehr gering – 39 Meldungen, das entspricht nur einem Viertel aller codierten Fälle. Bei der Qualität lässt sich kein eindeutiges Bild zeichnen. So hielten sich, wie Diagramm 10 zeigt, zwar auch die Anzahl der Einzelinformationen in den

Aussendungen in Grenzen, es wurde in an sich wenigen Aussendungen also auch nicht umfassend aufgeklärt. Knapp die Hälfte der Fälle weist eine „schwach ausgeprägte“ Anzahl an Einzelinformationen aus, bei den Meldungen zum EU-Beitritt machte diese Kategorie nur etwa 20 Prozent aus. Gegenargumente finden wie schon zu den beiden vorangegangenen Zeitpunkten keine besondere Berücksichtigung. 2010 dominierte die Inhaltsebene gegenüber der Beziehungsebene in den Ausprägungen „stark“ und „mittel ausgeprägt“ etwas weniger eindeutig, immer noch bei 75 Prozent der Fälle. Auffallend aber, dass in der Kommunikation der Nationalratsabgeordneten die Inhaltsebene in einem Drittel der Fälle nur „schwach ausgeprägt“ war.

Ausgewogene Beurteilungen



Auffallend hingegen ist die große Zahl an ausgewogenen Beurteilungen, also an Pro-Contra-Argumentationen. In 41 Prozent der Fälle ist zumindest eine mittel ausgeprägte Ausgewogenheit zu konstatieren, bei weitem die größte Anzahl im Zeitvergleich an quasi neutraler Berichterstattung, wie auch das Diagramm 11 gut darstellt. Qualitätsvoll auch die mittel

ausgeprägte Tendenz (64,1 %), Lösungsvorschläge für aufgeworfene Probleme noch in denselben Aussendungen zu erläutern, diesem Trend folgen die Regierungsparteien zum Zeitpunkt des Eurorettungsschirms am allermeisten.

Auffällig bei der Analyse der TV-Konfrontationen von Politikern zu diesem Zeitpunkt: Es gibt keine Auftritte von Regierungspolitikern in ORF-Diskussionssendungen zum Thema Euro-Rettungsschirm im Zeitraum 2010. Dies lässt eine hierarchisch von oben verordnete Strategie vermuten, nämlich die der Dethematisierung. Anzumerken ist aber, dass Finanzminister Pröll nach den Ministerräten in der Union ebenso wie Außenminister Spindelegger Videobotschaften ins Internet stellt, in denen er die Sitzung Revue passieren lässt, dabei könnten auch Botschaften über den Euro-Rettungsschirm enthalten gewesen sein. Diese Videos gingen aber nicht in die Untersuchung ein, weil ihnen kein direkter Bezug zu den Medien bzw. zur allgemeinen Öffentlichkeit, der Bevölkerung nachgewiesen werden kann. Auch die geringe Quantität der Aussendungen zum Euro-Rettungsschirm spricht für einen vermuteten Versuch der Dethematisierung, der eindeutig besser zu erkennen ist als die vermutete negative emotionale Färbung der Aussendungen. Wenngleich dieses Mittel der Dethematisierung im Umgang mit Medien und Bevölkerung seitens der PR-Experten im Zuge der Interviews bestritten wird, die unisono behaupteten, sämtliche Informationen transparent weiterzugeben, sofern es nicht Datenschutz-Rechten einzelner Personen zugegen laufe.

4.3.4.1. Zusammenführung

Bevor die Ergebnisse auf die Hypothese H12 zusammengeführt werden und die Relevanz der Bevölkerungsmeinung ersichtlich wird, soll in einem ersten Schritt die aktuelle Situation der Regierungskommunikation über EU-Themen anhand der Experteninterviews aufgezeigt, Schwierigkeiten dabei angesprochen werden. Die Europäische Union hat in der Berichterstattung einen „entsprechenden“ Stellenwert, heißt es aus dem Bundeskanzleramt, ist aber „komplex und verschroben“ und man geht nach und nach dazu über „europäische Inhalte zu normalisieren, Europa als Innenpolitik einzustufen“³⁸⁵. Ähnlich die Argumente im Außenministerium, „die Europäische Union ist für die Österreicher selbstverständlich geworden, hat keine weniger prominente Rolle in der Kommunikation in Österreich wie in vergleichbaren Ländern“³⁸⁶. Dennoch sei es nicht einfach mit Europa per se zu landen“, die Thematik sei „abstrakt und komplex“ und es wird „wenig unternommen, um die Auswirkungen der EU zu konkretisieren“, wie es sich gerade in der EU-Regionalpolitik eignen würde, wo den Bürgern direkt vor Ort gezeigt werden kann, was Europa für sie persönlich bedeutet. Ähnlich resignierend wie Bundespressedienst und Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten stellt auch die ÖVP die Lage um die

³⁸⁵ Interview BKA.

³⁸⁶ Interview BmeiA.

Europa-Kommunikation dar. EU-Themen würden in Österreich und innerhalb der Europa-Partei ÖVP einen durchschnittlichen Stellenwert einnehmen, obwohl viele EU-Entscheidungen Österreich betreffen. Eine mögliche Erklärung dazu von Seiten der SPÖ: Es ist in der Kommunikation „nie gelungen, dass die EU in der Bevölkerung ankommt“, die Vermittlung der Thematik ist schwierig und es hat stets etwas dazu beigetragen, dass es nicht klappe. Einerseits sei dies auf die Entfernung nach Brüssel zurückzuführen, „je weiter weg, desto leichter schimpft man“. Sehr wohl relevant für die Kommunikation der SPÖ war aber die Bevölkerungsmeinung. „Als SPÖ sind wir zwar ungebrochen pro-EU, haben mit der Kritik der Bevölkerung aber gespielt, uns nicht bewusst dagegen gestellt“. Die Gründe für die ablehnende Haltung in der Bevölkerung schreibt der SPÖ-Pressedienst-Leiter großem „Nicht-Wissen“ und fehlenden Emotionen zu, „die EU erreicht nicht die Herzen“³⁸⁷.

Eine Kausalität von vorherrschender Bevölkerungsmeinung und Art und Intensität der Regierungskommunikation kann in weiterer Folge dieser Forschungsarbeit nicht nachgewiesen werden, es können sehr wohl aber in diese Richtung Informationen und Auffälligkeiten gesammelt werden, die für spätere, weiterführende Arbeiten vielleicht erträglich sein können.

Seitens der Experten wurde der Variable „Bevölkerungsmeinung“ ja eine sehr unterschiedliche Rolle zugeordnet. Während die Parteien eingestanden haben, diese Meinung immer mitzudenken, weil man sich bei den nächsten Wahlen ebendieser Bevölkerung stellen muss und von ihr bewertet wird, wies man im Bundeskanzleramt sämtliche mögliche Zusammenhänge zurück.

Die Forschungsfrage FF4, ob Regierungspolitiker ihre Kommunikation von den Umfragewerten aus der Bevölkerung abhängig machen, kann nicht eindeutig beantwortet werden, gerade zu den beiden letzten Zeitpunkten drängt die Tendenz aber auf eine positive Antwort. Während zum EU-Beitritt die Bevölkerung der EU auch skeptisch gegenüber stand, hat es die Regierung verstanden, entsprechend zu mobilisieren, interessieren und emotionalisieren, um bei der Volksabstimmung noch ein sehr positives Ergebnis zu erzielen. Die Regierung hat sich damit aber bewusst gegen die vorherrschende Bevölkerungsmeinung gestellt, um ihr großes Ziel – mittels einer langfristigen Informationskampagne – zu erreichen. Dabei war die Quantität an Aussendungen extrem hoch, hinsichtlich der Qualität der Meldungen lässt sich eine Dominanz der Inhalts- gegenüber der Beziehungsebene ebenso

³⁸⁷ Interview SPÖ.

konstatieren wie eine ausreichende Anzahl an Einzelinformationen. Die Kommunikation vor dem Beitritt war euphorisch, wahrscheinlich auch deshalb verzichtete die Regierung auf ausgewogene Beurteilung oder auf die Beachtung von Gegenargumenten. Die Gesprächspartner der Experteninterviews bestätigten diese Eindrücke aus der quantitativen Analyse.

Verifiziert werden kann hingegen die angenommene Verbindung von Bevölkerungsmeinung und Regierungskommunikation zu den beiden späteren Zeitpunkten werden. Dem Vertrag von Lissabon stand die Bevölkerung neutral gegenüber, auch die emotionale Färbung der Regierungskommunikation wies eine Tendenz zu „neutraler Notwendigkeit“ auf, was auch von den Experten bestätigt wurde. Die Anzahl an Aussendungen war nicht besonders groß, verlief im mittleren Bereich. Anzumerken sind hier der SPÖ-Kniefall vor der Kronen Zeitung sowie die Feststellung eines Experten, dass die Kommunikation zu diesem Punkt stark den EU-Abgeordneten überlassen wurde.

Zur Thematik Euro-Rettungsschirm sticht die geringe Anzahl an Aussendungen ins Auge, sowie das Fehlen von Regierungspolitikern bei ORF-Diskussionssendungen – der Verdacht der bewussten Dethematisierung in den obersten Regierungsreihen entsteht. Da die Bevölkerung dem Schutzschirm durchwegs negativ gegenüber stand, kann dieses Verhalten der Politiker als an die Bevölkerung angepasstes angenommen werden. Auch die Qualität der Meldungen ist nicht besonders hoch, ausreichende Informationen sind nur schwach ausgeprägt. Stattdessen werden aber ausgewogene Beurteilungen wie Lösungsvorschläge für die aufgeworfenen Probleme offeriert. Eine negative Färbung der Aussendungen ist nicht erkennbar. Insgesamt kann man die Forschungsfrage so beantworten, dass Regierungspolitikern ihre Kommunikation nicht gänzlich auf die wahrgenommene oder erfragte Bevölkerungsmeinung reduzieren, dass sie sie aber – wie die Parteien-Experten einräumten – stets mitdenken.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Thematik der vorliegenden Forschungsarbeit wurde aus zwei Beweggründen heraus gewählt. Erstens, die persönliche Motivation der Autorin, als starke Befürworterin der Europäischen Union ein Gebiet zu finden, das im Zusammenhang steht mit der relativ skeptischen Meinung der Bevölkerung in großen Teilen Europas. Zweitens, die wissenschaftliche Perspektive, die zwar schon einige Überlegungen zur politischen Kommunikation kennt, auch aus Sicht der Europäischen Union, wo konkrete Fallbeispiele zu einzelnen Ländern bzw. zu thematischen Schwerpunkten aber noch ausständig sind.

Diese beiden Punkte ergeben umgekehrt auch die Relevanz der Forschungsarbeit, einerseits ein weitgehend noch unerforschtes Gebiet für die Wissenschaft aufzuarbeiten, andererseits herauszufinden, ob die ablehnende Bevölkerungsmeinung in Zusammenhang mit der Regierungskommunikation steht und damit aufklären zu können, welche Veränderungen nötig sind, um die Akzeptanz und Legitimation einer immer umfassenderen Unionspolitik zu garantieren.

Im Theorieteil dieser Arbeit sollte als Grundlage für den empirischen Teil zuerst festgehalten werden, „[w]elche Kommunikationsvorgänge intendieren politische Akteure und mit welchen Mitteln suchen sie diese zu realisieren, warum handeln sie so (und nicht anders), und was für einen Unterschied macht es?“³⁸⁸ Dabei wurden Überlegungen zu den Punkten Mediendemokratie, Europäische Integration und politische Öffentlichkeitsarbeit ausgeführt, stets das Dreieck Politik, Bevölkerung, und teils Medien im Auge behaltend.

Die Legitimation, die für den politischen Prozess von Demokratien unerlässlich ist, kann auf verschiedene Weisen hergestellt werden, essentiell dabei ist, welches Bild von Demokratie der Gesellschaft und somit dem politischen System zugrunde liegt. Daher widmete sich die Autorin im ersten Kapitel des Theorieteils zuerst den Grundlagen der Demokratietheorien, um dann einen Blick auf die aktuell aufgrund der Prominenz der Massenmedien stark diskutierte Tendenz zur Massendemokratie zu werfen.

Als wissenschaftliche Herangehensweise zur Demokratietheorie für die vorliegende Forschungsarbeit ist das liberale Paradigma besonders relevant, weil die politische Elite mit ihren Handlungen im Mittelpunkt steht, die Bürger auf ihre Rolle als Wähler reduziert und Massenmedien einzig für die Vermittlung politischer Botschaften genützt werden, eine weitgehende Eigenständigkeit der Medien bestritten wird. Diese bekommen beim deliberativen Paradigma mehr Raum, stellen auch eine Arena für Politik und Bürger dar, um

³⁸⁸ Kamps (2007). S. 30.

im politisch-kommunikativen Prozess eine Entscheidung zu finden. Nach Alemann entsprechen diese beiden Paradigmen dem Top-down-Modell, das die Allmacht der politischen Elite vermutet und dem Mediokratie-Modell, das Medien als vierte Gewalt neben Exekutive, Legislative und Jurisdiktion einstuft. Im Zuge der vorliegenden Arbeit müssen beide Ansätze mitgedacht werden, auch wenn sich der empirische Teil nicht der medialen Berichterstattung, sondern einzig der Regierungskommunikation zuwendet – diese Vorgehensweise entspricht auch der Motivation von Alemann und Patzelt, die beide Ansätze zum Biotop-Modell vereinen, welches die enge und oft intransparente Zusammenarbeit von Medien und Politik meint.

Die Tendenz zur Mediendemokratie wird deshalb konstatiert, weil während in früheren Jahrzehnten politische Parteien der Inbegriff von Demokratien waren, sind jene ohne Kommunikation heute undenkbar. Politik und Medien gehen deshalb für ihr beidseitiges Überleben eine Symbiose ein, im Zuge derer sie Publizität, damit Öffentlichkeit gegen Informationen tauschen. Sarcinelli spricht hier von Mediendemokratie oder Mediokratie, Saxer von einer Mediengesellschaft. Massenmedien durchdringen heute sämtliche gesellschaftliche Subsysteme, haben beim Publikum einen hohen Stellenwert, werden als vierter Sektor neben Landwirtschaft, Industrie und Dienstleistungen verortet. Gerade in einer globalisierten Welt nehmen Medien die wesentliche Rolle der Vermittlung ein, sind „zentrale Infrastruktur der modernen Gesellschaft“³⁸⁹.

Mehrere Entwicklungen sprechen für eine Mediendemokratie, die oben näher ausgeführt sind, hier nur mehr kurz aufgezählt werden sollen: stete Zunahme, Ausgestaltung und Weiterentwicklung der Massenmedien, ihre Rolle als „politische Wirklichkeitsgeneratoren“³⁹⁰, Individualisierung und Komplexitätssteigerung der Gesellschaft, für welche die Medien als Kitt agieren. Zugespitzt auf die Frage, welche Form der Demokratie zukünftig dominieren wird, geben Alemann und Marschall folgende Antwort: Parteien- und Mediendemokratie wirken „komplementär, nicht substituierend“³⁹¹ und weiter: „Parteien bewegen sich bei der Politikgestaltung in den Strukturen einer Mediendemokratie – wohl besser in einer Mediengesellschaft“³⁹². Die Parteiendemokratie werde medialisiert, konstatiert auch Sarcinelli.

³⁸⁹ Jarren (1998). S. 74.

³⁹⁰ Kamps (2007). S. 66.

³⁹¹ Alemann/ Marschall (2002). S. 35.

³⁹² Ebenda. S. 37.

In weiterer Folge widmet sich die Arbeit mehreren Fallstudien, die das Spannungsfeld Medien- vs. Parteiendemokratie für die Umgebung der Europäischen Union aufarbeiten.

Im darauffolgenden Kapitel beleuchtet die Autorin kurz die stets aktuelle Integrationsdebatte der Europäischen Union, mit dem Hintergrund der Problematik einer Gleichsetzung von nationalstaatlichen Normen, wie Demokratie oder Gewaltentrennung mit der Ausgestaltung europäischer Strukturen und Werte. Denn von den Demokratien der Mitgliedsstaaten ausgehend lässt es sich nicht einfach auf eine demokratische EU schließen, andererseits sind diese durchaus anzustrebenden Werte auf Unionsebene nicht lediglich zu adaptieren, weil ihre Entstehung äußerst stark national geprägt ist, beispielsweise durch ein kollektives Gedächtnis oder eine gemeinsame Identität. Um diese Problematik in den momentanen Stand der Dinge bei der europäischen Integrationsdebatte einzugliedern, nimmt die Autorin einen Exkurs zu Integrationsmodellen, Identität und Öffentlichkeit vor. Wesentlich für Öffentlichkeit und Identität ist in jedem Fall eine umfassende Kommunikation, damit ist die Überleitung geschaffen zu den Ausführungen über wissenschaftliche wie praktische Befunde zur politischen Kommunikation.

Dafür wurden zuerst sämtliche Arten von politischer Kommunikation kurz dargestellt, dann der Schwerpunkt auf Charakteristika, Methoden und Funktionen von politischer Öffentlichkeitsarbeit gelegt. Politische Kommunikation wurde im Zuge dieser Arbeit auf jenen Teilaspekt beschränkt, der die Kommunikation von Politikern unter die Lupe nimmt, politische Kommunikation durch Medien oder andere Akteure wird ausgeklammert. Ihr Konzept geht auf Murray Edelman's Theorie der symbolischen Politik zurück, bei der er die instrumentelle Dimension – sachliche Darstellung politischen Handelns – von der expressiven Dimension – mittels Symbolen nachvollziehbar vermittelte Politikdarstellung – unterscheidet.³⁹³ Sarcinelli fand für diese Dimensionen den Oberbegriff der Politikvermittlung, unter der er sämtliche öffentlich-politische Kommunikationstätigkeiten zwischen Herrschenden und Beherrschten vereint – stets elitendominiert.³⁹⁴

Politische Kommunikation, initiiert von Akteuren des politischen Systems kann in vier verschiedenen Formen auftreten: im Sinne politischer Werbung, politischer Öffentlichkeitsarbeit, politischer Berichterstattung und direkter Kommunikation.³⁹⁵ Alle vier Möglichkeiten wurden kurz erläutert bevor der Fokus einzig auf die politische

³⁹³ Vgl. Tenscher (1998). S. 185.

³⁹⁴ Vgl. Sarcinelli (1998). S. 11.

³⁹⁵ Vgl. Bentele (1998). S. 131-132.

Öffentlichkeitsarbeit gelegt wurde, die im Mittelpunkt vorliegender empirischer Untersuchung stand. Dazu näherte sich die Autorin zuerst einem allgemeinen Verständnis von Public Relations, für die noch keine übergreifende Definition gefunden wurde, wo Operationalisierungen je nach Forschungs- oder Tätigkeitsfeld gebraucht werden. Für die vorliegende Arbeit relevant erscheint die *demokratiethoretische* Perspektive, die sich für normative Grundlagen und Zielsetzungen interessiert. „Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet einerseits ein notwendiges Medium der Politikvermittlung und andererseits ein Instrument der Legitimitätsbeschaffung des politischen Systems“³⁹⁶, an dieses Verständnis schließt auch Sarcinellis These der Politikvermittlung an. Legitim bei PR aus dieser Sichtweise ist auch die Unterstellung eines politischen Kalküls.

