

FULL PAPER

Zwischen regionalen Konflikten und internationaler Katastrophe Wahlkampfberichterstattung im Rennen um die Staatskanzlei in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg 2011¹

**Between regional conflicts and international catastrophe
Election campaign coverage in striving for the office of the prime
minister in Rhineland-Palatinate and Baden-Württemberg 2011**

Jürgen Wilke & Melanie Leidecker

¹ Die Durchführung der Untersuchung wurde durch finanzielle Unterstützung der FAZIT-Stiftung ermöglicht, wofür wir an dieser Stelle danken möchten.

Kontakt

Univ. Prof. Dr. Jürgen Wilke
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Institut für Publizistik
Jakob-Welder-Weg 12
55128 Mainz
wilke(at)uni-mainz.de

Melanie Leidecker, M.A.
Universität Koblenz-Landau
Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik
Fortstraße 7
76829 Landau
melanie.leidecker(at)uni-mainz.de

Zwischen regionalen Konflikten und internationaler Katastrophe. Wahlkampfberichterstattung im Rennen um die Staatskanzlei in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg 2011

Between regional conflicts and international catastrophe. Election campaign coverage in striving for the office of the prime minister in Rhineland-Palatinate and Baden-Württemberg 2011

Jürgen Wilke & Melanie Leidecker

Zusammenfassung: Die Erforschung von Wahlkämpfen hat in der Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition. Seit der klassischen Erie County-Studie (1940) ist immer wieder untersucht worden, welche Rolle die Massenmedien bei Parlaments- oder Präsidentschaftswahlen gespielt haben. Im Fokus der Studien standen demnach überwiegend Wahlen, die auf nationaler (zunehmend auch auf internationaler) Ebene stattfinden. Erheblich seltener wurde hingegen die Rolle und Berichterstattung der Massenmedien in Landtagswahlkämpfen untersucht. Hier besteht nach wie vor ein Forschungsbedarf, dem mit der hier präsentierten Studie abgeholfen werden soll. Darin wird (anhand der Presse) die Medienberichterstattung zu den Landtagswahlkämpfen in Rheinland-Pfalz und in Baden-Württemberg am 27. März 2011 untersucht. Die Befunde der quantitativen Inhaltsanalyse zeigen neben Ähnlichkeiten deutliche Unterschiede, beispielsweise beim Umfang und den Inhalten der Wahlkampfbeiträge. Beide Wahlkämpfe wurden durch internationale und nationale Ereignisse überschattet (Fukushima, Atomausstieg). Hinzu kamen in den Ländern thematisierte ‚Skandale‘ und der Streit um ‚Stuttgart 21‘. Auch hinsichtlich der Fokussierung der Beiträge auf die Spitzenkandidaten, inklusive ihrer Darstellung in Wort und Bild, sowie vor allem bei den Bewertungen der Kandidaten unterschieden sich die Zeitungen.

Schlagwörter: Landtagswahlen, Wahlkampf, Wahlberichterstattung, politische Kommunikation, quantitative Inhaltsanalyse

Abstract: The analysis of election campaigns is a long-standing tradition in communication science. Since the classic Erie County study (1940) there have been multiple studies on how the mass media cover parliamentary and presidential elections. But the studies primarily focused on elections on the national level (a growing number also on the international level). Considerable less often, by contrast, the role of the mass media in federal state elections has been analyzed in Germany. The study tries to meet this need. The media coverage of two federal election campaigns (Rhineland-Palatinate, Baden-Württemberg) in spring 2011 was analyzed. The results of the quantitative content analysis show clearly, how much two election campaigns of this kind may differ (and the media-coverage on them, too). Besides of some similarities, differences were found concerning the amount, and the

content of the articles. The election campaigns were influenced by international and national topics (Fukushima, Nuclear Energy) and by regional ‘scandals’ and protest movements (‘Stuttgart 21’). Also, the concentration on top candidates, including their images and quotes, showed differences, especially concerning the evaluation of the candidates.

Keywords: Federal state elections, election campaigns, election coverage, political communication, quantitative content analysis

1. Einleitung

Die Erforschung von Wahlkämpfen hat in der Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition. Seit der klassischen Erie County-Studie (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) ist immer wieder untersucht worden, welche Rolle die Medien der Massenkommunikation bei Parlaments- oder Präsidentschaftswahlen gespielt haben. Dabei beschäftigte man sich zumeist mit Wahlen auf der nationalen politischen Ebene. Das gilt gerade für Deutschland, wo die Bundestagswahlen immer im Vordergrund des Interesses standen. „Erheblich seltener“, so hat Christina Holtz-Bacha bereits 1995 festgestellt, „ist bislang die Rolle der Medien in Landtagswahlkämpfen zum Gegenstand von Untersuchungen gemacht worden, Kommunalwahlkämpfe noch seltener“ (1995, S. 35). Das Register von Stefan Dahlems umfassender Bestandsaufnahme der Wahlforschung (2000) enthält zwar zahlreiche Verweise auf Bundestagswahlen, das Schlagwort Landtagswahl kommt darin aber überhaupt nicht vor.¹ Und noch in jüngerer Zeit haben Tenscher und Schmid (2009) in diesem Zusammenhang von „einer Perspektivverengung politischer Kommunikation“ (S. 57) gesprochen, der sie mit ihrer eigenen einschlägigen Studie zu begegnen suchen. So besteht hier nach wie vor ein nicht ausgeschöpfter Forschungsbedarf, dem mit der im Folgenden präsentierten Studie weiter abgeholfen werden soll. In zwei Fällen aus dem Frühjahr 2011 wollen wir (anhand der Presse) die Medienberichterstattung im „Rennen um die Staatskanzlei“ untersuchen, mit dieser Metapher eine Schlagzeile der Ludwigshafener Tageszeitung *Die Rheinpfalz* (26.3.2011) aufgreifend.

2. Landtagswahlen als Forschungsgegenstand der Untersuchung

Holtz-Bachas (1995) zitierte Diagnose des Forschungsstands liegt heute zwar mehr als anderthalb Jahrzehnte zurück, doch hat sich daran inzwischen nur wenig geändert. Zumindest gilt dies für die Zahl tatsächlich publizierter Studien. Selbst in der Politikwissenschaft hat sich das Interesse an Landtagswahlen erst in jüngerer Zeit verstärkt (z. B. Völkl, Schnapp, Holtmann, & Gabriel, 2008). Und wenn, dann wurden Massenmedien lediglich als Quelle genutzt, nicht aber als eigener relevanter Faktor behandelt.

In der Kommunikationswissenschaft waren es zwei Landtagswahlen im Jahr 2000, die erstmals zum Gegenstand mehrerer Forschungsarbeiten wurden. Die

1 Nicht anders ist es in den Vereinigten Staaten. Die „Encyclopedia of Political Communication“ (Kaid & Holtz-Bacha, 2008) enthält im Register zahlreiche Verweise auf „presidential elections“, aber nur einzelne auf „midterm“ oder „gubernatorial elections“.

nordrhein-westfälische wurde vor allem hinsichtlich der ‚Amerikanisierung‘, des Agenda-Setting und Agenda-Building sowie hinsichtlich der Medialisierung untersucht (Sarcinelli & Schatz, 2002). Weitere Studien gingen der Medialisierung sowie der Veränderbarkeit von Kandidatenimages im Landtagswahlkampf nach (Marcinkowski & Nieland, 2002; Klein, Ohr, & Heinrich, 2002). Die schleswig-holsteinische Landtagswahl des gleichen Jahres bot Anlass zu einer empirischen Untersuchung, wie die beiden Spitzenkandidaten Volker Rühle und Heide Simonis wahrgenommen und bewertet wurden (Ohr & Klein, 2001). In einer Kölner Lokalstudie hatte Ohr bei der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 1995 die Informationssuche („Information seeking“) von Wählern untersucht (Ohr & Schrott, 2001). Die hier präsentierte Untersuchung hat einen anderen Ausgangspunkt als alle anderen zuvor erwähnten. Am nächsten steht sie noch der bereits erwähnten Studie von Tenscher und Schmid (2009). Sie untersuchten die Wahlkampfberichterstattung in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und in Sachsen-Anhalt im Frühjahr 2006 und zogen einen Vergleich zu derjenigen bei der Bundestagswahl im Herbst 2005.

Mehr als daran schließen wir aber an Studien an, die zunächst zum Wandel der Berichterstattung über die amerikanischen Präsidentschaftswahlen 1960 bis 1992 (Patterson, 1993) und die Bundestagswahlen von 1949 bis 1998 angestellt wurden (Wilke & Reinemann, 2000). Diese sind stärker von einer analytischen Systematik der Merkmale der Wahlkampfberichterstattung bestimmt und streben nach einer Überprüfung von Annahmen, wie sich diese Merkmale im langfristigen Zeitverlauf unter dem wachsenden Einfluss der Journalisten verändert haben. Entsprechende Untersuchungen wurden auch zu den nachfolgenden jüngeren Bundestagswahlen und außer für die Presse auch für das Fernsehen durchgeführt (Wilke & Reinemann, 2003; Wilke & Reinemann, 2006; Wilke & Leidecker, 2010; Schulz & Zeh, 2010; Schulz, 2010). Im Sinne kumulativer Forschung lag nahe, das Erhebungsinstrument auch noch auf andere Wahlen anzuwenden. Dazu bieten sich Landtagswahlen an, also Wahlen von regionaler Bedeutung.

Warum ist es angebracht, auch die Berichterstattung über solche Wahlen kommunikationswissenschaftlich zu untersuchen? Es gibt dafür mehrere Gründe. Ein erster könnte der Vergleich zu nationalen (Bundestags-)Wahlen sein. Im Prinzip ist die Politik im jeweiligen Bundesland den Bürgern näher, und in manchen Bereichen haben die Länder auch das maßgebliche politische Sagen (z. B. Bildungswesen). Aber dennoch wird der Bundespolitik in der Regel Priorität eingeräumt. Entsprechend gelten Bundestagswahlen als Primär- und Landtagswahlen als Sekundärwahlen. Inwieweit sich dieser Dualismus auch in der journalistischen Berichterstattung niederschlägt, wird im vorliegenden Beitrag allerdings ausgeblendet und an anderer Stelle dargestellt (Wilke & Leidecker, 2013).

Daneben bleiben genügend andere Fragen und theoretische Ansatzpunkte, zumal wenn man zwei Bundesländer miteinander vergleichen will. Besitzen die dortigen Wahlen unterschiedliche politische Bedeutung und unterschiedlichen Nachrichtenwert und wenn ja, weshalb? Was erfahren die Menschen in den jeweiligen Ländern über die Wahlkämpfe und was darüber hinaus die bundesdeutsche Öffentlichkeit? Haben die Wahlkämpfe tatsächlich eine regionale Thematik oder wird diese durch Ereignisse außerhalb der Landesgrenzen überlagert? Die Länder

haben oft unterschiedliche, voneinander und vom Bundestrend abweichende Wahltraditionen, ja unterschiedliche politische Kulturen, die auch in der journalistischen Berichterstattung zum Ausdruck kommen dürften. Inwieweit variieren die Wahlkämpfe durch situative Umstände? Welche Bedeutung hat der Spannungsgehalt einer Landtagswahl und wie wirkt sich dieser auf die Berichterstattung aus? Gibt es übergreifende Trends, beispielsweise die Personalisierung und die Fokussierung auf Spitzenkandidaten auch bei (regionalen) Parlamentswahlen? Besitzen auch Ministerpräsidenten einen Amtsbonus? Medientheoretisch ist von Belang, ob es Unterschiede zwischen der Lokalpresse in verschiedenen Bundesländern gibt und ob diese wiederum von der überregionalen Presse abweicht. In Journalismustheoretischer Hinsicht interessiert, welche Mittel zur Berichterstattung über Landtagswahlen eingesetzt werden und wie die Journalisten die politischen Akteure bewerten. Die letztgenannte Frage hat bereits eine wirkungstheoretische Komponente, nämlich ob und wie die Berichterstattung den Wahlausgang beeinflusst. Weil die Untersuchung der Medienberichterstattung allein darauf keine Antwort geben kann, klammern wir diesen Aspekt hier aber aus, auch wenn diese Untersuchung dazu vielleicht Hypothesen generieren kann.