Politische Öffentlichkeitsarbeit adressiert stets drei Publika: Medien, Wähler und das intermediäre System.³⁹⁷ Sie zielt darauf ab, Strategien zur Kommunikation von Themen, Politikern und den Parteiprogrammen umzusetzen, die den Wähler überzeugen, analysiert die Bevölkerungsmeinung und evaluiert Feedback, wirft einen Blick auf Akteure und Instrumente und muss dabei nicht unbedingt persuasiv sein.³⁹⁸ Tenscher spitzt diese Kennzeichen nochmals zu, nämlich im Zuge des Feldes der Regierungskommunikation auf Regierungspolitiker. Wie auch für diese Arbeit wesentlich, versteht er dabei sowohl die Kommunikation während der Politikherstellung für die Entscheidungsfindung als auch die nach außen gerichtete Kommunikation zwischen Regierungspolitikern und Bürgern mit dem Ziel der Vermittlung von politischen Entscheidungen.³⁹⁹

Die Hauptakteure bei politischer Öffentlichkeitsarbeit sind Politiker, ihre Einrichtungen sowie PR-Mitarbeiter, Medienakteure und das Publikum sowie Sprecher der Zivilgesellschaft und politische Experten. Unterschieden werden diese in erster Linie nach ihrem Status und damit ihrer Relevanz, je höher diese ist, desto wahrscheinlicher, dass eine Meldung öffentliche Aufmerksamkeit erfährt.⁴⁰⁰ Die Akteure der politischen Öffentlichkeitsarbeit setzen unterschiedliche Instrumente ein, je nachdem, ob sie spontane, routinisierte oder strategische⁴⁰¹ Kommunikationstätigkeiten planen und welche Zielgruppe sie als Adressat definieren.

³⁹⁶ Pfetsch/Dahlke (1996). S. 139-142.

³⁹⁷ Vgl. Kamps (2007). S. 100.

³⁹⁸ Vgl. Bentele (1998). S. 127.

³⁹⁹ Vgl. Tenscher (2002b). S. 247-249.

⁴⁰⁰ Vgl. Bergsdorf (2002). S. 272.

⁴⁰¹ Vgl. Bentele (1998). S. 140.

Im Empirieteil stellte die Autorin vier Forschungsfragen und zwölf Hypothesen auf, die die Forschung zur EU-zentrierten Regierungskommunikation in Österreich noch einschränken bzw. einen Rahmen geben sollten für die Untersuchungen. Um alle darin enthaltenen Variablen und Kategorien auch analysieren oder messen zu können, sind in diesem Teil auch die Operationalisierungen beinhaltet. Vorgestellt wurden darin auch die drei Untersuchungszeitpunkte bzw. wurde ihre Wahl erläutert.

In weiterer Folge wurden die drei gewählten Analysemethoden beschrieben, auch die Stichproben und Auswertungsmethoden wurden vorgestellt. Erkenntnisse zum vorliegenden Forschungsgegenstand wurden mittels Leitfadeninterviews und deren qualitativer Auswertung, einer quantitativen inhaltsanalytischen Untersuchung von Presseaussendungen und einer beide Schulen umfassenden Auswertung von TV-Diskussionen mit Regierungsbeteiligung zu den gewählten Themenschwerpunkten gewonnen. Die Leitfadeninterviews wurden mit Presse- und Informationsmitarbeitern der Regierungsparteien SPÖ und ÖVP, des Bundeskanzleramtes und des Bundesministeriums für europäische und internationale Angelegenheiten innerhalb des März bzw. im Juni 2011 geführt. Für die quantitative Inhaltsanalyse von Presseaussendungen wurden die drei Untersuchungszeitpunkte zuerst auf ihre charakteristischen Daten fixiert, diesen folgend ergaben sich je fünf bzw. einmal vier Monate, für die Meldungen mit zuvor festgelegten Suchkriterien – entsprechend der jeweiligen Thematik - codiert wurden. In die Auswahl kamen lediglich die Meldungen von den regierenden Bundesparteien SPÖ und ÖVP, dabei wurden insgesamt 155 Aussendungen analysiert und mittels Statistikprogramm SPSS Berechnungen durchgeführt. Die dritte empirische Analyse beschäftigte sich mit fünf TV-Diskussionen, in denen Regierungspolitiker zu den drei Zeitpunkten auftraten und sich somit „direkt“ an die Bevölkerung wandten. Diese Diskussionen wurden sowohl quantitativ inhaltsanalytisch eingetragen, um eine Vergleichbarkeit zu den Presseaussendungen herzustellen, als auch qualitativ auf Auffälligkeiten hin untersucht.

Im Zuge der Auswertungen für den Ergebnisteil haben sich die Forschungsfragen und Hypothesen, aber auch die Untersuchungsinstrumente über weite Teile als sehr praktikabel erwiesen. Lediglich eine einzige Hypothese musste aufgrund einer zu geringen Anzahl an zur Verfügung stehenden Fällen unbeantwortet bleiben.

Die erste Forschungsfrage fragte nach Veränderungen der Öffentlichkeitsarbeit aufgrund des Wandels zur Mediendemokratie. Eine Hinwendung zu ebendieser in den politischen Einrichtungen hat jedenfalls aus organisatorischer Sichtweise stattgefunden,

Kommunikationsmitarbeiter bzw. –Abteilungen haben sich professionalisiert, in allen wesentlichen österreichischen Institutionen stehen eigene EU-Kommunikatoren bereit; die Ausprägung dieser Entwicklung bei den Parteien hinkt noch ein wenig hinterher, ist aber ebenfalls vorhanden (H1). Anders die Befunde zu einer möglichen Externalisierung von einzelnen PR-Agenden zu spezialisierten Agenturen: Nur der Bundespressedienst räumte ein, auf die Expertise von PR-Agenturen zumindest bei Großkampagnen zurückzugreifen, Außenministerium und Parteien lehnen dies für die alltägliche Arbeit in ihren Presse-Abteilungen ab (H2). Die Quantität der EU-zentrierten Regierungskommunikation hat im Zeitverlauf – anders als erwartet – stetig abgenommen, dem Euro-Rettungsschirm im Jahr 2010 wurde insgesamt nur ein Viertel aller codierten Aussendungen zugeschrieben. Gegenüber vorliegender Forschungsarbeit kritisch anmerken muss man an dieser Stelle aber, dass der EU-Beitritt Österreichs in seiner Relevanz nicht mit den beiden anderen Themenschwerpunkten vergleichbar ist, außerdem musste für den Beitritt auch zuerst die Bevölkerung wegen der Volksabstimmung gewonnen werden. Kritik an den Kommunikatoren muss dahingehend geübt werden, dass zu den beiden Zeitpunkten 2008 und 2010 kein mittel- oder langfristiger Dialog mit den Bürgern angestrebt wurde, sondern jeweils erst am Tag der Entscheidung dutzende Meldungen publiziert wurden (H3). Eine zunehmende Personalisierung seit Österreichs EU-Beitritt kann für die untersuchten Kommunikationsakte nicht konstatiert werden, da die Aussender von Meldungen nur äußerst selten von sich selbst oder auch der Partei sprechen, sich im Großteil der Fälle stattdessen als Regierung positionieren. Auch die Experten in den Leitfadeninterviews wollten keine weitgreifende Personalisierung erkennen, sie orientierten sich an den Nachrichtenfaktoren und im Bundeskanzleramt nach dem Leitsatz „Der EU ein Gesicht geben“ (H4). Eine inhaltlich weniger euphorische EU-Stimmung seitens der Kommunikatoren im Zeitverlauf kann nicht unterstellt werden, sind doch 80 Prozent der Bewertungen der Union zu allen drei Zeitpunkten „befürwortend-konstruktiv“. Ein kausaler Zusammenhang zwischen Ausrichtung der Regierungskommunikation und vorherrschender Bevölkerungsmeinung konnte im Zuge dieser Forschungsarbeit nicht hergestellt werden, Hinweise darauf ergeben sich aber aus den Leitfadeninterviews, die auf die Relevanz der Bevölkerung, somit der Wähler für die Parteien verweisen (H5). Zusammenfassend für die Forschungsfrage: Die Mediendemokratie ist in Österreich noch nicht so weit fortgeschritten, dass es den politischen Kommunikatoren nicht mehr möglich wäre, eigene Themen auf die Medienagenda zu setzen.

Im Zuge der zweiten Forschungsfrage sollte die Aufgabenverteilung zwischen und der Kommunikationsstil von PR-Mitarbeitern und Regierungspolitikern sowohl innerhalb von politischen Einrichtungen als auch institutionenübergreifend analysiert werden. Dahingehend haben die verschiedenen Untersuchungsmethoden Erkenntnis geliefert, dass die Aussendungen von PR-Mitarbeitern großteils – wenngleich auch manchmal über Umwege – Journalisten ansprechen sollen, mit einer mittleren Zahl an Informationen ausgestattet sind und in ihnen die Inhalts- gegenüber der Beziehungsebene dominiert (H6). Regierungspolitiker hingegen adressieren ihre Wähler, die Bevölkerung, sie geben bei ihren Auftritten aber um einige Informationen mehr, als die Autorin im Zuge der Hypothesen-Erstellung ursprünglich angenommen hätte. Argumentiert wird sowohl sachlich als auch persönlich, polemisierend (H7). Ein populistisches Verhalten von Regierungspolitikern in TV-Diskussionen des ORF konnte zumindest nicht in großem Ausmaß gefunden werden. Während die Eurobarometer-Umfragen eine große Skepsis gegenüber der EU ans Tageslicht brachten, argumentierten die Politiker Unionsthemen durchwegs „befürwortend-konstruktiv“. Möglicherweise auffallend im Jahr 2010 ist der Versuch der Dethematisierung von Kanzler und Vizekanzler bzw. Finanzminister, die in keiner einzigen TV-Sendung mitdiskutieren. In allen qualitativ inhaltsanalytisch untersuchten TV-Sendungen kam zum Vorschein, dass sich die ÖVP merklich pro-europäischer gibt als die SPÖ. Populismus ist zu allen drei Zeitpunkten nur in geringen Dosen vorhanden, großteils dominieren sachliche Argumentationen (H8). Der Fokus in der Kommunikation auf das explizit nationale Österreichische ist zu allen drei Zeitpunkten stark ausgeprägt, die Experten begründen dies mit dem Nachrichtenfaktor Nähe. Im Zeitverlauf nimmt es aber trotzdem zunehmend ab, Meldungen, die die Konsequenzen für alle Mitgliedsstaaten aufzeigen, wachsen an. Auch die Sprecher verstehen sich langsam aber stetig mehr als Europäer, denn als ausschließlich Österreicher (H9).

Die dritte Forschungsfrage machte es sich zur Aufgabe, nach Befunden über die nach innen gerichtete Regierungskommunikation, nämlich dem Parlament gegenüber, zu forschen. Dass es anlässlich des EU-Beitritts Österreichs 1995 viele Informationen für alle Parlamentarier gab, konnte eindeutig verifiziert werden (H10). Im Zeitverlauf nahmen die Informationen für das Parlament ab, auch diese Annahme wurde durch die Forschungstätigkeiten bestätigt. Ob die Kommunikation der Regierungspolitiker zu den beiden späteren Zeitpunkten stärker den politischen Gegner fokussiert oder wie ihre Tendenz im Vergleich zur Kommunikation für die Bevölkerung ist, konnte leider nicht nachgewiesen

werden, da zu wenige Fälle für diese Einschränkungen passend, sinnvolle Berechnungen daher nicht möglich waren (H11).

Die vierte und damit letzte Forschungsfrage fragte nach einem Zusammenhang zwischen Handlungsursache oder –auftrag und Kommunikationsstil mit Schwerpunkt auf jenem der PR-Mitarbeiter. Die dazugehörige Hypothese H12 samt Unterpunkten erforschte Quantität, Qualität und EU-Bewertung der Aussendungen ausführlich zu den drei Untersuchungszeitpunkten. Die Annahmen dazu von der Autorin konnten teils bestätigt, teils widerlegt werden. So zeichnet sich die Regierungskommunikation vor dem EU-Beitritt 1995 durch eine besonders hohe Quantität aus, hat aber trotz vieler erläuterter inhaltlicher Aspekte keine neutrale Berichterstattung, weshalb die Qualität eingeschränkt ist. Die Bewertung der EU fiel sehr positiv und befürwortend aus. Ausschlaggebend war dafür aber nicht die Bevölkerung, die ursprünglich durchaus kritisch einer Einigung gegenüberstand, sondern die Regierungspolitiker schafften die Emotionalisierung der Bevölkerung, konnten überzeugen. Zum Vertrag von Lissabon dominierte bei den politischen Sprechern wohl das Motto „neutrale Notwendigkeit“, Informationen an die Medien bzw. an die Bevölkerung wurden zwar offeriert, jedoch mit wenig Nachdruck oder Liebe. So hielt sich die Quantität ebenso wie die Qualität der Aussendungen in Grenzen, wurden doch kaum ausgewogene Beurteilungen publiziert. Zum Euro-Rettungsschirm 2010 war die Anzahl der Aussendungen – wie angenommen – sehr gering, gepaart mit fehlenden Auftritten von Regierungspolitikern bei Diskussionssendungen im ORF liegt die Vermutung der Dethematisierung nahe. Wenige Einzelinformationen in den Aussendungen und ein Zugewinn der Beziehungs- gegenüber der Inhaltsebene lassen ebenfalls eine geringe Qualität der Aussendungen erwarten, dieser widersprechen aber die vielen ausgewogenen Beurteilungen. Die Färbung der Meldungen geht 2010 vermehrt dahin, von europäischen Auswirkungen, weniger von rein nationalen Konsequenzen zu sprechen. Hier ist also erstmals eine Argumentation im Sinne der Europäischen Gemeinschaft zu konstatieren.

5.1. Ausblick

Möglichkeiten zu einer weiterführenden Forschungstätigkeit sieht die Autorin mehrere gegeben, die sowohl der Vertiefung als auch der Verbreiterung des vorliegenden Untersuchungsgegenstandes dienlich wären.

So sollte primär der qualitative Teil der vorliegenden Forschung auf ein breiteres Fundament gestellt werden, in dem Leitfadeninterviews noch mit mehreren Presse- und Informations-Mitarbeitern der beiden Großparteien geführt werden, auch externe Beobachter der EU-zentrierten Regierungskommunikation in Österreich könnten interessante Inputs liefern, beispielsweise Meinungsforscher, Kommunikations- und Politikexperten oder Journalisten.

Um eine bessere Vergleichbarkeit der Untersuchungsgegenstände herzustellen, könnten neben der Kommunikation vor dem EU-Beitritt Österreichs auch die Wahlen zum Europäischen Parlament sowie die Kampagne während der Ratspräsidentschaft Österreichs analysiert werden – dies wären drei große Zeitpunkte bzw. Themen, denen die Bevölkerung vermutlich neutral bis gespalten gegenübersteht, wo es seitens der Regierung jedenfalls Mobilisierungs- und damit auch Emotionalisierungspotential gäbe. Diese Zeitpunkte würden die Forschung über außernatürliche Kommunikationsereignisse darstellen, es könnten andererseits aber auch mehrere ganz alltägliche Entscheidungen auf EU-Ebene zur Analyse herangezogen werden, um zu klären, wie die Regierung ihrer Informationspflicht im politischen Alltag der kleinen Entscheidungen nachkommt. Hierzu würde es sich auch eignen, einige aktuelle, an Ministerräten intensive Wochen auszuwählen und sowohl die Medienarbeit der Parteien zu untersuchen – also die Aussendungen, wie es in dieser Arbeit passiert ist – als auch die Medienberichterstattung zu beobachten und zu analysieren, um auch auf direkte Anfragen seitens der Journalisten, auf Pressegespräche oder Interviews aufmerksam zu werden. Andererseits könnte durch diese beidseitige Beobachtung auch festgestellt werden, welche Aussendungen der Parteien tatsächlich den Weg in die Medien gefunden haben. Und die von den Experten dieser Arbeit erwähnten Videos und O-Töne zu aktuellen EU-Entscheidungen oder Themen könnten eingebunden werden. Der Mediendemokratie käme bei dieser Untersuchung wahrscheinlich eine noch prominentere Rolle zu.

Gänzlich unbeachtet im Zuge dieser Arbeit blieb die Kommunikation über neue Medien, auch hierzu würde sich eine weiterführende Forschung natürlich anbieten, um zu analysieren, inwiefern die Parteien schon auf die neuen Herausforderungen von Internet, Web 2.0, sozialen Netzwerken gerüstet sind und welche Charakteristika die Kommunikationsakte hier aufweisen, welche Chancen und Risiken sie in sich bergen.

In jedem Fall wäre eine Gegenüberstellung von Regierungs- und Oppositionskommunikation interessant, die aufzeigen könnte, inwiefern sich Parteien wirklich aufeinander beziehen – die Erklärungen dazu im Zuge der Leitfadeninterviews für diese Forschungsarbeit waren eher widersprüchlich. Auch könnte durch Arbeiten in diese Richtung eine Handlungsanweisung für die Regierungsparteien entstehen, wie mit wenig konstruktiver, eher polemischer Kritik öffentlichkeitswirksam und im Sinne der eigenen Politik und Werte umgegangen werden soll.

Weitere Möglichkeiten zur Forschung wären Analysen der Kommunikation auf verschiedenen Politikebenen in Österreich, also in Gemeinden, Bezirken, den Ländern oder im Bund, die aufzeigen könnten, ob die in den Interviews angesprochenen Initiativen, die EU auf die lokale Ebene, auf die persönliche Betroffenheit der Bürger herunterzubrechen, tatsächlich umgesetzt werden. Für einen Vergleich würden sich auch die Konzepte der Regierungskommunikation über EU-Themen in verschiedenen Mitgliedsstaaten eignen – wählen könnte man hier nach vorherrschender Bevölkerungsmeinung über die EU ebenso wie nach dem Einsatz der Länder für die Union und gemeinsame Politiken oder auch nach einer Unterscheidung in neue und alte Mitgliedsstaaten.

Wie diese Aufzählung möglicher weiterer Untersuchungen zeigt, handelt es sich bei der EU-zentrierten Regierungskommunikation um ein breites Feld, das aufgrund eines Mangels an Fallbeispielen in der wissenschaftlichen Literatur zu dieser Thematik noch einiges an interessanten und durchaus relevanten Einsichten zu gewinnen verspricht.

6. LITERATUR

Adam, Silke/ Pfetsch, Barbara: Europa als Konflikt in nationalen Medien – Zur Politisierung der Positionen in der Integrationsdebatte. In: Marcinkowski, Frank/ Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 559-584.