Die Möglichkeit, zwei Landtagswahlen vergleichend zu untersuchen, wurde anlässlich der gleichzeitig am 27. März 2011 in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg stattfindenden Wahlen genutzt. Dabei kann es hier zunächst nur um eine Querschnitt-, aber noch keine Längsschnittstudie handeln. Im Einzelnen sollten folgende Fragen geklärt werden:

1. Wie sieht die *formale* Gestaltung der Wahlkampfberichterstattung aus?
 - In welchem Umfang berichten Tageszeitungen überhaupt über Landtagswahlen?
 - In welchen Darstellungsformen wird über Landtagswahlkämpfe berichtet?
2. Wie gestalten die Tageszeitungen ihre Wahlkampfberichterstattung *inhaltlich*?
 - Welche Themen und Ereignisse werden in dieser Berichterstattung behandelt?
 - In welchem Umfang kommen darin spezifische Landesthemen und bzw. regionale Ereignisse vor?
 - Wie stark ist der Bezug der Berichterstattung zu den Spitzenkandidaten der Parteien, also denjenigen, die das Amt des Ministerpräsidenten übernehmen wollen?
 - In welchem Umfang werden Fotos zur Visualisierung der Landtagswahlkampf-Berichterstattung und damit zur Personalisierung eingesetzt?
 - Wie ‚authentisch‘ ist die Berichterstattung, d. h. in welchem Umfang werden die Spitzenkandidaten im O-Ton zitiert?
 - Wie werden die Spitzenkandidaten in der Berichterstattung bewertet?

Das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie liegt auf mehreren Ebenen. Zunächst einmal geht es um eine zeitgeschichtliche Fallstudie, in der die Berichterstattung über zwei gleichzeitige Landtagswahlkämpfe in zwei Bundesländern miteinander verglichen werden soll. Gibt es hier Unterschiede systematischer oder situativer Art? Dies kann mit dazu beitragen, Wahlentscheidungen der Wähler und Wahlergebnisse zu erklären, welche die politischen Verhältnisse nicht nur in

diesen Bundesländern selbst betreffen, sondern die sich potentiell auf die Bundesrepublik als Ganzes auswirken. Schließlich soll die Öffentlichkeit und Reichweite von Landtagwahlkämpfen überprüft werden. Beschränkt sich die Landtagswahlkampf-Berichterstattung im Wesentlichen auf das jeweilige Bundesland, in dem der Wahlkampf stattfindet, oder was davon wird auch über dessen Grenzen hinaus vermittelt oder wahrnehmbar? Inwieweit bleiben Landtagswahlen auf regionale Teilöffentlichkeiten beschränkt oder inwieweit strahlen sie zumindest in der Berichterstattung auf die Ländergrenzen übergreifende nationale Gesamtöffentlichkeit aus? Zu diesem Zweck sollen außer Regionalzeitungen auch überregionale Blätter mit in die Untersuchung einbezogen werden.

3. Die Ausgangslage und der Verlauf der Wahlkämpfe

Rheinland-Pfalz (RLP) und Baden-Württemberg (BW) sind zwei benachbarte Bundesländer im Südwesten der Bundesrepublik Deutschland. Doch sie weisen eine unterschiedliche Geschichte und Größe auf. Rheinland-Pfalz nimmt nach der Fläche (19,9 Mio. km²) den achten, nach der Bevölkerung (3,999 Mio.) den sechsten Platz unter den deutschen Bundesländern ein. Die Hauptstadt ist Mainz. Bei Baden-Württemberg handelt es sich sowohl der Fläche (35,8 Mio. km²) als auch der Bevölkerung nach (10,755 Mio.) um das drittgrößte Bundesland. Die Hauptstadt ist Stuttgart. Beide Länder stellen zusammen 18 Prozent der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland (und in etwa diesen Anteil aller Wahlberechtigten).

Trotz mancher Unterschiede in wirtschaftlicher (z. B. Industrialisierungsgrad) und landsmannschaftlicher Hinsicht liegt ein Vergleich zwischen Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg durch die Ähnlichkeit in der politischen Struktur auf der Hand. Laut ihren Verfassungen verstehen sich die Länder als ‚Gliedstaaten‘ der Bundesrepublik Deutschland (RLP: Art. 74, BW: Art 23[2]). In beiden Fällen ist der Landtag die Volksvertretung, die in allgemeinen, gleichen, unmittelbaren, geheimen und freien Wahlen gewählt wird (explizit RLP: Art. 76). Diese Wahlen finden seit 1996 alle fünf Jahre statt. Gewählt wird – wie bei den Bundestagswahlen – in einem Verfahren, das die Persönlichkeitswahl mit den Grundsätzen der Verhältniswahl verbindet (RLP: Art 80, BW: Art. 28[1]). Allerdings haben die Wähler in Baden-Württemberg nur eine Stimme, die in Rheinland-Pfalz zwei, wo einerseits Direktmandate an die gewählten Wahlkreiskandidaten vergeben werden, andererseits Sitze von den Landeslisten den Parteien nach dem jeweiligen Stimmenanteil (Korte, 2010, S. 81-85). Dieser Unterschied im Wahlsystem ist praktisch aber marginal. Die Landtage wählen den Regierungschef, den Ministerpräsidenten. Ähnlich wie die großen Parteien auf Bundesebene vor den Wahlen ihre Kanzlerkandidaten benennen, tun dies die Landesparteien mit ihren Spitzenkandidaten für das Amt des Ministerpräsidenten (Kost, Rellecke, & Weber, 2010).