Alemann, Ulrich von/ Marschall, Stefan: Einleitung. Parteien in der Mediendemokratie – Medien in der Parteiendemokratie. In: Alemann, Ulrich von/ Marschall, Stefan (Hrsg.) (2002): Parteien in der Mediendemokratie. S. 15-39.

Amtsblatt (1992): Vertrag über die Europäische Union (92/C 191/01). Online unter: <http://eur-lex.europa.eu/de/treaties/dat/11992M/htm/11992M.html#0001000001>. Letzter Abruf: 26. Juli 2011, 14:40.

Bach, Maurizio (2008): Europa ohne Gesellschaft. Politische Soziologie der europäischen Integration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Baerns, Barbara: Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart: Verlag Bonn Aktuell. S. 147-157.

Bang, Henrik B. (2003): Governance as social and political communication. Manchester, New York: Manchester University Press.

Bentele, Günter: Politische Öffentlichkeitsarbeit. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 124-145.

Benz, Arthur (Hrsg.) (2009): Politik in Mehrebenensystemen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Benz, Arthur (Hrsg.) (2004): Governance- Regieren in komplexen Regelsystemen. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Benz, Arthur/ Lütz, Susanne/ Schimank, Uwe/ Simonis, Georg (Hrsg.) (2007): Handbuch Governance. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Einleitung, S. 9-24.

Bergsdorf, Wolfgang: Imperativ der Politik. In: Schatz, Heribert/ Rössler, Patrick/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 271-276.

Blatter, Joachim: Demokratie und Legitimation. In: Benz, Arthur/ Lütz, Susanne/ Schimank, Uwe/ Simonis, Georg (Hrsg.) (2007): Handbuch Governance. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 271-279.

Brosda, Carsten/ Schicha, Christian: Interaktion von Politik, Public Relations und Journalismus. In: Schatz, Heribert/ Rössler, Patrick/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 41-64.

Bundeskanzleramt: Der Reformvertrag von Lissabon. Online unter: <http://www.zukunfteuropa.at/site/5797/default.aspx>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 15:45.

Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten: EU-Reformvertrag. Online unter: <http://www.bmeia.gv.at/aussenministerium/aussenpolitik/eu-reformvertrag.html>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 15:35.

Bundeszentrale für politische Bildung, Lexikon: Populismus. Online unter: http://www.bpb.de/popup/popup_lemmata.html?guid=OCWSNI. Letzter Abruf: 27. Mai 2011, 17:35.

Czerwick, Edwin: Parlamentarische Politikvermittlung – zwischen „Basisbezug“ und „Systembezug“. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 253-272.

Dachs, Herbert/ Gerlich, Peter/ Gottweis, Herbert/ Kramer, Helmut/ Lauber, Volkmar/ Müller, Wolfgang C./ Tálos, Emmerich (Hrsg.) (2006): Politik in Österreich. Das Handbuch. Wien: Manz.

Der Standard (11.Mai 2010): 15 Milliarden von Bankenpaket für EU-Schutzschirm. Online unter: <http://derstandard.at/1271376403294/Sonderpraesidiale-15-Milliarden-von-Bankenpaket-fuer-EU-Schutzschirm>. Letzter Abruf: 26. Juli 2011, 15:00.

Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Eder, Klaus: Öffentlichkeit und Demokratie. In: Jachtenfuchs, Markus/ Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich. S. 85-120.

Euronews (8. Mai 2010): Euroländer ergreifen Maßnahmen zur Stärkung ihrer Währung. Online unter: <http://de.euronews.net/2010/05/08/eurolaender-ergreifen-massnahmen-zur-staerkung-ihrer-waehrung/>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 17:20.

Euronews (26. März 2010): Griechen reagieren verhalten auf Notfallplan. Online unter: <http://de.euronews.net/2010/03/26/griechen-reagieren-verhalten-auf-notfallplan/>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 17:30.

Europäische Kommission: Standard Eurobarometer. Online unter: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_arch_en.htm. Letzter Abruf: 20. April 2011, 16:15.

Europäische Union (2001): Weißbuch zum Europäischen Regieren. S. 13. Online unter: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0428de01.pdf. Letzter Abruf: 7. Jänner 2011, 10:35.

Falkner, Gerda: Zwischen Gestaltungslücke und integrative Kooperationseffekten: Wohlfahrtsstaat und Integration aus Sicht des historischen Institutionalismus. In:

Jachtenfuchs, Markus/ Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich. S. 479-511.

Falter, Jürgen W.: Politik als Inszenierung. Ein Essay über die Problematik der Mediendemokratie in 24 Punkten. In: Alemann, Ulrich von/ Marschall, Stefan (Hrsg.) (2002): Parteien in der Mediendemokratie. S. 420-430.

Fourastié, Jean (1954): Die große Hoffnung des 20. Jahrhunderts. 3. Auflage. Köln-Deutz: Bund-Verlag.

Gerhards, Jürgen/ Offerhaus, Anke/ Roose, Jochen: Wer ist verantwortlich? Die Europäische Union, ihre Nationalstaaten und die massenmediale Attribution von Verantwortung für Erfolge und Misserfolge. In: Marcinkowski, Frank/ Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 529-558.

Graf Kielmansegg, Peter: Integration und Demokratie. In: Jachtenfuchs, Markus/ Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich. S. 49-76.

Haas, Hannes: Dynamik im Marketing, Stagnation im Journalismus? Zum Strukturwandel politischer Kommunikation. In: Filzmaier, Peter/ Karmasin, Matthias/ Klepp, Cornelia (Hrsg.) (2006): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: WUV. S. 67-79.

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuauflage nach 1962. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hartleb, Florian (2004): Rechts- und Linkspopulismus: eine Fallstudie anhand von Schill-Partei und PDS. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hoffmann-Riem, Wolfgang: Mediendemokratie zwischen normativer Vision und normativem Albtraum. In: Donsbach, Wolfgang/ Jandura, Olaf (Hrsg.) (2003): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 30. Konstanz: UVK. S. 28-39.

Holtz-Bacha, Christina (2006): Medienpolitik für Europa. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Huget, Holger (2007): Demokratisierung der EU. Normative Demokratietheorie und Governance-Praxis im europäischen Mehrebenensystem. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Jachtenfuchs, Markus/ Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Europäische Integration. 2. Auflage. Opladen: Leske + Budrich.

Jarren, Otfried: Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 74-94.

Jarren, Otfried/ Donges, Patrick/ Weßler, Patrick: Medien und politischer Prozeß. Eine Einleitung. In: Jarren, Otfried/ Schatz, Heribert/ Weßler, Hartmut (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 9-40.

Jetschgo, Barbara (2008): Demokratie und Dialog in der EU. Kommunikationsstrategien als Lösung für mehr Legitimation und Bürgernähe? Master-Arbeit: Universität Wien.

Jun, Uwe: Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie. In: Marcinkowski, Frank/ Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 270-298.

Kaase, Max: Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 24-51.

Kamps, Klaus (2007): Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): *Linking EU and National Governance*. New York: Oxford University Press.

Kohler-Koch, Beate (1998): *The Evolution and Transformation of European Governance*. Wien: Institut für Höhere Studien.

Kohler-Koch, Beate/ Conzelmann, Thomas/ Knodt, Michèle (2004): *Europäische Integration – Europäisches Regieren*. Grundwissen Politik, Band 34. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Korte, Karl-Rudolf: *Regieren in Mediendemokratien: Regierungssteuerung der Staats- und Regierungschefs im Vergleich*. In: *Schatz, Heribert/ Rössler, Patrick/ Nieland, Jörg-Uwe* (Hrsg.) (2002): *Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien?* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 21-40.

Leipziger, Jürg W.: *Brauchen Parlamente Politik-Marketing?* In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1994): *Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 137-147.

Luhmann, Niklas/ Baecker, Dirk (Hrsg.) (2002): *Einführung in die Systemtheorie*. 1. Auflage. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme-Verlag.

Mardus, Günter (2002): *Zur bisherigen und zukünftigen Rolle der europäischen Nationalstaaten*. Europäische Hochschulschriften, Reihe 31, Politikwissenschaft, Band 442. Frankfurt am Main, u.a.: Peter Lang.

Martinsen, Renate: *Öffentlichkeit in der „Mediendemokratie“ aus der Perspektive konkurrierender Demokratietheorien*. In: *Marcinkowski, Frank/ Pfetsch, Barbara* (Hrsg.) (2009): *Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 37-69.

Maurer, Marcus: *Wissensvermittlung in der Mediendemokratie. Wie Medien und politische Akteure die Inhalte von Wahlprogrammen kommunizieren*. In: *Marcinkowski,*

Frank/ Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 42. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 151-173.

Neisser, Heinrich/ Verschraegen, Bea (Hrsg.) (2001): Die Europäische Union. Anspruch und Wirklichkeit. Springers Kurzlehrbücher der Rechtswissenschaft. Wien, New York: Springer.

Nieland, Jörg-Uwe: Von der Bonner zur Berliner Republik. Aspekte des Wandels der politischen Kommunikation in der Populärkultur. In: Schatz, Heribert/ Rössler, Patrick/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 163-188.

Nohlen, Dieter (Hrsg.) (1998): Lexikon der Politik. Band 7, Politische Begriffe. München: Verlag C. H. Beck.

Ogris, Günter: Die EU-Volksabstimmung. In: Rauchenberger, Josef (Hrsg.): Entscheidung für Europa. Österreichs parlamentarischer Weg in die EU. Wien: PR-Verlag. S. 36-46.

Papadopoulos, Yannis: Governance und Demokratie. In: Benz, Arthur (Hrsg.) (2004): Governance- Regieren in komplexen Regelsystemen. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 215-238.

Patterson, Thomas E.: Putting Research into Practice. Communication Scholars, the Media, and Democracy. In: Donsbach, Wolfgang/ Jandura, Olaf (Hrsg.) (2003): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 30. Konstanz: UVK. S. 19-27.

Patzelt, Werner J.: Abgeordnete, Parlamente und Bürger: Erwartungen und Enttäuschungen. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1994): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 85-105.

Pelinka, Anton/ Rosenberger, Sieglinde (2003): Österreichische Politik. Grundlagen, Strukturen, Trends. 2., aktualisierte Auflage. Wien: WUV.

Pfetsch, Barbara: Regieren unter den Bedingungen medialer Allgegenwart. In: Sarcinli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 233-252.

Pfetsch, Barbara/ Dahlke, Kerstin: Politische Öffentlichkeitsarbeit zwischen Zustimmungsmangement und Politikvermittlung. Zur Selbstwahrnehmung politischer Sprecher in Berlin und Bonn. In: Jarren, Otfried/ Schatz, Heribert/ Weßler, Hartmut (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 137-154.

Plasser, Fritz: TV-Confrontainments und Strategien populistischer Politikvermittlung in Österreich. In: Jarren, Otfried/ Schatz, Heribert/ Weßler, Hartmut (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. S. 95-102.

Plasser, Fritz/ Hüffel, Clemens/ Lengauer, Günther: Politische Öffentlichkeitsarbeit in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hrsg.) (2004): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. Schriftenreihe des Zentrums für Angewandte Politikforschung, Band 29. Wien: WUV. S. 310-350.

Plasser, Fritz/ Ulram, Peter A.: Parteienwettbewerb in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hrsg.) (2004): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. Schriftenreihe des Zentrums für Angewandte Politikforschung, Band 29. Wien: WUV. S. 377-428.

Polan, Silvia (2006): EU-Journalismus aus österreichischer Sicht vor dem Hintergrund einer entstehenden europäischen Öffentlichkeit. Diplomarbeit: Universität Wien.

Rat der Europäischen Union (11. Mai 2010): Verordnung (EU) Nr. 407/ 2010 zur Einführung eines europäischen Finanzstabilisierungsmechanismus. Online unter: <http://eur->

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010R0407:DE:NOT. Letzter Abruf:
3. Juni 2011, 12:20.

Rauchenberger, Josef (Hrsg.) (1995): Entscheidung für Europa. Österreichs parlamentarischer Weg in die EU. Wien: PR-Verlag.

Roth, Reinhold: Parteimanagement und politische Führungseliten in der Politikvermittlung. Ursachen des Realitätsverlustes in der Kommunikation zwischen politischer Führung und Bürger. In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart: Verlag Bonn Aktuell. S. 192-203.

Sarcinelli, Ulrich: Politikvermittlung und demokratische Kommunikationskultur. In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1987): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Stuttgart: Verlag Bonn Aktuell. S. 19-45.

Sarcinelli, Ulrich (1994a): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. Vorwort, S. 9-13.

Sarcinelli, Ulrich (b): Politikvermittlung durch Parlamente: ein Problemaufriß. In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1994): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 19-33.

Sarcinelli, Ulrich: Politikvermittlung und Demokratie: Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur. In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 11-15.

Saxer, Ulrich: Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: *Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 52-73.

Schieder, Peter: Österreichs Weg in die Europäische Union. In: Rauchenberger, Josef (Hrsg.): Entscheidung für Europa. Österreichs parlamentarischer Weg in die EU. Wien: PR-Verlag. S. 15-32.

Schmalz-Bruns, Rainer: Demokratie im Prozess der Globalisierung: Zur Demokratieverträglichkeit von Global Governance. In: Behrens, Maria (Hrsg.) (2005): Globalisierung als politische Herausforderung. Global Governance zwischen Utopie und Realität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S.79-96.

Tagesschau (11. November 2009): Europa in der Schuldenfalle? Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/schulden106.html>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 17:10.

Tagesschau (20. Mai 2010): Griechenlands Weg in die Krise - und wieder hinaus. Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/griechenland640.html>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 17:00.

Tagesschau (2. Mai 2010): 110 Milliarden Euro für Griechenland. Online unter: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/griechenland644.html>. Letzter Abruf: 20. April 2011, 17:15.

Tenscher, Jens (a): Partei- und Fraktionssprecher. Annäherungen an Zentralakteure medienorientierter Parteienkommunikation. In: Alemann, Ulrich von/ Marschall, Stefan (Hrsg.) (2002): Parteien in der Mediendemokratie. S. 116-141.

Tenscher, Jens (b): Verkünder – Vermittler – Vertrauensperson. Regierungssprecher im Wandel der Zeit. In: Schatz, Heribert/ Rössler, Patrick/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.) (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 245-270.

Tenscher, Jens: Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 184-208.

Tömmel, Ingeborg: Modes of Governance and the Institutional Structure of the European Union. In: Tömmel, Ingeborg/ Verdun, Amy (Hrsg.) (2009): Innovative Governance in the European Union. The Politics of Multilevel Policymaking. Boulder, London: Lynne Rienner Publishers. S. 9-23.

Tömmel, Ingeborg/ Verdun, Amy (Hrsg.) (2009): Innovative Governance in the European Union. The Politics of Multilevel Policymaking. Boulder, London: Lynne Rienner Publishers.

Trenz, Hans-Jörg (2002): Zur Konstitution politischer Öffentlichkeit in der Europäischen Union. Zivilgesellschaftliche Subpolitik oder schaupolitische Inszenierung? Baden-Baden: Nomos.

Verlag Österreich GmbH: Amtskalender. Online unter: <http://www.amtskalender.com/?cid=8>. Letzter Abruf: 3. Juni 2011, 15:35.

Vogel, Martina (2010): Regierungskommunikation im 21. Jahrhundert. Ein Vergleich zwischen Großbritannien, Deutschland und der Schweiz. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Wallace, Helen: Contrasting Images of European Governance. In: Kohler-Koch, Beate (Hrsg.) (2003): Linking EU and National Governance. New York: Oxford University Press. S. 1-9.

Weber, Stefan (2008): Die Medialisierungsfalle. Kritik des digitalen Zeitgeists. Eine Analyse. Wien, Klosterneuburg: Edition Va Bene.

Weidenfeld, Werner/ Wessels, Wolfgang (Hrsg.) (2011): Europa von A bis Z. Taschenbuch der europäischen Integration. 12. Auflage. Baden-Baden: Nomos.

7. ANHANG

7.1. Regierungskonstellationen zu den drei Untersuchungszeitpunkten

Untersuchungszeitpunkt	Legislaturperiode	Zeitraum	Regierung	Kanzler	Vizekanzler	Außenminister
EU-Beitritt	XIX. GP, auch XVIII.	29.11.1994- 18.12.1995	SPÖ-ÖVP	Franz Vranitzky	Erhard Busek	Alois Mock
Vertrag von Lissabon	XXIII. GP	11.01.2007- 01.12.2008	SPÖ-ÖVP	Alfred Gusenbauer	Wilhelm Molterer	Ursula Plassnik
Euro- Rettungsschirm	XXIV. GP	Seit 02.12.2008	SPÖ-ÖVP	Werner Faymann	Josef Pröll, seit 21.04.2011 Michael Spindelegger	Michael Spindelegger

INTERVIEWLEITFADEN

Fragen zur Organisationsstruktur:

1. Würden Sie bitte kurz Ihre eigene Position in der Partei/ Einrichtung erläutern.
2. Wie sieht die Organisation der PR-Abteilung bzw. Abteilungen innerhalb Ihrer Partei/ Einrichtung aus, wo sind diese angesiedelt? Welche Aufgaben kommen ihnen zu?
3. Wie sieht die Aufteilung der Pressearbeit zwischen den einzelnen Einrichtungen aus – Parteien-Geschäftsstelle, Parlamentsklub, pers. Pressesprecher/ Ministerien/ Bundespressedienst? Was ist für eine Zuordnung an die jeweilige Stelle ausschlaggebend?
4. Wann kommuniziert der Öffentlichkeitsarbeiter, wann das Regierungsmitglied selbst – also auch wann Presseaussendung, wann Wortmeldung? Bei welchen Themen? Welches Ziel verfolgt man mit Auftritten der Regierungsmitglieder?
5. Jürg Leipziger schätzt die Situation für PR-Leute in den Parlamenten nicht allzu rosig ein. Er unterstellt, dass Pressestellen seit Jahren dieselbe Größe haben, dennoch von den Politikern immer noch ein Einsparungspotential vermutet wird, bzw. steigt auch die Notwendigkeit für Kommunikation aufgrund immer neuer Medien und Technologien, Pressestellen wären somit nicht gut gerüstet. (Leipziger in Sarcinelli (1994)) Was können Sie mir dazu aus Ihrer Sicht erzählen?
6. Welche Methoden/ Techniken wendet Ihre Partei/ Ihre Einrichtung im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit an? Gibt es dabei Unterschiede von PR-Leuten und Regierungspolitikern? Gibt es auch nicht-medienvermittelte Kontakte mit der Bevölkerung?
7. Gibt es in Österreich rechtliche Rahmenbedingungen, die auf eine Grenze zwischen parteipolitischer PR und Werbung achtet bzw. die Regierungskommunikation öffentlicher Einrichtungen, wie dem Bundespressedienst, den PR-Abteilungen in Ministerien im Sinne einer Partei verurteilt?

Fragen zu Medialisierung und Möglichkeiten des Agenda Setting:

8. Sind für Sie, für Ihre Abteilung in den letzten Jahren die Tendenzen der Mediendemokratie spürbar geworden? Versuchen Sie sich an die charakteristischen Veränderungen durch die Mediendemokratie anzupassen? Dh: Personalisierung, Visualisierung, Privatisierung.
- 9 a. Würden Sie sagen, dass es besonders sensible Politikfelder oder Themen gibt, wenn es darum geht, Medienpräsenz zu demonstrieren? Also gibt es eine Hürde für Politik seitens der Medien?
- 9 b. Welche Themen sind der Politik tendenziell wichtiger als den Medien? Wo merkt man umgekehrt vielleicht ein starkes Interesse der Medien, das von politischen PR-Leuten bzw. von Politikern selbst aber nur ungerne gestillt wird?
- 9 c. Sehen Sie sich befähigt, Themen von sich aus auf die Medienagenda zu bringen?
- 9 d. Wie sieht dies alles für die Thematik „Europäische Union“ aus?
10. Welche Rolle spielt die wahrgenommene Bevölkerungs-/ Wählermeinung für die Partei-/ Regierungskommunikation? Auf welche Weise erfährt man die Bevölkerungsmeinung? Orientiert sich die Regierungskommunikation in erster Linie an der Wählermeinung, versucht diese zu verstärken, aufzunehmen und umzusetzen, um Wähler anzusprechen oder gibt es auch den Fall, dass die Regierungskommunikation bewusst gegen die Bevölkerungsmeinung läuft, um Themen/ Ansichten zu etablieren?
Für welche Themen oder Politikbereiche spielt politische Öffentlichkeitsarbeit eine besonders wichtige Rolle? Entsprechen diese Themen dem Regierungsübereinkommen? Der vermuteten oder analysierten Bevölkerungsmeinung? Wie sieht's bzgl. EU aus?

Fragen zur Öffentlichkeitsarbeit über die Europäische Union in Österreich:

11. Welchen Stellenwert, würden Sie sagen hat das Thema EU in der Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Partei/ Einrichtung bzw. insgesamt in Österreich? Warum?

12. Ist irgendwo in Ihrer Organisation eine ausgewiesene Stelle für einen „EU-Sprecher“, also einen expliziten Ansprechpartner bei Fragen zur Europäischen Union seit dem Beitritt eingerichtet worden?

13. Da man ja davon ausgehen kann, dass die EU den politischen, natürlich auch den gesellschaftlichen Alltag der Abgeordneten/ der Bevölkerung bestimmt, wäre eine konkrete PR-Stelle für EU-Themen und Anfragen nicht angebracht? Gerade wenn man sich die Eurobarometer-Umfragen ansieht, die eine stetig abnehmende Zustimmung zur EU in der österreichischen Bevölkerung konstatieren? Könnte eine EU-PR-Abteilung nicht auch kampagnisieren, um so mehr Wissen und damit auch höhere Zustimmungswerte in der Bevölkerung zu erreichen?

14. Immer wieder werden Parteien ja mit dem Popularisierungs-Vorwurf konfrontiert. Kann man diesen auch als Grund annehmen, warum EU-Themen nicht sonderlich gern bzw. nicht mit Nachdruck in den Medien platziert werden? Stimmt der Eindruck, dass Parteien EU-Themen stets unter dem nationalen Aspekt öffentlich besprechen?

15. Spielt die Ausrichtung der anderen Parteien gegenüber der EU eine Rolle in der Kommunikation Ihrer Partei/ Einrichtung? (z.B. heute die polemische Kritik der FPÖ)

16. Mein konkretes Forschungsinteresse richtet sich nach drei Zeitpunkten aus:

- dem EU-Beitritt Österreichs 1995,
- dem Vertrag von Lissabon
- dem Euro-Rettungsschirm.

Können Sie mir dazu vielleicht 1. Jeweils Auffälligkeiten/ Situationen/ Konzepte/ Annahmen aus der Öffentlichkeitsarbeit aus Ihrer Sicht zu den drei Zeitpunkten schildern, bzw.

2. Die Frage, sind innerhalb dieser 15 Jahre, in denen sich Österreich, die EU und die gemeinsamen Strukturen und Politikfelder ja weiterentwickelt haben, Meilensteine auch der PR zur Thematik EU zu konstatieren?

3. Welche Bestandteile von Regierungskommunikation sind besonders relevant und wie wurden diese innerhalb der Kampagnen der österreichischen Regierungsparteien zu den drei gewählten Zeitpunkten bzw. Thematiken umgesetzt? Externe PR-Profis?

7.3. Auflistung der Interviewpartner und Termine

Zahl	Datum	Institution	Ansprechperson	Ort
1. Interview	10.03.2011	Bundespressdienst - Bundeskanzleramt	Claus Hörr	Wien, Bundeskanzleramt
2. Interview	18.03.2011	SPÖ Pressdienst	Thomas Geiblinger	Wien, SPÖ-Zentrale
3. Interview	24.03.2011	EU-Kommunikation - BM für europäische und internationale Angelegenheiten	anonym	Wien, BmeiA
4. Interview	06.06.2011	ÖVP Medien-Abteilung	anonym	Per Email

7.4. Auswertung der Leitfadeninterviews

	Bundeskanzleramt (BKA)	Außenministerium (BmeiA)	Sozialdemokrat. Partei (SPÖ)	Ö. Volkspartei (ÖVP)
Position	Leiter Abt. 7.2., Bundespressediens Presse-Organisation & EU-Kommunikation	Europakommunikation in der Presse- und Informationsabteilung	Leiter Pressediens	Mitarbeiter Öffentlichkeitsarbeit der ÖVP-Bundspartei
Aufgabenbereich	Journalistenbetreuung, Akkreditierung, Veranstaltungskoordination, Regier.-PR Koordination zu EU-Themen	früher: Strategien am Grünen Tisch heute: konsularischer Bereich, Hilfe im Ausland, Ö wirt., tourist. darstellen	interne Kommunikation, eigene Medien (Z. Abteilung für externe Medienarbeit)	Öffentlichkeitsarbeit
Abgrenzung zu anderen PR-Stellen (corporate govern.)	bei großen Themen: Koordination aller Pressteams der Ministerien, etc.; Ministerien sonst eigenständig für politische Agenda zuständig; keine Parteinähe, weil "Administration"; PR zu eigenen Projekten, Initiativen, zB "Europa an deiner Schule"	übernimmt ÖA für Institution BmeiA - Presseteam des Ministers berät pers. (Treffen, Absprachen, Kompetenzanteil) Grenze fließend	wöchentl. Sitzung bei BK mit PD-Leuten und Minister-Sprechern, Parlamentsklub, Europaabg.; Koordinierung; Reaktionen auf andere auf selber Ebene; BGS = Schnittstelle Bund-Land; BGS häufig über Regierungserfolge "an der Kapazitätsgrenze"	PR-Mitarbeiter machen Hintergrund- Arbeit; Politiker kommuniziert im Vordergrund
Methoden	externe PR-Agenturen; ja (Großkampagn) Internet, Social Media, Fotos, Veranstalt., Videos (nicht für EU-Themen) Zielgruppenveranst. zB f Lehrer, Schüler, Betriebsräte Webseite "Zukunft Europa"	externe PR-Agenturen; nein Journalisten-Anfragen, Inserate, Presseaussendungen, Social Media über Botschaften, Homepage (nachgefragt), direktes Mediengespräch selten	externe PR-Agenturen; ja interm: Printmedien (SPÖ aktuell), Emails, SMS, Homepage (Service-Teile) extern: Presseaussendungen, Homepage, direkter Medienkontakt, Broschüren, Plakate, social Media (personengebunden) Audios (für Radio), Twitter (sehr selten)	PR: mit Journalisten "amikal", Politiker "professioneller"
Medialisierung	internationale Tendenz Bestreben d EU, der Union "ein Gesicht zu geben" BKA versucht mehrere Gesichter, für mehrere Zielgruppen (Personalisierung) positive & negative Seiten kommuniz. (Ausgewogenheit) "Wir vermeiden es tunlichst, reine Jubelpropaganda z mach." projektbezogene Berichterstattung "going local, was bringt's euch am flachen Land" (nationaler, regionaler Bezug) "runterzubrechen, ohne dabei so flach zu werden, dass es einfach nicht mehr stimmt"	Tendenz gibt es allgemein weniger spürbar bei PR für Institution im BmeiA spürbar: viel Medieninteresse, "wenn es um einzelne Österreicher geht" abstraktere Themen zu lancieren, erfordert mehr Einsatz als chronikale Th. Nachrichtenfaktoren: Relevanz, Nähe, Betroffenheit Bemühen, Infos transparent zu geben "konkret aufschlüsseln, was wir mit EU meinen" -> Zielgruppenorientiert (zB Friedensprojekt für Ältere, Erasmus für Studenten,...)	Tendenz "im klass. Pressediens nicht wirkl" mehr/ neue Medien erfordern mehr Inhalte (soft news -> "dann werden oftmals auch die Geschichten absurder") Vermischung von hard u soft news für die Leser -> serviceorientiert (Personalisierung, Visualisierung): Fotos v. Abg. Bei passenden Veranstaltungen, "weil's die Personen menscheln lässt" Faktor Nähe: nationaler/ reg. Bezug für EU oft nicht gefunden, leichter zu verkaufen "je weiter weg, desto leichter schimpft m"	Tendenz eindeutig spürbar. "Mit Inhalten kommt man leider sehr schwer durch, Verpackung zählt immer mehr."
Agenda Setting	abh. v Struktur/ Schwerpunkt/ Blattlinie der Medien und dem Verhältnis zur Größe der Geschichte > prinzip. Interesse abh v Themenrelevanz! Themen zu geben, abh v Fortschritt der Verhandlungen, wenn kein Ergebnis, nur Position kommunizierbar nicht "nicht auskunftsfreudig" bei EU	abh. v internationalem Umfeld, der Konstellation, ob Außenpol. Interessant prinzipiell möglich, "manchmal besser, manchmal schlechter." Hürden f Medien bei Gefahr für Daten-/ Personenschutz	abh v Medieninteresse/ Struktur -> nur wenige Journalisten in Brüssel "wenn man's gut vorbereitet, ist's ok" abh v. Konstellation/ Nachrichtenlage abh. v Personenrelevanz abh v Themenrelevanz (müssen wechseln) abh v Timing/ äußeren Umständen wenn wenig Auskunftsfreude, Sachinfos	keine Hürde für Politik seitens der Medien, auch EU-Themen können auf die Medien-Agenda gebracht werden
Veränderungen im Zeitverlauf	ja, "Medien berichten eig mehr als früher, grad beim ORF fällt das auf (...), auch die Privaten, ATV diskutiert" im BKA: "Europakommunikation bei Abt. jetzt in Headline, aber schon früher so eingeriichtet personelle Aufstockungen während Ös	Direktkontakt von Außenminister u EU; Europa-Zuhör-Tour -> Europa-Dialog-Tour Europa-Gemeineräte/-Bauftragte Videos d Außenministers nach Ministerrat > "Schritt: um Relevanz Brüssels nach Ö zu bringen" Europakommunikation im BmeiA seit ~ 07 um Notwendigk Rechnung zu tragen, EU	"1995 war das noch etwas Besonderes, wenn an einem Tag 5 PA geschrieben w., bei uns geht das heute wie am Fließband" > Geschichten absurder "Graben bei EU-Kommunikation ist seit dem Beitritt nicht kleiner geworden" "In den letzten Jahren ging's sehr steil nach unten mit der Wahrnehmung, glaub aber,	

	Ratspräsidentenschaften "Kontinuität seit Beitritt" "Die Aktionen einer Partei sind für uns kein Handlungsauftrag" "never ever eine Gegenkampagne"	in d Komm. gr. Bedeutung zu geben Personalentwicklung: sparen, gleichbleib. Ausrichtung d Parteien spielt keine Rolle alle sollen einbezogen werden in BmeiA-Initiativen (zB EU-Gemeinderäte)	dass es sich erholt" Personalentwicklung: sparen polit. Hickhack überholt, Leute mögen das nicht, Nutznießer sind die, über die man spricht (Jahre lang so gemacht, jetzt endlich verstanden) Gegenkampagne: "das beobachte ich schon seit längerem, dass wir da nicht besonders erfolgreich waren"	spielt natürlich eine Rolle
Relevanz (anderer) Parteien	Eurobarometer zeigt Skepsis, aber keine Ablehnung in der Bevölkerung für Politiker heißt das: "Gewinnst nix, verlierst nix" manche versuchen mit Ablehnung Stimmen zu generieren	Umfra ge zu Zufriedenheit v Betroffenen mit BmeiA-Leistungen in der Krise Feedback wesentlich, um Serviceleistung gegebenenfalls anzupassen "Das ist der einzige Weg, um auf Dauer bestehen zu können, wenn man einen Mehrwert am Bürger bringen kann."	große Rolle wg Wahlen "man wird's immer ins Kalkül ziehen" Glaubwürdigkeit muss aber bleiben auch Infokampagnen zur Aufklärung/ zum Überdenken, zB "Ausländer" trotz Speerfeuer d Medien -> "Man könnte auch Mitschwimmen, tuts trotzdem nicht"	Bei manchen Themen uss man es in Kauf nehmen, dass es nicht die Mehrheitsmeinung ist (zB wenn es wirtschaftspol. Wichtig ist). Aber "bewusst gg die Bevölkerungsmeinung" wird PR nicht gemacht. Langfristige Themen-Setzung mit Informationskampagnen.
Relevanz der Bevölk. Meinung	"EU ist komplex und verschroben" gehen dazu über, "europäische Inhalte zu normalisieren"; Europa als Innenpolitik" > "gut so!" EU hat "entsprechenden" Stellenwert	EUKomm. "hat keine weniger prominente Rolle in Ö als sie in anderen vglbaren EU-Ländern hat" auf EU-Ebene: best-practice-Modelle "EU für die Ö selbstverständl geworden" "nicht ganz einfach mit Europa per se zu landen" abstrakt, komplex - "wenig unternehmen um Auswirkungen d EU zu konkretisieren" EU-Regionalpolitik eignet sich, um Bürgern zu zeigen, was EU für sie bedeutet	"nie wickl. Gelungen, dass EU ankommt" "passiert e. in Vermittl., d. es nicht klappt" zwar als SPÖ ungebrochen pro-EU, aber wg Bev mit Kritik gespielt, wollte sich nicht Nicht-Wissen in der Bevölkerung Emotionen fehlen "EU erreicht nicht die Herzen" Problem, wenn Minister nicht für diese Entscheidung war -> Minimalkonsens	EU-Themen nehmen durchschnittlichen Stellenwert in Ö und in ÖVP ein. Viele EU-Entscheidungen treffen Ö, aber kein "sehr populäres Thema". ÖVP kommuniziert EU-Themen als Europa-Partei aber gerne. Trotzdem unter dem nationalen Aspekt, "der ist wichtig".
Aktuelle Situation u Schwierigkeiten der EU-Kommunikation	EU-Kommunikation im Bundespressed. Europaabteilung in jedem Ministerium > auch Öffentlichkeitsarbeit dort	Europakommunikation in der Presse- u Informationsabt. d BmeiA	Medienleute der EU-Abg. Vorh (Vie/Bx/Is) Zusa mit SPÖ-Presdienst, der zentrale Sendestelle ist (Eu-Spr nicht autonom) im PD ist 1 Mitarbeiter f Eu mit-zuständig	
EU-Sprecher?	ausgedehnte Kampagne, sämtl Medien eingesetzt Grundsatzentscheidung über d Beitritt zu einer Schicksalsgemeinschaft "Mega-Event"	nationaler Schulterschluss, Kooperation aller Institutionen, deshalb wahrscheinl. großer Erfolg beim Referendum	Pro-Engagement in der Kommunikation gemeinsame Kraftanstrengung mit ÖVP SPÖ-Logo mit Europafahne Hervorheben d Vorteile u Chancen "relativ lang anhaltende Pro-Gesinnung"	langfristige Info-Kampagne "war sehr sinnvoll", Vorteile der EU-Mitgliedschaft herausstreichen
EU-Beitritt	BKA: Verfassungsvertrag nachproduziert, bei Interesse verteilt (30.000 Stück) Lissabon: konsolidierte Fassung hrsg an Multiplikatoren für Zielgruppen Webseite "Zukunft Europa" "Kopf-Thema"	Debatte, ob Volksabstimmung "sehr kontroversiell diskutiert. Europa war wirklich ein großes Thema" von den Medien aufgegriffen BmeiA befördert -> Vermittlung der Neuerungen, Vorteile durch Vertrag	Gegenpol zum Beitritt: "wenig SPÖ-Liebe, weil lange verzögert", "EU steht, zaudert" "Ö als kleines Land mit wenig Begeisterung zugeschaut, was Großen machen" trotzdem schnell ratifiziert im Parlament Krone-Kampagne "wer Europa-Begeisterung verbreitet, macht Harakiri" von nationalen Politikern wenig gemacht, von Europapolitikern schon (VP & SP)	"keine Strategie"
Vertrag von Lissabon	"Sorge, wir werden ausgesaugt, müssen pecken" > dem entgegenwirken als BKA "Krisenkommunikation" ist passiert	"unmittelbare Betroffenheit in d Bevölk, weil es um das liebe Geld geht" (Emotion) es ging auch um Ö, um unsere Währung BmeiA-Informationsarbeit über die Multiplikatoren (Abg., GR), die mit Infos versorgt wurden, regional agierten	"mit Solidarität eine schwierige Sache, es sei denn, man wird selbst in einen Strudel hinuntergerissen" SPÖ-Kommunikation stark zu Banken-, Transaktionssteuer -> Gerechtigkeit klar, dass in EU schnelle Reaktion notw auch im Kanzleramt stärkeres Interesse	Wichtig- und Richtigkeit betonen, aber nicht als Kernthema kommunizieren
Euro-Rettungsschirm				

7.5. Auflistung der analysierten TV-Konfrontationen

Zahl	Sender	Datum	Messzeitpunkt	Sendung	Titel	Transkribierte Diskutanten
1.	ORF 2	22.02.1994	EU-Beitritt	Runder Tisch	„Zielgerade, EU-Verhandlungen in der heißen Phase“	Außenminister Alois Mock (ÖVP)
2.	ORF 2	18.12.1994	EU-Beitritt	Pressestunde	-	Kanzler Franz Vranitzky (SPÖ)
3.	ORF 2	13.12.2007	Reformvertrag	Runder Tisch	„zum EU-Rat“	Kanzler Alfred Gusenbauer (SPÖ)
4.	ORF 2	06.04.2008	Reformvertrag	Im Zentrum	„Schreckgespenst EU-Reformvertrag“	Bundesgeschäftsführer Josef Cap (SPÖ), Wolfgang Schüssel (ÖVP)
5.	ORF 2	05.09.2010	Euro-Rettungsschirm	Im Zentrum	„Kampf um den Euro“	Wirtschaftssprecher Christoph Matznetter (SPÖ), ehem. Finanzmin. Wilhelm Molterer (ÖVP)