Die Ausgangslage für die beiden Wahlkämpfe im Jahr 2011 war unterschiedlich. In Rheinland-Pfalz regierten die Sozialdemokraten (SPD) seit 2006 sogar mit absoluter Mehrheit (45,6 %), zuvor schon seit 1991 in einer Koalition mit der FDP. Als Ministerpräsident amtierte Kurt Beck seit 1994 und war (bis zu seinem Rücktritt im Januar 2013) der dienstälteste Regierungschef in der Bundesrepublik. Die CDU,

die das Land von 1949 bis 1991 regiert hatte, unternahm den Versuch, wieder an die Macht zu kommen, mit Julia Klöckner als neuer Spitzenkandidatin. Absehbar war, dass die SPD die absolute Mehrheit in Rheinland-Pfalz einbüßen würde. Doch stand mit den Grünen ein Partner bereit, mit dem die SPD würde weiter regieren können. So geschah es dann auch nach der Wahl, die der SPD Verluste, der CDU und vor allem den Grünen Gewinne bescherte (Gothe, 2011).

In Baden-Württemberg regierten die Christlichen Demokraten (CDU) 2011 bereits seit 49 Jahren, seit 1992 ebenfalls in einer Koalition mit der FDP. 2006 hatte die CDU noch 44, 2 Prozent der Stimmen bekommen, bei der Bundestagswahl 2009 42,5 Prozent. Ministerpräsident war seit 2009 Stefan Mappus, der Günther Oettinger, seinen Vorgänger, aus dem Amt gedrängt hatte. In Baden-Württemberg, wo die Grünen seit langem besonders stark sind, drohte eine Abwahl der regierenden Koalition. Weil SPD und Grüne vor der Wahl im zu erwartenden Stimmenanteil gleichauf lagen, standen Mappus, was ungewöhnlich war, zwei Spitzenkandidaten als Konkurrenten gegenüber, für die SPD Nils Schmid und für die Grünen Winfried Kretschmann. Die politische Situation in Baden-Württemberg war zudem besonders aufgeheizt, weil der schon länger schwelende Streit um den Neubau des Stuttgarter Hauptbahnhofs seit dem Sommer 2010 in einer Bürgerbewegung eskaliert war („Stuttgart 21“) und zu teils gewalttätigen Demonstrationen geführt hatte. Der Versuch, diesen Konflikt bis nach der Landtagswahl im Frühjahr 2011 zu vertagen, misslang der Regierung. In der nicht zuletzt durch verfehlte Kommunikation verfahrenen Situation wurde im Oktober eine Schlichtung unter Vorsitz Heiner Geißlers eingeleitet, die zumindest zu einer Versachlichung führte (Brettschneider, 2011). Tatsächlich erlangten die bisherigen Oppositionsparteien in Baden-Württemberg, Grüne und SPD, am 27. März 2012 dann eine knappe Mehrheit und konnten eine Regierung bilden. Die CDU musste erstmals in die parlamentarische Opposition gehen (Gabriel & Kornelius, 2011).

Die Wahlergebnisse 2011 für beide Bundesländer sind folgender Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 1: Ergebnisse der Landtagswahlen in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg am 27.3.2011

	CDU	SPD	Grüne	FDP	Linke	Sonstige
Rheinland-Pfalz	35,2	35,7	15,4	4,2	3,0	6,4
Baden-Württemberg	39,0	23,1	24,2	5,3	2,8	5,6

Die Umstände des Wahltermins am 27. März 2011 waren in beiden Ländern nicht nur geprägt durch Vorgänge und Probleme, die für diese Länder selbst von Bedeutung waren. Die Wahl wurde vielmehr überschattet durch unerwartete internationale und nationale Ereignisse. Am 11. März 2011 hatte sich vor der japanischen Küste ein Erdbeben ereignet, das nicht nur unmittelbar zehntausende von Toten forderte und unermessliche Sachschäden hinterließ. Das Beben rief eine Flutwelle hervor, die ihrerseits im Kernkraftwerk in Fukushima gravierende Schäden und eine Kernschmelze, also den berüchtigten ‚Super-Gau‘, verursachte. Doch

damit nicht genug, löste das Beben doch, wie die *Badische Zeitung* schrieb „eine politische Kettenreaktion aus“. Die japanischen Ereignisse zogen weltweite Reaktionen nach sich und führten in Deutschland zum Wiederaufleben des heftigen Streits um Nutzen und Gefahren der Kernenergie. Noch im Jahr zuvor hatte die Bundesregierung die Laufzeiten für die Kernkraftwerke erst verlängert. Unter dem Druck der Vorfälle in Japan wurde dann in Deutschland in kürzester Zeit eine Kehrtwende, der Ausstieg aus der Kernenergie, eingeleitet („Energiewende“).

4. Die Anlage der Untersuchung

Für unsere Inhaltsanalyse lag es nahe, regionale Abonnementzeitungen heranzuziehen. Sie sind für die lokale und regionale Berichterstattung noch immer unersetzlich. Jeweils vier solcher Blätter aus beiden Bundesländern wurden daher ausgewählt:

Rheinland-Pfalz:

Allgemeine Zeitung (AZ) (Mainz)

Die Rheinpfalz (RP) (Ludwigshafen)

Rhein-Zeitung (RZ) (Koblenz)

Trierischer Volksfreund (TV) (Trier)

Baden-Württemberg:

Mannheimer Morgen (MM) (Mannheim)

Stuttgarter Nachrichten (StN) (Stuttgart)

Südkurier (SK) (Konstanz)

Badische Zeitung (BZ) (Freiburg)

In Rheinland-Pfalz handelt es sich um vier von fünf noch bestehenden Publizistischen Einheiten, in Baden Württemberg um vier von 17, in beiden Fällen gehören die Titel zu den auflagenstärksten Blättern in ihrem Land. Da alle diese Zeitungen in unterschiedlicher Zahl verschiedene Lokalausgaben produzieren, wurde für die Untersuchung jeweils die (Haupt-)Ausgabe am Erscheinungsort herangezogen. Darüber hinaus wurden die vier üblicherweise in bundesweiten Wahlkampfstudien zugrunde gelegten vier überregional verbreiteten (Qualitäts-)Zeitungen des sogenannten politischen Spektrums einbezogen, nämlich *Frankfurter Rundschau* (links), *Süddeutsche Zeitung* (Mitte-links), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Mitte-rechts) und *Die Welt* (rechts).