CODIERBOGEN

- 1 TITAUSS – Titel der Aussendung wörtlich eingeben, keine Untertitel
- 2 DATAUSS – Datum der Aussendung (Tag.Monat.Jahr)
- 3 MESSZEIT – Unterscheidung nach Messzeitpunkt der Untersuchung
- 1 – 1994
 - 2 – 2008
 - 3 – 2010
- 4 VERF – Aussender ist Verfasser
- 1 – SPÖ-Parlamentsklub
 - 2 – ÖVP-Parlamentsklub
 - 3 – SPÖ-Bundesgeschäftsstelle
 - 4 – ÖVP-Bundesgeschäftsstelle
 - 5 – SK (Sozialistische Korrespondenz)
 - 6 – ÖVP-PD (Pressedienst)
 - 7 – Ministerium
 - 8 – Bundeskanzleramt
 - 9 – anderer
- 5 HAUPTAKT - Hauptakteure der Aussendung (dieser „spricht“)
- 1 – Kanzler
 - 2 – Vizekanzler
 - 3 – Außenminister
 - 4 – anderer Minister
 - 5 – NR-Abgeordneter
 - 6 – EU-Sprecher einer Partei
 - 7 – anderer
- 6 ADRESS – Adressat der Aussendung, sofern Bezug erkennbar ist
- 1 – Opposition (Parteien, Politiker)
 - 2 – Koalitionspartner (Parteien, Politiker)
 - 3 – EU (pauschalisierend)
 - 4 – EU-Institutionen (explizit genannte)
 - 5 – Selbstbezug
 - 6 – anderes EU-Land
 - 7 – anderes Nicht-EU-Land
 - 8 – Bevölkerung
 - 9 – „die Regierung“
 - 10 – „das Parlament“
 - 11 – kein Adressat
 - 12 – anderer Adressat
 - 99 – nicht codierbar
- 7 BEZADR – Tendenz der Bezugnahme vom Hauptakteur auf den Adressaten
- 1 – stark kritische Tendenz
 - 2 – mäßig kritische Tendenz
 - 3 – ambivalente Tendenz
 - 4 – mäßig freundliche Tendenz
 - 5 – stark freundliche Tendenz
 - 99 – nicht codierbar
- 8 SPR01BER - Sprechakt des Verfassers/ Hauptakteurs: aussagen/ beschreiben/ berichten
- 0 - nicht vorhanden
 - 1 - vorhanden
 - 99 - nicht codierbar
- 9 SPR02HIL - Hilfe/ Unterstützung anfordern
- 10SPR03HEL - helfen
- 11SPR04LOB - Loben/ anderen positiv hervorheben/ danken
- 12SPR05VERS - Versprechung machen
- 13SPR06WARN- warnen/ mahnen
- 14SPR07ABL - ablehnen/ zurückweisen
- 15SPR08AUFF- auffordern/ befehlen
- 16SPR09ANGR- angreifen/ drohen
- 17SPR10VERT- sich verteidigen
- 18SPR11PROV- provozieren

- 19 STIL - Stil/ Färbung des Textbeitrages
- 1 – sachlich/ rational argumentierend
 - 2 – (moralisch) wertend
 - 3 – angreifend/ polemisch/ beleidigend
 - 4 – diplomatisch/ freundlich/ respektvoll
 - 5 – dominant fordernd
 - 99 – nicht codierbar
- 20 WIR - Welches Wir konstruiert der Verfasser/Hauptakteur für diese Aussendungen, für wen spricht er?
- 1 – sich selbst
 - 2 – seine Partei
 - 3 – gesamte Regierung
 - 4 – Parlament
 - 5 – Interessensvertretung
 - 6 – anderen
 - 99 – nicht codierbar
- 21 THEMA - Welcher Themenkomplex wird angesprochen?
- 1 – EU-Entwicklung allgemein
 - 2 – Finanzpolitik (Budget, Abgaben)
 - 3 – Innere Reformen
 - 4 – Wahlen
 - 5 – Wirtschaftspolitik (Konjunktur, Handel, Aktien)
 - 6 – Tourismus, Verkehr
 - 7 – Energie/ Land- / Forstwirtschaft/ Technik
 - 8 – Arbeitsmarktpolitik
 - 9 – Sozialpolitik (soz. Sicherung/ Pensionen)
 - 10 – Familie/ Kinder/ Frauen
 - 11 – Migration
 - 12 – Bildung/ Wissenschaft
 - 13 – Sicherheitspolitik
 - 14 – Rechtswesen
 - 15 – Tier-/ Umweltschutz
 - 16 – Kriege/ Katastrophen/ Terrorismus
 - 17 – Friedenspolitik
 - 18 – Globalisierung
 - 19 – Außenbeziehungen
 - 20 – Kunst/ Kultur
 - 21 - anderer Themenbezug
 - 99 – nicht codierbar
- (stets das Hauptthema codieren, das dominant ist)
- 22 WERT - Welchen Wert versucht der Verfasser/ Hauptakteur mit der Aussendung augenscheinlich zu vermitteln?
- 1 – Fortschritt
 - 2 – Tradition
 - 3 – Recht und Ordnung
 - 4 – Moral/ Sitte
 - 5 – Gleichheit
 - 6 – Freiheit
 - 7 – Nation
 - 8 – kulturelle Integration/ Einheitlichkeit
 - 9 – kulturelle Vielfalt
 - 10 – Frieden
 - 11 – Verteidigung
 - 12 – internationale Kooperation: bi-national
 - 13 – internationale Kooperation: europäisch
 - 14 – internationale Kooperation: global
 - 15 – Gerechtigkeit
 - 16 – Solidarität
 - 17 – Ökonomischer Erfolg/ Marktwirtschaft
 - 18 – sonstiger Wert

- 99 – nicht codierbar
(stets den in der Aussendung dominanten Wert codieren)
- 23 AUSW - Wie beschreibt die aussendende Partei die Auswirkungen der EU-Entscheidungen?
 1 – Auswirkungen auf gesamt Österreich
 2 – Auswirkungen auf explizite Regionen Österreichs
 3 – Auswirkungen auf andere EU-Länder
 4 – Auswirkungen auf alle EU-Länder
 5 – Auswirkungen global
 99 – nicht codierbar

Qualität der Inhaltskomponente der Presseaussendungen:

- 24QUAL1EB – Inhaltsebene statt Beziehungsebene
 25QUAL2INFOS - Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen
 26QUAL3GEGEN - Berücksichtigung von Gegenargumenten
 27QUAL4PROCO - Ausgewogene Beurteilungen (einerseits – andererseits)
 28QUAL5LÖS - Lösungen für aufgeworfene Probleme
 Jeweils zu codieren: 1 – stark ausgeprägt
 2 – mittel ausgeprägt
 3 – schwach ausgeprägt
 4 – gar nicht ausgeprägt
 99 – nicht codierbar
- 29 BEWEU – Tendenz der Bewertung der EU/ des angesprochenen Aspekts
 1 – neutral-erklärend
 2 – befürwortend-konstruktiv
 3 – ablehnend-problemtisierend
 99 – nicht codierbar
- 30 WIRKONST – Welches Wir konstruiert der Verfasser (nicht nur für sich selbst, sondern den Leser inkludierend)?
 1 – national
 2 – europäisch
 3 – global
 4 – regional
 99 – nicht codierbar
- 31ARTAUSS - Art der Aussage
 1 – Presseaussendung
 2 – TV-Diskussion

ANMERKUNGEN:

- (1. Verfasser und Hauptakteur werden gemeinsam bewertet, sofern sie nicht explizit getrennt voneinander ausgewiesen werden; ist eine Diskrepanz zwischen den beiden festzustellen, wird die Tendenz des Verfassers bewertet, hinter diesem „verstecken“ sich die PR-Leute, die Hauptakteure, zumeist Politiker selbst, werden dann bei den TV-Konfrontationen ohnehin nochmals analysiert.
 2. Spezifisches vor Allgemeinem codieren.
 3. Falls mehrere Möglichkeiten vorhanden, Dominantes codieren.
 4. Intersubjektivität!
 5. Wenn keine Ausprägung treffend ist: 99 nicht codierbar eintragen.)

FREQUENCIES VARIABLES=MESSZEIT PARTEI ARTAUSS
 /ORDER=ANALYSIS.

Häufigkeiten

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Häufigkeitstabelle

Messzeitpunkt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1994,00	77	47,5	47,5	47,5
2008,00	46	28,4	28,4	75,9
2010,00	39	24,1	24,1	100,0
Gesamt	162	100,0	100,0	

Aussendende Partei

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig SPÖ	101	62,3	62,3	62,3
ÖVP	60	37,0	37,0	99,4
beide Regierungsparteien	1	,6	,6	100,0
Gesamt	162	100,0	100,0	

Art der Aussendung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Presseaussendung	155	95,7	95,7	95,7
TV-Diskussion	7	4,3	4,3	100,0
Gesamt	162	100,0	100,0	

```
USE ALL.
COMPUTE filter_$=(ARTAUSS = 1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'ARTAUSS = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
  /TABLES=PARTEI BY MESSZEIT
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Aussendende Partei * Messzeitpunkt	155	100,0%	0	,0%	155	100,0%

Aussendende Partei * Messzeitpunkt Kreuztabelle

Anzahl

		Messzeitpunkt			Gesamt
		1994,00	2008,00	2010,00	
Aussendende Partei	SPÖ	55	22	20	97
	ÖVP	19	21	17	57
	beide Regierungsparteien	1	0	0	1
Gesamt		75	43	37	155

FREQUENCIES VARIABLES=DATAUSS
 /HISTOGRAM
 /ORDER=ANALYSIS.

Häufigkeiten

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Statistiken

Datum der Aussendung

N	Gültig	155
	Fehlend	0

Datum der Aussendung				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	04.2.1994	1	,6	,6
	05.2.1994	1	,6	1,3
	10.2.1994	1	,6	1,9
	27.2.1994	1	,6	2,6
	28.2.1994	1	,6	3,2
	01.3.1994	1	,6	3,9
	02.3.1994	3	1,9	5,8
	04.3.1994	1	,6	6,5
	06.3.1994	1	,6	7,1
	07.3.1994	1	,6	7,7
	08.3.1994	1	,6	8,4
	10.3.1994	1	,6	9,0
	12.3.1994	1	,6	9,7
	18.3.1994	2	1,3	11,0
	22.3.1994	1	,6	11,6
	24.3.1994	3	1,9	13,5
	06.4.1994	1	,6	14,2
	08.4.1994	3	1,9	16,1
	10.4.1994	1	,6	16,8
	12.4.1994	1	,6	17,4
	13.4.1994	1	,6	18,1
	14.4.1994	3	1,9	20,0
	16.4.1994	2	1,3	21,3
	17.4.1994	1	,6	21,9
	26.4.1994	2	1,3	23,2
	27.4.1994	1	,6	23,9
	28.4.1994	1	,6	24,5
	29.4.1994	1	,6	25,2
	30.4.1994	1	,6	25,8
	02.5.1994	1	,6	26,5
	04.5.1994	4	2,6	29,0
	07.5.1994	2	1,3	30,3
	09.5.1994	1	,6	31,0
	10.5.1994	1	,6	31,6
	18.5.1994	1	,6	32,3
	25.5.1994	1	,6	32,9
	26.5.1994	1	,6	33,5
	27.5.1994	1	,6	34,2
	28.5.1994	1	,6	34,8
	31.5.1994	1	,6	35,5
	01.6.1994	1	,6	36,1
	02.6.1994	1	,6	36,8
	03.6.1994	1	,6	37,4
	04.6.1994	2	1,3	38,7
	06.6.1994	1	,6	39,4
	07.6.1994	1	,6	40,0
	08.6.1994	2	1,3	41,3
	10.6.1994	1	,6	41,9
	11.6.1994	1	,6	42,6
	12.6.1994	2	1,3	43,9
	13.6.1994	2	1,3	45,2
	15.6.1994	3	1,9	47,1
	30.6.1994	2	1,3	48,4
	04.12.2007	3	1,9	50,3
	12.12.2007	1	,6	51,0
	13.12.2007	1	,6	51,6
	14.12.2007	1	,6	52,3
	04.2.2008	2	1,3	53,5
	05.2.2008	4	2,6	56,1
	06.2.2008	3	1,9	58,1
	22.2.2008	1	,6	58,7
	25.3.2008	1	,6	59,4
	03.4.2008	2	1,3	60,6
	08.4.2008	5	3,2	63,9
	09.4.2008	18	11,6	75,5
	10.4.2008	1	,6	76,1
	24.3.2010	3	1,9	78,1
	21.4.2010	2	1,3	79,4
	02.5.2010	1	,6	80,0
	04.5.2010	1	,6	80,6
	05.5.2010	6	3,9	84,5
	06.5.2010	1	,6	85,2
	07.5.2010	1	,6	85,8
	08.5.2010	1	,6	86,5
	10.5.2010	3	1,9	88,4
	11.5.2010	2	1,3	89,7
	12.5.2010	2	1,3	91,0
	15.5.2010	1	,6	91,6
	17.5.2010	1	,6	92,3
	18.5.2010	1	,6	92,9
	19.5.2010	10	6,5	99,4
	02.6.2010	1	,6	100,0
	Gesamt	155	100,0	100,0

Fälle aus 1994

```
USE ALL.
COMPUTE filter_$(ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
  /TABLES=HAUPTAKT BY WIR
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /CELLS=COUNT ROW COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.

FILTER OFF.
USE ALL.
EXECUTE.
CROSSTABS
  /TABLES=MESSZEIT BY THEMA
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT ROW COLUMN
  /COUNT ROUND CELL.<head><style type="text/css">p{color:0;font-family:Nichtproportional;font-size:14pt;font-style:normal;font-weight:normal;text-decoration:none}</style></head>
GET
  FILE='H:\pccr\Desktop\dipl.sav'.
USE ALL.
COMPUTE filter_$(MESSZEIT = 1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'MESSZEIT = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
USE ALL.
COMPUTE filter_$(MESSZEIT = 1 AND ARTAUSS = 1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'MESSZEIT = 1 AND ARTAUSS = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
NPAR TESTS
  /CHISQUARE=HAUPTAKT WIR
  /EXPECTED=EQUAL
  /MISSING ANALYSIS.
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	75	100,0%	0	,0%	75	100,0%

Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"? Kreuztabelle

			Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?					Gesamt
			sich selbst	seine Partei	gesamte Regierung	Interessensvertretung	nicht codierbar	
Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	2	13	25	0	0	40
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	5,0%	32,5%	62,5%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	66,7%	36,1%	75,8%	,0%	,0%	53,3%
	Vizekanzler	Anzahl	0	6	1	0	0	7
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	85,7%	14,3%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	16,7%	3,0%	,0%	,0%	9,3%
	Außenminister	Anzahl	0	1	5	0	1	7
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	14,3%	71,4%	,0%	14,3%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	2,8%	15,2%	,0%	50,0%	9,3%
	anderer Minister	Anzahl	0	2	0	0	0	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	5,6%	,0%	,0%	,0%	2,7%
	NR-Abgeordneter	Anzahl	1	4	2	1	0	8
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	12,5%	50,0%	25,0%	12,5%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	33,3%	11,1%	6,1%	100,0%	,0%	10,7%
	Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	0	1	0	0	1	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	50,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	2,8%	,0%	,0%	50,0%	2,7%
	Bundesgeschäftsführer	Anzahl	0	8	0	0	0	8
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	22,2%	,0%	,0%	,0%	10,7%
	nicht codierbar	Anzahl	0	1	0	0	0	1
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	2,8%	,0%	,0%	,0%	1,3%
Gesamt		Anzahl	3	36	33	1	2	75
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	4,0%	48,0%	44,0%	1,3%	2,7%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hauptakteur der Aussendung * Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt Kreuztabelle

Messzeitpunkt				Inhaltsebene statt Beziehungsebene				Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
1994,00 Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	16	18	6	0	40	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	40,0%	45,0%	15,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	61,5%	48,6%	60,0%	,0%	53,3%	
	Vizekanzler	Anzahl	1	6	0	0	7	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	14,3%	85,7%	,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	3,8%	16,2%	,0%	,0%	9,3%	
	Außenminister	Anzahl	3	4	0	0	7	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	42,9%	57,1%	,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	11,5%	10,8%	,0%	,0%	9,3%	
	anderer Minister	Anzahl	0	1	1	0	2	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	,0%	2,7%	10,0%	,0%	2,7%	
	NR-Abgeordneter	Anzahl	3	4	0	1	8	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	37,5%	50,0%	,0%	12,5%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	11,5%	10,8%	,0%	50,0%	10,7%	
	Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	2	0	0	0	2	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	7,7%	,0%	,0%	,0%	2,7%	
	Bundesgeschäftsführer	Anzahl	0	4	3	1	8	
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	50,0%	37,5%	12,5%	100,0%	
% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene		,0%	10,8%	30,0%	50,0%	10,7%		
nicht codierbar	Anzahl	1	0	0	0	1		
	% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%		
	% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	3,8%	,0%	,0%	,0%	1,3%		
Gesamt	Anzahl	26	37	10	2	75		
	% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	34,7%	49,3%	13,3%	2,7%	100,0%		
	% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Hauptakteur der Aussendung * Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt Kreuztabelle

Messzeitpunkt				Inhaltsebene statt Beziehungsebene				Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
2008,00	Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	3	0	1		4
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	75,0%	,0%	25,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	15,0%	,0%	33,3%		9,3%
		Vizekanzler	Anzahl	1	1	0		2
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	50,0%	50,0%	,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	5,0%	5,0%	,0%		4,7%
		Außenminister	Anzahl	1	0	0		1
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	100,0%	,0%	,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	5,0%	,0%	,0%		2,3%
		anderer Minister	Anzahl	3	0	0		3
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	100,0%	,0%	,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	15,0%	,0%	,0%		7,0%
		NR-Abgeordneter	Anzahl	11	15	1		27
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	40,7%	55,6%	3,7%		100,0%
% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	55,0%		75,0%	33,3%		62,8%		
Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	1	4	1		6		
	% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	16,7%	66,7%	16,7%		100,0%		
	% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	5,0%	20,0%	33,3%		14,0%		
Gesamt			Anzahl	20	20	3		43
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	46,5%	46,5%	7,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
2010,00	Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	1	2	1		4
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	25,0%	50,0%	25,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	7,1%	16,7%	9,1%		10,8%
		Vizekanzler	Anzahl	3	1	0		4
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	75,0%	25,0%	,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	21,4%	8,3%	,0%		10,8%
		NR-Abgeordneter	Anzahl	6	9	7		22
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	27,3%	40,9%	31,8%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	42,9%	75,0%	63,6%		59,5%
		Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	4	0	1		5
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	80,0%	,0%	20,0%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	28,6%	,0%	9,1%		13,5%
		Bundesgeschäftsführer	Anzahl	0	0	2		2
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	,0%	100,0%		100,0%
% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	,0%		,0%	18,2%		5,4%		
Gesamt			Anzahl	14	12	11		37
			% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	37,8%	32,4%	29,7%		100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%

Fälle aus 2007/08

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 2).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 2 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=HAUPTAKT BY WIR

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	43	100,0%	0	,0%	43	100,0%

Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"? Kreuztabelle

			Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?				Gesamt
			sich selbst	seine Partei	gesamte Regierung	Interessensvertretung	
Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	0	1	3	0	4
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	25,0%	75,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	7,1%	14,3%	,0%	9,3%
	Vizekanzler	Anzahl	0	1	1	0	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	7,1%	4,8%	,0%	4,7%
	Außenminister	Anzahl	0	0	1	0	1
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	,0%	4,8%	,0%	2,3%
	anderer Minister	Anzahl	0	0	3	0	3
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	,0%	14,3%	,0%	7,0%
	NR-Abgeordneter	Anzahl	5	9	11	2	27
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	18,5%	33,3%	40,7%	7,4%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	83,3%	64,3%	52,4%	100,0%	62,8%
	Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	1	3	2	0	6
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	16,7%	50,0%	33,3%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	16,7%	21,4%	9,5%	,0%	14,0%
Gesamt	Anzahl	6	14	21	2	43	
	% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	14,0%	32,6%	48,8%	4,7%	100,0%	
	% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fälle aus 2010

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 3).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ARTAUSS = 1 AND MESSZEIT = 3 (FILTER)'.
 VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=HAUPTAKT BY WIR

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	37	100,0%	0	,0%	37	100,0%

Hauptakteur der Aussendung * Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"? Kreuztabelle

			Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?			Gesamt
			sich selbst	seine Partei	gesamte Regierung	
Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	0	1	3	4
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	25,0%	75,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	5,0%	20,0%	10,8%
Vizekanzler	Anzahl	Anzahl	1	1	2	4
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	50,0%	5,0%	13,3%	10,8%
NR-Abgeordneter	Anzahl	Anzahl	1	15	6	22
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	4,5%	68,2%	27,3%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	50,0%	75,0%	40,0%	59,5%
Eu-Sprecher einer Partei	Anzahl	Anzahl	0	2	3	5
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	40,0%	60,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	10,0%	20,0%	13,5%
Bundesgeschäftsführer	Anzahl	Anzahl	0	1	1	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	,0%	5,0%	6,7%	5,4%
Gesamt	Anzahl	Anzahl	2	20	15	37
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	5,4%	54,1%	40,5%	100,0%
		% innerhalb von Für wen spricht der Verfasser? Wer ist "wir"?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fälle, in denen der Hauptakteur auf sich selbst bzw. seine eigene Partei Bezug nimmt --> Selbstdarstellung, Chefsachen-Mythos

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ARTAUSS = 1 AND ADRESS = 5).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ARTAUSS = 1 AND ADRESS = 5 (FILTER)'.
 VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

```

FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
/TABLES=HAUPTAKT BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Hauptakteur der Aussendung * Messzeitpunkt	4	100,0%	0	,0%	4	100,0%

Hauptakteur der Aussendung * Messzeitpunkt Kreuztabelle

			Messzeitpunkt		Gesamt
			1994,00	2010,00	
Hauptakteur der Aussendung	Kanzler	Anzahl	2	0	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	100,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	,0%	50,0%
	NR-Abgeordneter	Anzahl	0	2	2
		% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	,0%	100,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	100,0%	50,0%
Gesamt	Anzahl	2	2	4	
	% innerhalb von Hauptakteur der Aussendung	50,0%	50,0%	100,0%	
	% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	

```

USE ALL.
COMPUTE filter_$(=ARTAUSS = 1 ).
VARIABLE LABEL filter_$( 'ARTAUSS = 1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$( 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$( f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
/TABLES=HAUPTAKT BY QUAL1EB BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES

```


/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen - Hypothese H5

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * angesprochener Themenkomplex	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * angesprochener Themenkomplex Kreuztabelle

		Messzeitpunkt									Gesamt		
		1994.00			2008.00			2010.00			Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von angesprochener Themenkomplex
		Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von angesprochener Themenkomplex	Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von angesprochener Themenkomplex	Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von angesprochener Themenkomplex			
angesprochener Themenkomplex	EU-Entwicklung allgemein	0	,0%	,0%	22	47,8%	100,0%	0	,0%	,0%	22	13,6%	100,0%
	Finanzpolitik	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	24	61,5%	100,0%	24	14,8%	100,0%
	Innere Reformen	1	1,3%	5,6%	17	37,0%	94,4%	0	,0%	,0%	18	11,1%	100,0%
	Wahlen	18	23,4%	90,0%	2	4,3%	10,0%	0	,0%	,0%	20	12,3%	100,0%
	Wirtschaftspolitik	13	16,9%	48,1%	0	,0%	,0%	14	35,9%	51,9%	27	16,7%	100,0%
	Tourismus, Verkehr	4	5,2%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	4	2,5%	100,0%
	Energie, Landwirtschaft, Technik	2	2,6%	66,7%	1	2,2%	33,3%	0	,0%	,0%	3	1,9%	100,0%
	Arbeitsmarktpolitik	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
	Sozialpolitik	0	,0%	,0%	2	4,3%	66,7%	1	2,6%	33,3%	3	1,9%	100,0%
	Bildung, Wissenschaft	2	2,6%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	2	1,2%	100,0%
	Sicherheitspolitik	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
	Rechtswesen	2	2,6%	50,0%	2	4,3%	50,0%	0	,0%	,0%	4	2,5%	100,0%
	Friedenspolitik	2	2,6%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	2	1,2%	100,0%
	Außenbeziehungen	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
	Kunst, Kultur	2	2,6%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	2	1,2%	100,0%
	Integrationspolitik	28	36,4%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	28	17,3%	100,0%
Gesamt		77	100,0%	47,5%	46	100,0%	28,4%	39	100,0%	24,1%	162	100,0%	100,0%

RECODE THEMA (1=1) (2=2) (3=3) (4=4) (5=5) (6=22) (7=22) (8=22) (9=22) (10=22) (11=22) (12=22) (13=22) (14=22) (15=22) (16=22) (17=22) (18=22) (19=22) (20=22) (21=21) (22=22) (99=99) INTO Thema1.

VARIABLE LABELS Thema1 'Hauptthemen'.

EXECUTE.

FILTER OFF.

USE ALL.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=MESSZEIT BY Thema1

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Hauptthemen	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Hauptthemen Kreuztabelle

		Hauptthemen							Gesamt
		EU-Entwickl.	Finanzpol.	Innere Reform	Wahlen/Beitritt	Wirtschaftspol	Integration/Beitritt	andere Themen	
Messzeitpunkt 1994.00	Anzahl	0	0	1	18	13	28	17	77
	% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	,0%	1,3%	23,4%	16,9%	36,4%	22,1%	100,0%
	% innerhalb von Hauptthemen	,0%	,0%	5,6%	90,0%	48,1%	100,0%	73,9%	47,5%
2008.00	Anzahl	22	0	17	2	0	0	5	46
	% innerhalb von Messzeitpunkt	47,8%	,0%	37,0%	4,3%	,0%	,0%	10,9%	100,0%
	% innerhalb von Hauptthemen	100,0%	,0%	94,4%	10,0%	,0%	,0%	21,7%	28,4%
2010.00	Anzahl	0	24	0	0	14	0	1	39
	% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	61,5%	,0%	,0%	35,9%	,0%	2,6%	100,0%
	% innerhalb von Hauptthemen	,0%	100,0%	,0%	,0%	51,9%	,0%	4,3%	24,1%
Gesamt	Anzahl	22	24	18	20	27	28	23	162
	% innerhalb von Messzeitpunkt	13,6%	14,8%	11,1%	12,3%	16,7%	17,3%	14,2%	100,0%
	% innerhalb von Hauptthemen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	239,295 ^a	12	,000
Likelihood-Quotient	251,513	12	,000
Zusammenhang linear mit-linear	48,755	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 2 Zellen (9,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,33.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY COTHEMA
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Nebenthema	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Nebenthema Kreuztabelle

	Messzeitpunkt									Gesamt		
	1994.00			2008.00			2010.00			Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von Nebenthema
	Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von Nebenthema	Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von Nebenthema	Anzahl	% innerhalb von Messzeitpunkt	% innerhalb von Nebenthema			
Nebenthema EU-Entwicklung allgemein	0	,0%	,0%	8	17,4%	88,9%	1	2,6%	11,1%	9	5,6%	100,0%
Finanzpolitik	1	1,3%	14,3%	0	,0%	,0%	6	15,4%	85,7%	7	4,3%	100,0%
Innere Reformen	0	,0%	,0%	18	39,1%	90,0%	2	5,1%	10,0%	20	12,3%	100,0%
Wahlen	11	14,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	11	6,8%	100,0%
Wirtschaftspolitik	11	14,3%	55,0%	3	6,5%	15,0%	6	15,4%	30,0%	20	12,3%	100,0%
Tourismus, Verkehr	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
Energie, Landwirtschaft, Technik	2	2,6%	50,0%	2	4,3%	50,0%	0	,0%	,0%	4	2,5%	100,0%
Arbeitsmarktpolitik	6	7,8%	75,0%	0	,0%	,0%	2	5,1%	25,0%	8	4,9%	100,0%
Sozialpolitik	0	,0%	,0%	3	6,5%	33,3%	6	15,4%	66,7%	9	5,6%	100,0%
Familie, Kinder, Frauen	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
Migration	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
Bildung, Wissenschaft	2	2,6%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	2	1,2%	100,0%
Sicherheitspolitik	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
Rechtswesen	3	3,9%	37,5%	5	10,9%	62,5%	0	,0%	,0%	8	4,9%	100,0%
Tier-, Umweltschutz	1	1,3%	50,0%	0	,0%	,0%	1	2,6%	50,0%	2	1,2%	100,0%
Friedenspolitik	4	5,2%	66,7%	2	4,3%	33,3%	0	,0%	,0%	6	3,7%	100,0%
Globalisierung	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
Außenbeziehungen	1	1,3%	25,0%	3	6,5%	75,0%	0	,0%	,0%	4	2,5%	100,0%
Integrationspolitik	6	7,8%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	6	3,7%	100,0%
anderer Themenbezug	1	1,3%	100,0%	0	,0%	,0%	0	,0%	,0%	1	,6%	100,0%
nicht codierbar	23	29,9%	57,5%	2	4,3%	5,0%	15	38,5%	37,5%	40	24,7%	100,0%
Gesamt	77	100,0%	47,5%	46	100,0%	28,4%	39	100,0%	24,1%	162	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotisch e Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	139,197 ^a	40	,000
Likelihood-Quotient	159,078	40	,000
Zusammenhang linear- mit-linear	,011	1	,916
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 55 Zellen (87,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,24.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY SPR04LOB BY PARTEI
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Sprechakt des Verfassers: loben, danken * Aussendende Partei	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Sprechakt des Verfassers: loben, danken * Aussendende Partei Kreuztabelle

				Sprechakt des Verfassers: loben, danken		Gesamt	
				nicht vorhanden	vorhanden		
Aussendende Partei	SPO	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	28	28	56
				% innerhalb von Messzeitpunkt	50,0%	50,0%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	63,6%	49,1%	55,4%
		2008,00	Anzahl		7	17	24
				% innerhalb von Messzeitpunkt	29,2%	70,8%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	15,9%	29,8%	23,8%
		2010,00	Anzahl		9	12	21
				% innerhalb von Messzeitpunkt	42,9%	57,1%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	20,5%	21,1%	20,8%
		Gesamt	Anzahl		44	57	101
				% innerhalb von Messzeitpunkt	43,6%	56,4%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	100,0%	100,0%	100,0%
ÖVP	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	6	14	20	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	30,0%	70,0%	100,0%	
			% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	27,3%	36,8%	33,3%	
		2008,00	Anzahl		9	13	22
				% innerhalb von Messzeitpunkt	40,9%	59,1%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	40,9%	34,2%	36,7%
		2010,00	Anzahl		7	11	18
				% innerhalb von Messzeitpunkt	38,9%	61,1%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	31,8%	28,9%	30,0%
		Gesamt	Anzahl		22	38	60
				% innerhalb von Messzeitpunkt	36,7%	63,3%	100,0%
				% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken	100,0%	100,0%	100,0%
beide Regierungsparteien	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl		1	1	
			% innerhalb von Messzeitpunkt		100,0%	100,0%	
			% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken		100,0%	100,0%	
		Gesamt	Anzahl			1	1
	% innerhalb von Messzeitpunkt				100,0%	100,0%	
	% innerhalb von Sprechakt des Verfassers: loben, danken				100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Aussendende Partei		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
SPÖ	Chi-Quadrat nach Pearson	2,971 ^a	2	,226
	Likelihood-Quotient	3,049	2	,218
	Zusammenhang linear mit-linear	,874	1	,350
	Anzahl der gültigen Fälle	101		
ÖVP	Chi-Quadrat nach Pearson	,592 ^b	2	,744
	Likelihood-Quotient	,600	2	,741
	Zusammenhang linear mit-linear	,335	1	,563
	Anzahl der gültigen Fälle	60		
beide Regierungsparteien	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	1		

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 9,15.

b. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,60.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt und Sprechakt des Verfassers: loben, danken Konstanten sind.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY BEWEU BY PARTEI
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Bewertung der EU/ des Aspekts * Aussendende Partei	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Bewertung der EU/ des Aspekts * Aussendende Partei Kreuztabelle

Aussendende Partei				Bewertung der EU/ des Aspekts				Gesamt
				neutral- erklärend	befürwortend- konstruktiv	ablehnend- problematisie- rend	nicht codierbar	
SPÖ	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	10	45	0	1	56
			% innerhalb von Messzeitpunkt	17,9%	80,4%	,0%	1,8%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	66,7%	56,3%	,0%	20,0%	55,4%
		2008,00	Anzahl	2	22	0	0	24
			% innerhalb von Messzeitpunkt	8,3%	91,7%	,0%	,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	13,3%	27,5%	,0%	,0%	23,8%
	2010,00	Anzahl	3	13	1	4	21	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,3%	61,9%	4,8%	19,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	20,0%	16,3%	100,0%	80,0%	20,8%	
	Gesamt	Anzahl	15	80	1	5	101	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,9%	79,2%	1,0%	5,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
ÖVP	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	2	17		1	20
			% innerhalb von Messzeitpunkt	10,0%	85,0%		5,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	29,8%		100,0%	33,3%
		2008,00	Anzahl	0	22		0	22
			% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	100,0%		,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	38,6%		,0%	36,7%
	2010,00	Anzahl	0	18		0	18	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	100,0%		,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	31,6%		,0%	30,0%	
	Gesamt	Anzahl	2	57		1	60	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	3,3%	95,0%		1,7%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	
beide Regierungsparteien	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl		1			1
			% innerhalb von Messzeitpunkt		100,0%			100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		100,0%			100,0%
	Gesamt	Anzahl		1			1	
		% innerhalb von Messzeitpunkt		100,0%			100,0%	
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		100,0%			100,0%

Chi-Quadrat-Tests

Aussendende Partei		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
SPÖ	Chi-Quadrat nach Pearson	16,866 ^a	6	,010
	Likelihood-Quotient	14,339	6	,026
	Zusammenhang linear mit-linear	7,341	1	,007
	Anzahl der gültigen Fälle	101		
ÖVP	Chi-Quadrat nach Pearson	6,316 ^b	4	,177
	Likelihood-Quotient	6,913	4	,141
	Zusammenhang linear mit-linear	1,416	1	,234
	Anzahl der gültigen Fälle	60		
beide Regierungsparteien	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	1		

a. 8 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,21.

b. 6 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt und Bewertung der EU/ des Aspekts Konstanten sind.

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ARTAUSS = 1).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ARTAUSS = 1 (FILTER)'.
 VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

FILTER OFF.

USE ALL.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=ARTAUSS BY ADRESS

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen -> Hypothese H6

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Art der Aussendung * Adressat der Aussendung	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Art der Aussendung * Adressat der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung	Presseaussendung	Anzahl	Adressat der Aussendung								Gesamt	
			Opposition	Koalitionspartner	Selbstbezug	Bevölkerung	"die Regierung"	"das Parlament"	kein Adressat	anderer Adressat		nicht codierbar
		25	6	4	14	1	47	26	31	1	155	
		% innerhalb von Art der Aussendung	16,1%	3,9%	2,6%	9,0%	,6%	30,3%	16,8%	20,0%	,6%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	100,0%	100,0%	100,0%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,7%	
	TV-Diskussion	0	0	0	7	0	0	0	0	0	7	
		% innerhalb von Art der Aussendung	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	,0%	,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,3%	
Gesamt		25	6	4	21	1	47	26	31	1	162	
		% innerhalb von Art der Aussendung	15,4%	3,7%	2,5%	13,0%	,6%	29,0%	16,0%	19,1%	,6%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	49,123 ^a	8	,000
Likelihood-Quotient	30,943	8	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	,116	1	,733
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 12 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,04.

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ADRESS = 8 OR ADRESS = 12).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ADRESS = 8 OR ADRESS = 12 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).
FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=BEWEU BY ADRESS
/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Bewertung der EU/ des Aspekts * Adressat der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Bewertung der EU/ des Aspekts * Adressat der Aussendung Kreuztabelle

			Adressat der Aussendung		Gesamt
			Bevölkerung	anderer Adressat	
Bewertung der EU/ des Aspekts	neutral-erklärend	Anzahl	0	5	5
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	100,0%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	16,1%	9,6%
	befürwortend-konstruktiv	Anzahl	20	25	45
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	44,4%	55,6%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	95,2%	80,6%	86,5%
	nicht codierbar	Anzahl	1	1	2
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	50,0%	50,0%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	4,8%	3,2%	3,8%
Gesamt		Anzahl	21	31	52
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	40,4%	59,6%	100,0%
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,772 ^a	2	,152
Likelihood-Quotient	5,553	2	,062
Zusammenhang linear-mit-linear	,096	1	,757
Anzahl der gültigen Fälle	52		

a. 4 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,81.

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(ADRESS = 8 OR ADRESS = 12).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'ADRESS = 8 OR ADRESS = 12 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=ADRESS BY QUAL2INFOS BY ARTAUSS
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT ROW COLUMN
 /COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen			Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	
Presseaussendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	3	7	4	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	21,4%	50,0%	28,6%	100,0%
			% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	23,1%	29,2%	50,0%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	10	17	4	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	32,3%	54,8%	12,9%	100,0%	
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	76,9%	70,8%	50,0%	68,9%	
Gesamt	Anzahl	13	24	8	45		
	% innerhalb von Adressat der Aussendung	28,9%	53,3%	17,8%	100,0%		
	% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	2	5		7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	28,6%	71,4%		100,0%
			% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	100,0%	100,0%		100,0%
	Gesamt	Anzahl	2	5		7	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	28,6%	71,4%		100,0%	
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	100,0%	100,0%		100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	1,766 ^a	2	,414
	Likelihood-Quotient	1,689	2	,430
	Zusammenhang linear mit-linear	1,457	1	,227
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,49.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