Die Inhaltsanalyse erstreckte sich auf die letzten vier Wochen vor den Landtagswahlen, also auf den Zeitraum vom 28. Februar bis 26. März 2011. Berücksichtigt wurden Beiträge und Bilder, die auf der Titelseite, im politischen Teil, auf Kommentar- oder Reportageseiten oder im Ressort Vermischtes veröffentlicht wurden. In den Regionalzeitungen wurden zusätzlich die Lokal- und Regionalseiten berücksichtigt. Nicht codiert wurden die Ressorts Wirtschaft, Sport, Feuilleton, sowie Pressestimmen, Anzeigenteil und Leserbriefspalten. Die Zugriffskriterien für die zu codierenden Beiträge waren bei beiden Landtagswahlkämpfen gleich: Im Falle der regionalen Zeitungen wurde jeweils ein Sample gebildet, in das jeder zweite Artikel aufgenommen wurde. Um zu den absoluten Häufigkeiten zu gelangen, mussten die Werte danach verdoppelt werden. Bei den überregionalen Zeitungen wurden dagegen alle relevanten Artikel ausgewählt, weil zu befürchten war, dass sonst die Basis für die Untersuchung zu knapp ausgefallen wäre. Ausgewählt wurden Artikel, die in Überschrift, Unterzeile, Zwischenüberschrift, Vorspann oder im ersten Text-

absatz mindestens einen der Spitzenkandidaten der Landtagswahlen nannten oder auf den Landtagswahlkampf hinwiesen. Gesondert erfasst wurden die Bilder der Spitzenkandidaten. Das Kategorienschema der Inhaltsanalyse erstreckte sich auf zwei Ebenen: Auf der Beitragsebene wurden formale Aspekte (Umfang und Darstellungsform²) erfasst, zudem inhaltliche Merkmale (zentrales Thema, Kandidatenbezug, Zitierung der Kandidaten³); auf der Aussagenebene vor allem die Kandidatenbewertung⁴. Die Reliabilität der Codierung war sehr gut bis hinreichend (Werte zwischen 1 und 0,72 nach Holsti⁵).

5. Formale Merkmale der Wahlkampfberichterstattung

5.1 Umfang

Der Umfang der Berichterstattung ist ein grundlegender Indikator für die Bedeutung, die die Medien einer Wahl in der Demokratie zuschreiben. So wie auf Bundestagswahlen trifft dies im Prinzip auch auf Landtagswahlen zu (Tab. 2).

- 2 Der Umfang wurde in Beiträgen (Anzahl) und Zeilenanschlügen gemessen. Als Darstellungsformen wurden Nachrichten/Berichte und Dokumentationen (als tatsachenbetonte, überwiegend „neutrale“ Darstellungsformen) sowie Reportagen/Features, Portraits, Interviews/Gespräche, Kommentare/Leitartikel und Glossen (als „persönlich gefärbte“ Darstellungsformen) erfasst.
- 3 Als zentrales Thema wurde der inhaltliche Schwerpunkt des Beitrags erfasst (der häufig schon anhand der Überschrift oder der Texteinleitung bestimmt werden kann). Unter der Kategorie Kandidatenbezug wurde erfasst, ob ein Beitrag einen oder mehrere Spitzenkandidaten explizit erwähnt. Die Kategorie Zitierung erfasst, in welchem Maß die Spitzenkandidaten wörtlich oder indirekt in einem Beitrag zitiert werden (gemessen in Zeilen).
- 4 Die Bewertung der Kandidaten wurde auf einer fünfstufigen Skala von eindeutig positiv bis eindeutig negativ verschlüsselt. Eine positive Bewertung liegt dann vor, wenn einem Kandidaten positive Eigenschaften zugesprochen oder negative Eigenschaften abgesprochen werden. Eine negative Bewertung liegt vor, wenn dem Kandidaten negative Eigenschaften zugesprochen oder positive Eigenschaften abgesprochen werden.
- 5 Die Verwendung des Holsti-Koeffizienten wird in der Kommunikationswissenschaft zum Teil kontrovers diskutiert. Denn ein Nachteil der Holsti-Formel ist, dass sie nicht berücksichtigt, dass die erreichbare Übereinstimmung unter den Codierern *auch* von der Anzahl der Ausprägungen einer Kategorie abhängt. Auch zufällige Übereinstimmungen werden nicht berücksichtigt (Vogelgesang & Scharkow, 2012, S. 338). Daher wurde zusätzlich zum Holsti-Koeffizienten die zufallskorrigierte Reliabilität nach Krippendorff berechnet (Werte zwischen 1 und 0,67). Doch dieses Maß kann bei (dichotomen) Variablen mit schiefer Verteilung oder mangelnder Varianz bei der Codierung schlecht angewendet werden (Vogelgesang & Scharkow, 2012, S. 338). Solche Variablen kommen in der vorliegenden Analyse aber sehr häufig vor. Um auch für diese Variablen Reliabilitätskoeffizienten berechnen und interpretieren zu können, wurde auf die einfache Prozentübereinstimmung nach Holsti zurückgegriffen. Alle Codierer nahmen an dem Reliabilitätstest teil. Als Codierer waren Philipp Buhse, Jacqueline Grünewald, Julius Sandmann und Annika Schäfer an dem Projekt beteiligt. Ihnen möchten wir an dieser Stelle für ihre Mitarbeit danken.