```

/TABLES=ADRESS BY QUAL1EB BY ARTAUSS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Inhaltsebene statt Beziehungsebene			Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	
Presseaussendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	2	10	2	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	14,3%	71,4%	14,3%	100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	11,1%	47,6%	33,3%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	16	11	4	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	51,6%	35,5%	12,9%	100,0%	
		% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	88,9%	52,4%	66,7%	68,9%	
Gesamt	Anzahl	18	21	6	45		
	% innerhalb von Adressat der Aussendung	40,0%	46,7%	13,3%	100,0%		
	% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	4		3	7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	57,1%		42,9%	100,0%
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%		100,0%	100,0%
	Gesamt	Anzahl	4		3	7	
% innerhalb von Adressat der Aussendung		57,1%		42,9%	100,0%		
			% innerhalb von Inhaltsebene statt Beziehungsebene	100,0%		100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	6,043 ^a	2	,049
	Likelihood-Quotient	6,538	2	,038
	Zusammenhang linear mit-linear	3,057	1	,080
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^b		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,87.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

```

/TABLES=ADRESS BY QUAL3GEGEN BY ARTAUSS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Berücksichtigung von Gegenargumenten * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Berücksichtigung von Gegenargumenten * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Berücksichtigung von Gegenargumenten				Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Presseaussendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	0	12	1	1	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	85,7%	7,1%	7,1%	100,0%
			% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	,0%	57,1%	5,6%	20,0%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	1	9	17	4	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	3,2%	29,0%	54,8%	12,9%	100,0%	
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	42,9%	94,4%	80,0%	68,9%	
Gesamt		Anzahl	1	21	18	5	45	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	2,2%	46,7%	40,0%	11,1%	100,0%	
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	1	6			7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	14,3%	85,7%			100,0%
			% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	100,0%			100,0%
	Gesamt		Anzahl	1	6			7
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	14,3%	85,7%			100,0%	
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	100,0%			100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	12,865 ^a	3	,005
	Likelihood-Quotient	14,389	3	,002
	Zusammenhang linear-mit-linear	5,835	1	,016
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,31.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

```

/TABLES=ADRESS BY QUAL4PROCO BY ARTAUSS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
    
```

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Ausgewogene Beurteilungen * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Ausgewogene Beurteilungen * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Ausgewogene Beurteilungen				Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Presseausendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	1	5	5	3	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	7,1%	35,7%	35,7%	21,4%	100,0%
			% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	100,0%	45,5%	20,8%	33,3%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	0	6	19	6	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	19,4%	61,3%	19,4%	100,0%	
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	,0%	54,5%	79,2%	66,7%	68,9%	
	Gesamt	Anzahl	1	11	24	9	45	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	2,2%	24,4%	53,3%	20,0%	100,0%	
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl		4	3		7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung		57,1%	42,9%		100,0%
			% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen		100,0%	100,0%		100,0%
	Gesamt	Anzahl		4	3		7	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung		57,1%	42,9%		100,0%	
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen		100,0%	100,0%		100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseausendung	Chi-Quadrat nach Pearson	4,474 ^a	3	,215
	Likelihood-Quotient	4,620	3	,202
	Zusammenhang linear mit-linear	1,465	1	,226
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,31.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

/TABLES=ADRESS BY QUAL5LÖS BY ARTAUSS
 /FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT ROW COLUMN
 /COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme			Gesamt
				stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	
Presseaussendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	0	2	12	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	14,3%	85,7%	100,0%
			% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	,0%	10,5%	50,0%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	2	17	12	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	6,5%	54,8%	38,7%	100,0%	
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	100,0%	89,5%	50,0%	68,9%	
Gesamt	Anzahl	2	19	24	45		
	% innerhalb von Adressat der Aussendung	4,4%	42,2%	53,3%	100,0%		
	% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	1	4	2	7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	14,3%	57,1%	28,6%	100,0%
			% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Gesamt	Anzahl	1	4	2	7	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	14,3%	57,1%	28,6%	100,0%	
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	8,655 ^a	2	,013
	Likelihood-Quotient	9,741	2	,008
	Zusammenhang linear mit-linear	7,955	1	,005
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	.		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,62.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

```

/TABLES=ADRESS BY BEWEU BY ARTAUSS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Adressat der Aussendung * Bewertung der EU/ des Aspekts * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Adressat der Aussendung * Bewertung der EU/ des Aspekts * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Bewertung der EU/ des Aspekts			Gesamt
				neutral- erklärend	befürwortend- konstruktiv	nicht codierbar	
Presseaussendung	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl	0	14	0	14
			% innerhalb von Adressat der Aussendung	,0%	100,0%	,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	35,9%	,0%	31,1%
	anderer Adressat	Anzahl	5	25	1	31	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung	16,1%	80,6%	3,2%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	64,1%	100,0%	68,9%	
Gesamt	Anzahl	5	39	1	45		
	% innerhalb von Adressat der Aussendung	11,1%	86,7%	2,2%	100,0%		
	% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
TV-Diskussion	Adressat der Aussendung	Bevölkerung	Anzahl		6	1	7
			% innerhalb von Adressat der Aussendung		85,7%	14,3%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		100,0%	100,0%	100,0%
	Gesamt	Anzahl		6	1	7	
		% innerhalb von Adressat der Aussendung		85,7%	14,3%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotisch e Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	3,127 ^a	2	,209
	Likelihood-Quotient	4,878	2	,087
	Zusammenhang linear- mit-linear	,405	1	,524
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .		
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 4 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,31.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Adressat der Aussendung eine Konstante ist

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY BEWEU BY ARTAUSS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen -> Hypothese H8

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Bewertung der EU/ des Aspekts * Art der Aussendung	52	100,0%	0	,0%	52	100,0%

Messzeitpunkt * Bewertung der EU/ des Aspekts * Art der Aussendung Kreuztabelle

Art der Aussendung				Bewertung der EU/ des Aspekts			Gesamt
				neutral- erklärend	befürwortend- konstruktiv	nicht codierbar	
Presseaussendung	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	5	31	0	36
			% innerhalb von Messzeitpunkt	13,9%	86,1%	,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	79,5%	,0%	80,0%
	2008,00	Anzahl	0	6	0	6	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	100,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	15,4%	,0%	13,3%	
	2010,00	Anzahl	0	2	1	3	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	66,7%	33,3%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	,0%	5,1%	100,0%	6,7%	
	Gesamt		Anzahl	5	39	1	45
			% innerhalb von Messzeitpunkt	11,1%	86,7%	2,2%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
TV-Diskussion	Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl		2	0	2
			% innerhalb von Messzeitpunkt		100,0%	,0%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		33,3%	,0%	28,6%
	2008,00	Anzahl		3	0	3	
		% innerhalb von Messzeitpunkt		100,0%	,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		50,0%	,0%	42,9%	
	2010,00	Anzahl		1	1	2	
		% innerhalb von Messzeitpunkt		50,0%	50,0%	100,0%	
		% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		16,7%	100,0%	28,6%	
	Gesamt		Anzahl		6	1	7
			% innerhalb von Messzeitpunkt		85,7%	14,3%	100,0%
			% innerhalb von Bewertung der EU/ des Aspekts		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

Art der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Presseaussendung	Chi-Quadrat nach Pearson	15,513 ^a	4	,004
	Likelihood-Quotient	7,917	4	,095
	Zusammenhang linear mit-linear	9,254	1	,002
	Anzahl der gültigen Fälle	45		
TV-Diskussion	Chi-Quadrat nach Pearson	2,917 ^b	2	,233
	Likelihood-Quotient	2,969	2	,227
	Zusammenhang linear mit-linear	1,750	1	,186
	Anzahl der gültigen Fälle	7		

a. 7 Zellen (77,8%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,07.

b. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,29.

FILTER OFF.

USE ALL.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=AUSW BY PARTEI BY MESSZEIT

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

CROSSTABS

/TABLES=MESSZEIT BY AUSW BY PARTEI

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen -> Hypothese H9

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * beschriebenen Auswirkungen der EU- Entscheidung * Aussendende Partei	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung * Aussendende Partei Kreuztabelle

Aussendende Partei	Messzeitpunkt	Anzahl	beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung					Gesamt
			Auswirkung auf gesamt Österreich	Auswirkung auf explizite Regionen Österreichs	Auswirkung auf alle EU-Länder	Auswirkung global	nicht codierbar	
SPÖ	1994,00	Anzahl	43	6	4	2	1	56
		% innerhalb von Messzeitpunkt	76,8%	10,7%	7,1%	3,6%	1,8%	100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	63,2%	100,0%	18,2%	50,0%	100,0%	55,4%
	2008,00	Anzahl	17	0	6	1	0	24
		% innerhalb von Messzeitpunkt	70,8%	,0%	25,0%	4,2%	,0%	100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	25,0%	,0%	27,3%	25,0%	,0%	23,8%
	2010,00	Anzahl	8	0	12	1	0	21
		% innerhalb von Messzeitpunkt	38,1%	,0%	57,1%	4,8%	,0%	100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	11,8%	,0%	54,5%	25,0%	,0%	20,8%
	Gesamt		Anzahl	68	6	22	4	1
		% innerhalb von Messzeitpunkt	67,3%	5,9%	21,8%	4,0%	1,0%	100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ÖVP	1994,00	Anzahl	20		0	0		20
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%		,0%	,0%		100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	54,1%		,0%	,0%		33,3%
	2008,00	Anzahl	12		9	1		22
		% innerhalb von Messzeitpunkt	54,5%		40,9%	4,5%		100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	32,4%		40,9%	100,0%		36,7%
	2010,00	Anzahl	5		13	0		18
		% innerhalb von Messzeitpunkt	27,8%		72,2%	,0%		100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	13,5%		59,1%	,0%		30,0%
	Gesamt		Anzahl	37		22	1	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	61,7%		36,7%	1,7%		100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%
beide Regierungsparteien	1994,00	Anzahl	1					1
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%					100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	100,0%					100,0%
	Gesamt		Anzahl	1				
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%					100,0%
		% innerhalb von beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung	100,0%					100,0%

Chi-Quadrat-Tests

Aussendende Partei		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
SPÖ	Chi-Quadrat nach Pearson	26,815 ^a	8	,001
	Likelihood-Quotient	28,115	8	,000
	Zusammenhang linear mit-linear	,062	1	,804
	Anzahl der gültigen Fälle	101		
ÖVP	Chi-Quadrat nach Pearson	23,674 ^b	4	,000
	Likelihood-Quotient	30,019	4	,000
	Zusammenhang linear mit-linear	20,080	1	,000
	Anzahl der gültigen Fälle	60		
beide Regierungsparteien	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	1		

a. 10 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,21.

b. 3 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt und beschriebenen Auswirkungen der EU-Entscheidung Konstanten sind.

CROSSTABS

```

/TABLES=WIRKONST BY MESSZEIT BY PARTEI
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
konstruierter Wir-Bezug * Messzeitpunkt * Aussendende Partei	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

konstruierter Wir-Bezug * Messzeitpunkt * Aussendende Partei Kreuztabelle

Aussendende Partei				Messzeitpunkt			Gesamt	
				1994,00	2008,00	2010,00		
SPÖ	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	56	21	17	94	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	59,6%	22,3%	18,1%	100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	87,5%	81,0%	93,1%	
	europäisch	Anzahl	0	3	4	7		
		% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	,0%	42,9%	57,1%	100,0%		
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	12,5%	19,0%	6,9%		
	Gesamt			Anzahl	56	24	21	101
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	55,4%	23,8%	20,8%	100,0%
				% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ÖVP	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	19	18	10	47	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	40,4%	38,3%	21,3%	100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	95,0%	81,8%	55,6%	78,3%	
	europäisch	Anzahl	1	4	8	13		
		% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	7,7%	30,8%	61,5%	100,0%		
		% innerhalb von Messzeitpunkt	5,0%	18,2%	44,4%	21,7%		
	Gesamt			Anzahl	20	22	18	60
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	33,3%	36,7%	30,0%	100,0%
				% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
beide Regierungsparteien	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	1			1	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	100,0%			100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%			100,0%	
	Gesamt			Anzahl	1		1	
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	100,0%		100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%		100,0%		

Chi-Quadrat-Tests

Aussendende Partei		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
SPÖ	Chi-Quadrat nach Pearson	10,104 ^a	2	,006
	Likelihood-Quotient	12,337	2	,002
	Zusammenhang linear mit-linear	9,770	1	,002
	Anzahl der gültigen Fälle	101		
ÖVP	Chi-Quadrat nach Pearson	8,933 ^b	2	,011
	Likelihood-Quotient	9,185	2	,010
	Zusammenhang linear mit-linear	8,439	1	,004
	Anzahl der gültigen Fälle	60		
beide Regierungsparteien	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	1		

a. 3 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,46.

b. 3 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,90.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da konstruierter Wir-Bezug und Messzeitpunkt Konstanten sind.

CROSSTABS

```

/TABLES=QUAL2INFOS BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen -> Hypothese H10 (Beschränkung: Adressat = Parlament)

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt	47	100,0%	0	,0%	47	100,0%

Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt Kreuztabelle

			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	stark ausgeprägt	Anzahl	3	7	2	12
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	25,0%	58,3%	16,7%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,9%	33,3%	10,5%	25,5%
	mittel ausgeprägt	Anzahl	3	9	6	18
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,9%	42,9%	31,6%	38,3%
	schwach ausgeprägt	Anzahl	1	5	10	16
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	6,3%	31,3%	62,5%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,3%	23,8%	52,6%	34,0%
	gar nicht ausgeprägt	Anzahl	0	0	1	1
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	,0%	5,3%	2,1%
Gesamt		Anzahl	7	21	19	47
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	14,9%	44,7%	40,4%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,226 ^a	6	,222
Likelihood-Quotient	8,894	6	,180
Zusammenhang linear mit-linear	7,036	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	47		

a. 7 Zellen (58,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

CROSSTABS

```

/TABLES=QUAL3GEGEN BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Berücksichtigung von Gegenargumenten * Messzeitpunkt	47	100,0%	0	,0%	47	100,0%

Berücksichtigung von Gegenargumenten * Messzeitpunkt Kreuztabelle

			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Berücksichtigung von Gegenargumenten	stark ausgeprägt	Anzahl	1	0	0	1
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,3%	,0%	,0%	2,1%
	mittel ausgeprägt	Anzahl	2	7	10	19
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	10,5%	36,8%	52,6%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	28,6%	33,3%	52,6%	40,4%
	schwach ausgeprägt	Anzahl	3	10	7	20
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	15,0%	50,0%	35,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,9%	47,6%	36,8%	42,6%
	gar nicht ausgeprägt	Anzahl	1	4	2	7
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	14,3%	57,1%	28,6%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,3%	19,0%	10,5%	14,9%
Gesamt	Anzahl	7	21	19	47	
	% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	14,9%	44,7%	40,4%	100,0%	
	% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,680 ^a	6	,263
Likelihood-Quotient	5,768	6	,450
Zusammenhang linear-mit-linear	,158	1	,691
Anzahl der gültigen Fälle	47		

a. 8 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

CROSSTABS

```

/TABLES=QUAL4PROCO BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
    
```

/COUNT ROUND CELL
/BARChart.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ausgewogene Beurteilungen * Messzeitpunkt	47	100,0%	0	,0%	47	100,0%

Ausgewogene Beurteilungen * Messzeitpunkt Kreuztabelle

			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Ausgewogene Beurteilungen	stark ausgeprägt	Anzahl	0	1	0	1
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	4,8%	,0%	2,1%
	mittel ausgeprägt	Anzahl	1	4	7	12
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	8,3%	33,3%	58,3%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	14,3%	19,0%	36,8%	25,5%
	schwach ausgeprägt	Anzahl	4	13	8	25
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	16,0%	52,0%	32,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	57,1%	61,9%	42,1%	53,2%
	gar nicht ausgeprägt	Anzahl	2	3	4	9
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	22,2%	33,3%	44,4%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	28,6%	14,3%	21,1%	19,1%
Gesamt	Anzahl	7	21	19	47	
	% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	14,9%	44,7%	40,4%	100,0%	
	% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,262 ^a	6	,641
Likelihood-Quotient	4,619	6	,594
Zusammenhang linear mit-linear	,608	1	,436
Anzahl der gültigen Fälle	47		

a. 9 Zellen (75,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,15.

CROSSTABS

```

/TABLES=STIL BY MESSZEIT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Stil, Färbung des Textbeitrages * Messzeitpunkt	47	100,0%	0	,0%	47	100,0%

Stil, Färbung des Textbeitrages * Messzeitpunkt Kreuztabelle

			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Stil, Färbung des Textbeitrages	sachlich, rational argumentierend	Anzahl	3	7	6	16
		% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	18,8%	43,8%	37,5%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	42,9%	33,3%	31,6%	34,0%
	(moralisch) wertend	Anzahl	2	6	6	14
		% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	14,3%	42,9%	42,9%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	28,6%	28,6%	31,6%	29,8%
	angreifend, polemisch, beleidigend	Anzahl	0	0	3	3
		% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	,0%	15,8%	6,4%
	diplomatisch, freundlich, respektvoll	Anzahl	2	6	3	11
		% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	18,2%	54,5%	27,3%	100,0%
		% innerhalb von Messzeitpunkt	28,6%	28,6%	15,8%	23,4%
dominant fordernd	Anzahl	0	2	1	3	
	% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	,0%	66,7%	33,3%	100,0%	
	% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	9,5%	5,3%	6,4%	
Gesamt	Anzahl	7	21	19	47	
	% innerhalb von Stil, Färbung des Textbeitrages	14,9%	44,7%	40,4%	100,0%	
	% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,251 ^a	8	,619
Likelihood-Quotient	7,699	8	,463
Zusammenhang linear mit-linear	,004	1	,950
Anzahl der gültigen Fälle	47		

a. 11 Zellen (73,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,45.

```

USE ALL.
COMPUTE filter_$=(HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS = 10 AND ARTAUSS=1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS = 10 AND ARTAUSS=1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
  /TABLES=QUAL1EB BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
    
```

/FORMAT=AVALUE TABLES
 /STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT
 /COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen -> Hypothese H11.1 (Adressat der Auss. = Parlament)

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	13	100,0%	0	,0%	13	100,0%

Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

Hauptakteur der Aussendung			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Kanzler	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	stark ausgeprägt	1	1	0	2
		mittel ausgeprägt	2	0	2	4
		schwach ausgeprägt	1	0	0	1
	Gesamt	4	1	2	7	
Vizekanzler	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	stark ausgeprägt			2	2
		mittel ausgeprägt			1	1
	Gesamt			3	3	
Außenminister	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	stark ausgeprägt	1	1		2
		mittel ausgeprägt	1	0		1
	Gesamt	2	1		3	

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	4,375 ^a	4	,358		
	Likelihood-Quotient	5,062	4	,281		
	Zusammenhang linear-mit-linear	,032	1	,859		
	Anzahl der gültigen Fälle	7				
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .				
	Anzahl der gültigen Fälle	3				
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	,750 ^c	1	,386		
	Kontinuitätskorrektur ^d	,000	1	1,000		
	Likelihood-Quotient	1,046	1	,306		
	Exakter Test nach Fisher				1,000	,667
	Zusammenhang linear-mit-linear	,500	1	,480		
	Anzahl der gültigen Fälle	3				

- a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,14.
 b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt eine Konstante ist
 c. 4 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,33.
 d. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

CROSSTABS

```

/TABLES=QUAL2INFOS BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT
/COUNT ROUND CELL.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	13	100,0%	0	,0%	13	100,0%

Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

Hauptakteur der Aussendung			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Kanzler	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	stark ausgeprägt	2	0	0	2
		mittel ausgeprägt	2	1	0	3
		schwach ausgeprägt	0	0	2	2
	Gesamt	4	1	2	7	
Vizekanzler	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	mittel ausgeprägt			2	2
		schwach ausgeprägt			1	1
	Gesamt			3	3	
Außenminister	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	stark ausgeprägt	1	0		1
		mittel ausgeprägt	0	1		1
		schwach ausgeprägt	1	0		1
	Gesamt	2	1		3	

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	8,167 ^a	4	,086
	Likelihood-Quotient	9,561	4	,049
	Zusammenhang linear-mit-linear	4,421	1	,035
	Anzahl der gültigen Fälle	7		
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	.		
	Anzahl der gültigen Fälle	3		
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	3,000 ^c	2	,223
	Likelihood-Quotient	3,819	2	,148
	Zusammenhang linear-mit-linear	,000	1	1,000
	Anzahl der gültigen Fälle	3		

a. 9 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,29.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt eine Konstante ist

c. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,33.

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=8 AND ARTAUSS=1).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=8 AND ARTAUSS=1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.

FORMAT filter_\$ (f1.0).

FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=QUAL1EB BY MESSZEIT BY HAUPTAKT

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT
 /COUNT ROUND CELL.

Kreuztabellen -> Hypothese H11.2 (Adressat = Bevölkerung)

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Warnungen

Für die Kreuztabelle von Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung wurden keine Zusammenhangsmaße berechnet. Mindestens eine Variable in jeder 2-Wege-Tabelle, aus denen die Zusammenhangsmaße berechnet werden, ist eine Konstante.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	11	100,0%	0	,0%	11	100,0%

Inhaltsebene statt Beziehungsebene * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

			Messzeitpunkt		Gesamt
			1994,00	2008,00	
Hauptakteur der Aussendung					
Kanzler	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	stark ausgeprägt	1		1
		mittel ausgeprägt	7		7
		schwach ausgeprägt	1		1
	Gesamt		9		9
Vizekanzler	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	stark ausgeprägt		1	1
	Gesamt			1	1
Außenminister	Inhaltsebene statt Beziehungsebene	mittel ausgeprägt	1		1
	Gesamt		1		1

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^a . .
	Anzahl der gültigen Fälle	9
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^b . .
	Anzahl der gültigen Fälle	1
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	^b . .
	Anzahl der gültigen Fälle	1

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt eine Konstante ist

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Inhaltsebene statt Beziehungsebene und Messzeitpunkt Konstanten sind.

CROSSTABS

```

/TABLES=QUAL2INFOS BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Warnungen

Für die Kreuztabelle von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung wurden keine Zusammenhangsmaße berechnet. Mindestens eine Variable in jeder 2-Wege-Tabelle, aus denen die Zusammenhangsmaße berechnet werden, ist eine Konstante.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	11	100,0%	0	,0%	11	100,0%

**Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung
Kreuztabelle**

Anzahl

Hauptakteur der Aussendung			Messzeitpunkt		Gesamt
			1994,00	2008,00	
Kanzler	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	stark ausgeprägt	1		1
		mittel ausgeprägt	6		6
		schwach ausgeprägt	2		2
	Gesamt		9		9
Vizekanzler	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	mittel ausgeprägt		1	1
	Gesamt			1	1
Außenminister	Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	schwach ausgeprägt	1		1
	Gesamt		1		1

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	a
	Anzahl der gültigen Fälle	9
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	b
	Anzahl der gültigen Fälle	1
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	b
	Anzahl der gültigen Fälle	1

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt eine Konstante ist

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen und Messzeitpunkt Konstanten sind.

CROSSTABS

```

/TABLES=STIL BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT
/COUNT ROUND CELL.

```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Warnungen

Für die Kreuztabelle von Stil, Färbung des Textbeitrages * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung wurden keine Zusammenhangsmaße berechnet. Mindestens eine Variable in jeder 2-Wege-Tabelle, aus denen die Zusammenhangsmaße berechnet werden, ist eine Konstante.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Stil, Färbung des Textbeitrages * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	11	100,0%	0	,0%	11	100,0%

Stil, Färbung des Textbeitrages * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

			Messzeitpunkt		Gesamt
			1994,00	2008,00	
Hauptakteur der Aussendung					
Kanzler	Stil, Färbung des Textbeitrages	(moralisch) wertend	4		4
		diplomatisch, freundlich, respektvoll	5		5
	Gesamt		9		9
Vizekanzler	Stil, Färbung des Textbeitrages	dominant fordernd		1	1
	Gesamt			1	1
Außenminister	Stil, Färbung des Textbeitrages	(moralisch) wertend	1		1
	Gesamt		1		1

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^a .
	Anzahl der gültigen Fälle	9
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .
	Anzahl der gültigen Fälle	1
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	^b .
	Anzahl der gültigen Fälle	1

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Messzeitpunkt eine Konstante ist

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Stil, Färbung des Textbeitrages und Messzeitpunkt Konstanten sind.

USE ALL.

COMPUTE filter_\$=(HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=8 AND ARTAUSS=1).

VARIABLE LABEL filter_\$ 'HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=8 AND ARTAUSS=1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_\$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_\$ (f1.0).
FILTER BY filter_\$.

EXECUTE.

FREQUENCIES VARIABLES=MESSZEIT

/ORDER=ANALYSIS.

Häufigkeiten

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Statistiken

Messzeitpunkt

N	Gültig	11
	Fehlend	0

Messzeitpunkt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1994,00	10	90,9	90,9	90,9
2008,00	1	9,1	9,1	100,0
Gesamt	11	100,0	100,0	

CROSSTABS

```

/TABLES=BEWEU BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT
/COUNT ROUND CELL.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Warnungen

Für die Kreuztabelle von Bewertung der EU/ des Aspekts * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung wurden keine Zusammenhangsmaße berechnet. Mindestens eine Variable in jeder 2-Wege-Tabelle, aus denen die Zusammenhangsmaße berechnet werden, ist eine Konstante.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Bewertung der EU/ des Aspekts * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	11	100,0%	0	,0%	11	100,0%

Bewertung der EU/ des Aspekts * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

Hauptakteur der Aussendung			Messzeitpunkt		Gesamt
			1994,00	2008,00	
Kanzler	Bewertung der EU/ des Aspekts	befürwortend-konstruktiv	9		9
	Gesamt		9		9
Vizekanzler	Bewertung der EU/ des Aspekts	befürwortend-konstruktiv		1	1
	Gesamt			1	1
Außenminister	Bewertung der EU/ des Aspekts	befürwortend-konstruktiv	1		1
	Gesamt		1		1

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^a .
	Anzahl der gültigen Fälle	9
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^a .
	Anzahl der gültigen Fälle	1
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	^a .
	Anzahl der gültigen Fälle	1

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Bewertung der EU/ des Aspekts und Messzeitpunkt Konstanten sind.

```

USE ALL.
COMPUTE filter_$=(HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=10 AND ARTAUSS=1).
VARIABLE LABEL filter_$ 'HAUPTAKT <= 3 AND ADRESS=10 AND ARTAUSS=1 (FILTER)'.
VALUE LABELS filter_$ 0 'Not Selected' 1 'Selected'.
FORMAT filter_$ (f1.0).
FILTER BY filter_$.
EXECUTE.
CROSSTABS
  /TABLES=BEWEU BY MESSZEIT BY HAUPTAKT
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ
  /CELLS=COUNT
  /COUNT ROUND CELL.
    
```

Kreuztabellen

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Bewertung der EU/ des Aspekts * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung	13	100,0%	0	,0%	13	100,0%

Bewertung der EU/ des Aspekts * Messzeitpunkt * Hauptakteur der Aussendung Kreuztabelle

Anzahl

Hauptakteur der Aussendung			Messzeitpunkt			Gesamt
			1994,00	2008,00	2010,00	
Kanzler	Bewertung der EU/ des Aspekts	neutral-erklärend	0	0	1	1
		befürwortend-konstruktiv	4	1	1	6
	Gesamt		4	1	2	7
Vizekanzler	Bewertung der EU/ des Aspekts	befürwortend-konstruktiv			3	3
	Gesamt				3	3
Außenminister	Bewertung der EU/ des Aspekts	befürwortend-konstruktiv	2	1		3
	Gesamt		2	1		3

Chi-Quadrat-Tests

Hauptakteur der Aussendung		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Kanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	2,917 ^a	2	,233
	Likelihood-Quotient	2,969	2	,227
	Zusammenhang linear-mit-linear	2,132	1	,144
	Anzahl der gültigen Fälle	7		
Vizekanzler	Chi-Quadrat nach Pearson	^b		
	Anzahl der gültigen Fälle	3		
Außenminister	Chi-Quadrat nach Pearson	^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	3		

a. 6 Zellen (100,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,14.

b. Es werden keine Statistiken berechnet, da Bewertung der EU/ des Aspekts und Messzeitpunkt Konstanten sind.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da Bewertung der EU/ des Aspekts eine Konstante ist

FILTER OFF.

USE ALL.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=WIRKONST BY MESSZEIT BY PARTEI

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ
 /CELLS=COUNT ROW COLUMN
 /COUNT ROUND CELL
 /BARChart.

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
konstruierter Wir-Bezug * Messzeitpunkt * Aussendende Partei	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

konstruierter Wir-Bezug * Messzeitpunkt * Aussendende Partei Kreuztabelle

Aussendende Partei				Messzeitpunkt			Gesamt	
				1994,00	2008,00	2010,00		
SPÖ	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	56	21	17	94	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	59,6%	22,3%	18,1%	100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	87,5%	81,0%	93,1%	
	europäisch	Anzahl	0	3	4	7		
		% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	,0%	42,9%	57,1%	100,0%		
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	12,5%	19,0%	6,9%		
	Gesamt			Anzahl	56	24	21	101
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	55,4%	23,8%	20,8%	100,0%
				% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ÖVP	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	19	18	10	47	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	40,4%	38,3%	21,3%	100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	95,0%	81,8%	55,6%	78,3%	
	europäisch	Anzahl	1	4	8	13		
		% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	7,7%	30,8%	61,5%	100,0%		
		% innerhalb von Messzeitpunkt	5,0%	18,2%	44,4%	21,7%		
	Gesamt			Anzahl	20	22	18	60
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	33,3%	36,7%	30,0%	100,0%
				% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
beide Regierungsparteien	konstruierter Wir-Bezug	national	Anzahl	1			1	
			% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	100,0%			100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%			100,0%	
	Gesamt			Anzahl	1		1	
				% innerhalb von konstruierter Wir-Bezug	100,0%		100,0%	
			% innerhalb von Messzeitpunkt	100,0%		100,0%		

Chi-Quadrat-Tests

Aussendende Partei		Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
SPÖ	Chi-Quadrat nach Pearson	10,104 ^a	2	,006
	Likelihood-Quotient	12,337	2	,002
	Zusammenhang linear mit-linear	9,770	1	,002
	Anzahl der gültigen Fälle	101		
ÖVP	Chi-Quadrat nach Pearson	8,933 ^b	2	,011
	Likelihood-Quotient	9,185	2	,010
	Zusammenhang linear mit-linear	8,439	1	,004
	Anzahl der gültigen Fälle	60		
beide Regierungsparteien	Chi-Quadrat nach Pearson	. ^c		
	Anzahl der gültigen Fälle	1		

a. 3 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,46.

b. 3 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,90.

c. Es werden keine Statistiken berechnet, da konstruierter Wir-Bezug und Messzeitpunkt Konstanten sind.

DISPLAY DICTIONARY.

FILTER OFF.

USE ALL.

EXECUTE.

CROSSTABS

/TABLES=MESSZEIT BY QUAL2INFOS

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Kreuztabellen -> Hypothese H12

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen Kreuztabelle

			Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen				Gesamt
			stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	27	34	14	2	77
		% innerhalb von Messzeitpunkt	35,1%	44,2%	18,2%	2,6%	100,0%
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	57,4%	50,7%	31,1%	66,7%	47,5%
	2008,00	Anzahl	14	19	13	0	46
		% innerhalb von Messzeitpunkt	30,4%	41,3%	28,3%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	29,8%	28,4%	28,9%	,0%	28,4%
	2010,00	Anzahl	6	14	18	1	39
		% innerhalb von Messzeitpunkt	15,4%	35,9%	46,2%	2,6%	100,0%
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	12,8%	20,9%	40,0%	33,3%	24,1%
Gesamt		Anzahl	47	67	45	3	162
		% innerhalb von Messzeitpunkt	29,0%	41,4%	27,8%	1,9%	100,0%
		% innerhalb von Ausreichende Anzahl an Einzelinformationen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	12,415 ^a	6	,053
Likelihood-Quotient	13,261	6	,039
Zusammenhang linear mit-linear	8,292	1	,004
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 3 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,72.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY QUAL3GEGEN
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pccr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Berücksichtigung von Gegenargumenten	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Berücksichtigung von Gegenargumenten Kreuztabelle

			Berücksichtigung von Gegenargumenten				Gesamt
			stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	2	35	32	8	77
		% innerhalb von Messzeitpunkt	2,6%	45,5%	41,6%	10,4%	100,0%
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	66,7%	51,5%	43,8%	44,4%	47,5%
	2008,00	Anzahl	1	14	24	7	46
		% innerhalb von Messzeitpunkt	2,2%	30,4%	52,2%	15,2%	100,0%
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	33,3%	20,6%	32,9%	38,9%	28,4%
	2010,00	Anzahl	0	19	17	3	39
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	48,7%	43,6%	7,7%	100,0%
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	,0%	27,9%	23,3%	16,7%	24,1%
Gesamt		Anzahl	3	68	73	18	162
		% innerhalb von Messzeitpunkt	1,9%	42,0%	45,1%	11,1%	100,0%
		% innerhalb von Berücksichtigung von Gegenargumenten	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,972 ^a	6	,547
Likelihood-Quotient	5,755	6	,451
Zusammenhang linear-mit-linear	,066	1	,797
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 4 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,72.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY QUAL4PROCO
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.

```

Kreuztabellen

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Ausgewogene Beurteilungen	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Ausgewogene Beurteilungen Kreuztabelle

			Ausgewogene Beurteilungen				Gesamt
			stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	1	21	33	22	77
		% innerhalb von Messzeitpunkt	1,3%	27,3%	42,9%	28,6%	100,0%
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	50,0%	48,8%	41,8%	57,9%	47,5%
2008,00		Anzahl	1	6	29	10	46
		% innerhalb von Messzeitpunkt	2,2%	13,0%	63,0%	21,7%	100,0%
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	50,0%	14,0%	36,7%	26,3%	28,4%
2010,00		Anzahl	0	16	17	6	39
		% innerhalb von Messzeitpunkt	,0%	41,0%	43,6%	15,4%	100,0%
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	,0%	37,2%	21,5%	15,8%	24,1%
Gesamt		Anzahl	2	43	79	38	162
		% innerhalb von Messzeitpunkt	1,2%	26,5%	48,8%	23,5%	100,0%
		% innerhalb von Ausgewogene Beurteilungen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotisch e Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	11,757 ^a	6	,068
Likelihood-Quotient	12,432	6	,053
Zusammenhang linear- mit-linear	2,097	1	,148
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 3 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,48.

CROSSTABS

```

/TABLES=MESSZEIT BY QUAL5LÖS
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW COLUMN
/COUNT ROUND CELL
/BARCHART.
    
```

Kreuztabellen

[DatenSet1] H:\pcr\Desktop\dipl.sav

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Messzeitpunkt * Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	162	100,0%	0	,0%	162	100,0%

Messzeitpunkt * Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme Kreuztabelle

			Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme				Gesamt
			stark ausgeprägt	mittel ausgeprägt	schwach ausgeprägt	gar nicht ausgeprägt	
Messzeitpunkt	1994,00	Anzahl	5	37	32	3	77
		% innerhalb von Messzeitpunkt	6,5%	48,1%	41,6%	3,9%	100,0%
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	45,5%	43,0%	51,6%	100,0%	47,5%
2008,00	Anzahl	1	24	21	0	46	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	2,2%	52,2%	45,7%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	9,1%	27,9%	33,9%	,0%	28,4%
2010,00	Anzahl	5	25	9	0	39	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	12,8%	64,1%	23,1%	,0%	100,0%
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	45,5%	29,1%	14,5%	,0%	24,1%
Gesamt	Anzahl	11	86	62	3	162	
		% innerhalb von Messzeitpunkt	6,8%	53,1%	38,3%	1,9%	100,0%
		% innerhalb von Lösungsvorschläge für angeworfene Probleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	11,345 ^a	6	,078
Likelihood-Quotient	12,890	6	,045
Zusammenhang linear- mit-linear	5,655	1	,017
Anzahl der gültigen Fälle	162		

a. 5 Zellen (41,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5.
Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,72.

LEBENS LAUF

ANGABEN ZUR PERSON

Name **TINA SCHMORANZ, BAKK. PHIL.**
Adresse **SALZERGASSE 11/ 7, 1090 WIEN**
E-mail **tina.schmoranz@hotmail.com**
Staatsangehörigkeit **Österreich**
Geburtsdatum **23. April 1988**

ARBEITSERFAHRUNG

- seit 10/ 2011 MERA Bildungsholding GmbH
Schottenfeldgasse 59, 1070 Wien
PR & Marketing
- seit 09/ 2011 M-Media – Verein zur Förderung interkultureller Medienarbeit
Franz Josefs-Kai 27/1, 1010 Wien
Ehrenamtliche Online-Journalistin
- seit 12/ 2007 NÖN Niederösterreichische Nachrichten
Brucker Grenzboten
Burgenlandstraße 8, 2460 Bruck an der Leitha
Hauptmitarbeiterin

SCHUL- UND BERUFSBILDUNG

- seit 11/ 2010 Diplomlehrgang „Mediation und Konfliktregelung“
ARGE Bildungsmanagement, 1210 Wien
Abschluss nach dem Bundesmediationsgesetz 2003, voraussichtlich Februar 2012
- seit 10/ 2006 Studium der Politikwissenschaft an der Universität Wien
Schwerpunkte: Europa und Europäische Union, Internationale Politik, Ost- und Mitteleuropa
Abschluss mit Magistra der Philosophie
- 10/ 2006 bis 06/ 2010 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
Schwerpunkte: Printjournalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Medien- und Kommunikationsforschung
Abschluss im Juni 2010 mit dem Titel „Bakkalaurea der Philosophie“
- 06/ 2006 Matura am Bundesrealgymnasium in Bruck an der Leitha
Schwerpunkt: Naturwissenschaften
Matura mit „gutem“ Erfolg; Abschlusszeugnis mit „sehr gutem“ Erfolg