Tabelle 2: Umfang der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (Anzahl der Beiträge und Zeilenanschläge)

Rheinland-Pfalz

	AZ	RP	RZ	TV	Σ	FR	SZ	FAZ	DW	Σ
Anzahl (Anteil) der Beiträge	102 (29%)	74 (21%)	98 (28%)	74 (21%)	348 (100%)	3 (7%)	11 (24%)	21 (47%)	10 (22%)	45 (100%)
Anzahl der Anschläge	303.050	245.208	238.854	175.200	962.312	13.760	41.610	77.634	55.552	188.556

Baden-Württemberg

	MM	StN	BZ	SK	Σ	FR	SZ	FAZ	DW	Σ
Anzahl (Anteil) der Beiträge	134 (21%)	204 (32%)	118 (19%)	174 (28%)	630 (100%)	13 (14%)	20 (21%)	38 (40%)	24 (26%)	94 (100%)
Anzahl der Anschläge	301.888	553.520	333.944	364.490	1.553.842	52.960	94.126	165.528	74.958	387.572

Hinweis: Die Prozentwerte sind gerundet. Sie ergeben daher bei Addition nicht immer 100%.

Wie unsere Befunde zeigen, berichteten die untersuchten Zeitungen in dem vierwöchigen Untersuchungszeitraum wesentlich umfangreicher über den Wahlkampf in Baden-Württemberg als über denjenigen in Rheinland-Pfalz. Das gilt sowohl für die regionalen Abonnementzeitungen als auch für die überregional verbreiteten Blätter. Ganz offensichtlich war der baden-württembergische Wahlkampf der interessantere. Vermutliche Gründe dafür wurden oben schon genannt. Mit (hochgerechnet) 630 Beiträgen berichteten *Mannheimer Morgen*, *Stuttgarter Nachrichten*, *Badische Zeitung* und *Südkurier* fast doppelt so häufig (1,8) über den Wahlkampf im eigenen Bundesland wie die *Allgemeine Zeitung*, die *Rheinpfalz*, die *Rhein-Zeitung* und der *Trierische Volksfreund* (348 Beiträge) in dem ihrigen. Der Unterschied bestätigt sich auch, wenn man den Umfang in der Anzahl der Zeilenanschläge misst, also die effektive Länge der Beiträge betrachtet⁶ (1 553 842 vs. 962 312). Allerdings ist der Vorsprung der Zeitungen in Baden-Württemberg dann nicht mehr ganz so groß (noch das 1,6 fache). Im Durchschnitt waren die Beiträge in Rheinland-Pfalz also etwas länger als die in Baden-Württemberg (2 765 vs. 2 466 Anschläge). Bedingt ist dies dort durch eine größere Zahl kurzer Beiträge (insbesondere in den *Stuttgarter Nachrichten*). Knapp ein Viertel von ihnen war unter 25 Zeilen lang (in RLP machten diese nur 16 % aller Beiträge aus). Die meisten Wahlkampfbeiträge (und auch Zeilenanschläge) in Rheinland-Pfalz brachte die *Allgemeine Zeitung* (Mainz), die wenigsten der *Trierische Volksfreund*.⁷ Die unterschiedliche Intensität der Wahlkampfberichterstattung kann durch äußere Umstände bedingt sein (Platz, verfügbare

6 Damit lassen sich auch Unterschiede in den Zeitungsformaten egalisieren.

7 Der Befund für den *Trierischen Volksfreund* wird dadurch etwas relativiert, da diese Zeitung eine eigene Wahlkampfbeilage veröffentlichte, die aufgrund der Aufgreifkriterien von der Inhaltsanalyse ausgeschlossen war.

Seitenzahl), durch die Konkurrenz anderer Ereignisse, aber auch durch innerredaktionelle Präferenzen wie journalistische Entscheidungen und politische Orientierungen.

Deutlich wird, dass Landtagswahlberichterstattung erwartungsgemäß vor allem eine Sache der Regionalpresse ist. Die überregional verbreiteten Zeitungen brachten dazu jedenfalls viel weniger Beiträge: 45 über Rheinland-Pfalz, 94 über Baden-Württemberg. Diese Beiträge machen 13 Prozent bzw. 15 Prozent der Artikelmenge bei den Regionalzeitungen aus. Allerdings sind die Beiträge in der *Frankfurter Rundschau*, der *Süddeutschen Zeitung*, der *Frankfurter Allgemeinen* und der *Welt* durchschnittlich etwas länger (rund 4 100 Anschläge). Am umfangreichsten berichtete von diesen Zeitungen die *FAZ* über die Landtagswahlkämpfe (21 bzw. 37 Beiträge), gefolgt von der *SZ* (elf bzw. 20) und der *Welt* (zehn bzw. 24). Nur vergleichsweise wenig tat dies die *Frankfurter Rundschau* (drei bzw. 13 Beiträge), die ohnehin nur mit Einschränkung als überregional angesehen werden kann.

5.2 Darstellungsformen

Wahlkampfberichterstattung ist primär eine Sache der Information. Das lässt sich vor allem an den verwendeten Darstellungsformen ablesen (Tab. 3).

Tabelle 3: Darstellungsformen der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (in %)

Rheinland-Pfalz

	AZ	RP	RZ	TV	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Nachricht/ Bericht	69	68	86	70	73	67	82	81	70	75
Reportage/ Feature	4	5	2	5	4	-	9	-	20	7
Interviews	2	11	4	5	6	-	-	-	-	-
Porträt	14	8	2	8	8	-	-	10	-	3
Kommentar	6	3	2	6	6	33	9	-	-	11
Sonstiges	6	6	4	-	4	-	-	10	10	5
Summe (n)	101 (102)	101 (74)	100 (98)	99 (74)	101 (348)	100 (3)	100 (11)	101 (21)	100 (10)	101 (45)

Baden-Württemberg

	MM	StN	BZ	SK	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Nachricht/ Bericht	82	71	76	56	71	69	80	68	63	70
Reportage/ Feature	-	1	3	2	2	8	5	5	4	6
Interviews	-	5	5	4	4	-	-	3	-	x
Porträt	9	1	2	5	4	15	-	8	4	7
Kommentar	6	11	9	12	10	8	15	5	13	10
Sonstiges	3	11	5	21	10	-	-	11	17	7
Summe (n)	100 (134)	100 (204)	100 (118)	100 (174)	101 (630)	100 (13)	100 (20)	100 (38)	101 (24)	100 (94)

Hinweis: „x“ steht für Werte > 0, jedoch < 1

Nachrichten und Berichte machten in den untersuchten Tageszeitungen den Löwenanteil der Wahlkampfberichterstattung aus. Gut 70 Prozent der Artikel entfallen im Durchschnitt aller acht Tageszeitungen auf diese Formen. Dieser Wert fällt deutlich höher aus, als in der Presseberichterstattung über Bundestagswahlen (2009: 42 %) (Wilke & Leidecker, 2010, S. 346). Reportagen/Features machen bei Landtagswahlen zwei bis sieben Prozent, Kommentare sechs bis elf Prozent der Artikel aus. Im Einzelnen lassen sich auch hier tendenzielle Unterschiede feststellen. In Rheinland-Pfalz hatte die *Rhein-Zeitung* (86 %), in Baden-Württemberg der *Mannheimer Morgen* (82 %) den höchsten Anteil an Nachrichten und Berichten unter den Regionalzeitungen. Deutlich ist der höhere Anteil der Kommentare in den baden-württembergischen Zeitungen (10 % vs. 6 %), während in den rheinland-pfälzischen der Anteil der Porträts größer war (8 % vs. 4 %). Dass die vier überregionalen Blätter im Durchschnitt einen höheren Nachrichten-/Berichtsanteil der Landtagswahl in Rheinland-Pfalz als in Baden-Württemberg widmeten, ist vor allem durch *FAZ* und *Welt* bedingt. Eigens kommentiert wurde die rheinland-pfälzische Wahl von diesen Zeitungen so gut wie gar nicht. Deutlich mehr taten sie dies für Baden-Württemberg. Wenn also die letztgenannte Wahl in beiden Zeitungstypen mehr kommentiert wurde als die im Nachbarland, so spricht auch dies wieder für die ihr eigene größere Brisanz. Die unterschiedliche ‚Nähe‘ der Zeitungen zum konkreten Wahlkampfgeschehen schlägt sich auch darin nieder, dass die Regionalblätter mehr Interviews und Porträts veröffentlichten als die überregionalen Zeitungen.

6. Inhaltliche Merkmale

6.1 Themen

Eine zentrale Frage unserer Untersuchung ist die nach den Themen, die in der Berichterstattung über die Landtagswahlkämpfe vorkamen. Von diesen ist anzunehmen, dass sie letztlich für die Wahlentscheidungen der Bürger mit entscheidend sind. Und zudem ist von Interesse, inwieweit diese Themen überhaupt landesspezifische Belange betreffen. In der Inhaltsanalyse wurde für jeden Artikel das zentrale Thema anhand einer detaillierten Liste verschlüsselt. Das Ergebnis zeigt Tabelle 4.

Tabelle 4: Themen in der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (in %)

Rheinland-Pfalz

Themen	AZ	RP	RZ	TV	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Wahl/Wahlkampf	43	60	53	62	55	33	36	43	50	41
Atomausstieg	6	8	4	8	7	33	-	19	10	16
Parteipolitik	4	5	6	8	6	-	36	19	20	19
Umfrage-Ergebnisse	10	-	4	3	4	-	-	-	-	-
Verkehrspolitik („Stuttgart 21“)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politiker allgemein	8	-	2	-	3	-	-	-	-	-
Soziales/Sozialpolitik	4	-	-	3	2	-	9	-	-	2
Innenpolitik Bundesland	2	3	-	3	2	-	-	-	-	-
Wahlkampf BW	4	-	2	-	2	-	-	5	-	1
Schulwesen	4	-	2	-	2	-	-	-	-	-
Atomkatastrophe Japan	-	3	6	-	2	-	-	-	-	-
Wirtschaft/Finanzen	4	-	2	-	2	-	-	-	-	-
Außenpolitik	-	-	-	5	1	-	-	-	-	-
Kultur/Bildung	4	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Umwelt	-	3	-	-	x	33	-	-	10	11
Keine/sonstige Themen	7	18	21	8	14	1	19	14	10	11
Summe (n)	100 (102)	100 (74)	102 (98)	100 (74)	103 (348)	100 (3)	100 (11)	100 (21)	100 (10)	101 (45)

Baden-Württemberg

Themen	MM	StN	BZ	SK	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Wahl/Wahlkampf	51	51	58	64	56	54	50	34	54	48
Atomausstieg	6	8	10	7	8	23	15	19	13	18
Parteipolitik	5	8	5	8	7	-	-	14	17	8
Umfrage-Ergebnisse	5	6	5	6	6	-	5	3	4	3
Verkehrspolitik („Stuttgart 21“)	2	5	3	2	3	8	5	8	8	7
Politiker allgemein	2	7	-	2	3	-	-	-	-	-
Soziales/Sozialpolitik	-	-	-	2	x	-	-	-	-	-
Innenpolitik Bundesland	3	3	3	-	2	-	-	-	-	-
Wahlkampf RLP	-	-	-	-	-	-	-	3	-	x
Schulwesen	5	1	-	-	2	-	-	-	-	-
Atomkatastrophe Japan	3	-	-	1	1	-	-	-	-	-
Wirtschaft/Finanzen	-	1	-	-	x	-	-	-	-	-
Außenpolitik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kultur/Bildung	2	-	-	2	1	-	-	-	-	-
Umwelt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine/sonstige Themen	18	11	15	6	13	15	20	18	4	14
Summe (n)	102 (134)	101 (204)	99 (118)	100 (174)	102 (630)	100 (13)	100 (20)	100 (38)	100 (24)	100 (94)

Hinweis: „x“ steht für Werte > 0, jedoch < 1

In durchschnittlich gut der Hälfte der Artikel der Regionalzeitungen beider Bundesländer standen die Wahl und der Wahlkampf (im eigenen Bundesland) selbst im Vordergrund, in den überregionalen Blättern war dies in etwas geringerem Ausmaß der Fall. Im Einzelnen gab es zwischen den Zeitungen aber Unterschiede. In Rheinland-Pfalz berichteten die *Allgemeine Zeitung* (Mainz) und die *Rhein-Zeitung* (Koblenz) weniger über den eigenen Landtagswahlkampf als *Die Rheinpfalz* (Ludwigshafen) und der *Trierische Volksfreund*. Dafür war das Themenspektrum bei den erstgenannten Blättern größer als bei den letztgenannten. In Baden-Württemberg berichteten *Mannheimer Morgen* und *Stuttgarter Nachrichten* weniger über den Wahlkampf im eigenen Land als *Badische Zeitung* und (vor allem) der *Südkurier*, der allerdings trotz des starken Wahlkampfbezugs ein brei-

tes Themenspektrum abdeckte. Auffälligerweise berichteten insbesondere die Regionalzeitungen in Baden-Württemberg so gut wie ausschließlich über den baden-württembergischen Wahlkampf, während sie den gleichzeitig stattfindenden Wahlkampf in Rheinland-Pfalz nicht erwähnten. Dies spricht für regionale Grenzen der ‚Öffentlichkeit‘, denn über den rheinland-pfälzischen Wahlkampf erfuhren die Leser der baden-württembergischen Tagespresse praktisch nichts. Sie müssten, wenn sie dies wollten, dazu andere, und zwar überregionale Medien nutzen. Etwas anders war es in Rheinland-Pfalz, wo die baden-württembergische Landtagswahl durchaus vorkam (was vermutlich auf den wahrgenommenen Spannungsgehalt dieser Wahl zurückzuführen ist).

Bemerkenswert ist auch, dass neben dem Wahlkampf selbst der Atomausstieg in den regionalen Tageszeitungen das wichtigste Thema der beiden Landtagswahlen war. Damit schlug die oben bereits eigens erwähnte aktuelle politische Situation, die durch den Reaktorunfall in Fukushima bedingt war, zum Zeitpunkt der Landtagswahlen durch. Die Atomkatastrophe dortselbst kam zudem noch gesondert vor. Beherrschend war damit ein fremdverursachtes Thema. Entsprechende Schlagzeilen lauteten: „Landtagswahlen im Schatten internationaler Katastrophen“ (*Trierrischer Volksfreund*, 26.3.2011), „Wahlkampf mit der Katastrophe“ (*Mannheimer Morgen*, 15.3.2011), „Störfall in der Schlussphase“ (*Südkurier*, 14.3.2011), „Merksels Wahlkampf in Zeiten der Katastrophe“ (*Südkurier*, 17.3.2011). Während in Rheinland-Pfalz selbst gar kein Atomkraftwerk vorhanden ist, war Baden-Württemberg aufgrund seiner Atomkraftwerke in Philippsburg und Neckarwestheim direkt betroffen. Ministerpräsident Mappus musste sich jedenfalls der von der Bundesregierung umgehend eingeleiteten Wende in der Atompolitik anschließen. Parteipolitik und Umfrageergebnisse waren in den Regionalzeitungen der beiden Bundesländer die nächstwichtigsten Themen, wobei es jeweils gewisse Schwankungen zwischen den einzelnen Zeitungstiteln gibt. Deutlich ist vor allem das höhere Gewicht von Artikeln zu Umfrageergebnissen in Baden-Württemberg. Auch dies spricht wieder dafür, dass das Rennen um die Stuttgarter Staatskanzlei (Staatsministerium) offener und spannender war als das um die in Mainz.

An fünfter Stelle der Themen folgte in Baden-Württembergs Tageszeitungen die Verkehrspolitik, womit vor allem der Streit um den Stuttgarter Hauptbahnhof (‚Stuttgart 21‘) gemeint ist (der in der rheinland-pfälzischen Landtagswahl-Berichterstattung kein Thema war). Unsere Erhebung macht selbstverständlich nicht den Gesamtumfang des Themas ‚Stuttgart 21‘ sichtbar, sondern nur soweit dieses in Wahlkampfartikeln zentral war (s. u.). Dennoch ist der Anteil bemerkenswert, und zwar wenn man ihn in Relation zu etwas anderem setzt: Auffällig ist, dass andere in Landtagswahlen zu erwartende wichtige Themen unterrepräsentiert erscheinen: Sozialpolitik, Wirtschaft/Finanzen, Innenpolitik, vor allem auch Schulwesen sowie Kultur/Bildung und Umwelt. Gerade den letztgenannten beiden Themen hätte eigentlich wegen der landespolitischen Kompetenzen eine größere Bedeutung zukommen müssen (was auch immer wieder gefordert wird). Diese wurde im Frühjahr 2011 offenbar durch die aktuelle politische Thematik verdeckt. Das gilt *mutatis mutandis* für die Landtagswahlkämpfe in beiden Bundesländern.

Das thematische Spektrum der Berichterstattung über die Landtagswahlkämpfe war in den überregionalen Tageszeitungen schon wegen der weit geringeren

Zahl an einschlägigen Beiträgen viel enger. Zudem traten hier die aktuell bedingten Themen noch weit stärker in den Vordergrund. Die Wahl und die Wahlkämpfe selbst standen etwas weniger im Zentrum, dafür viel stärker der Atomausstieg, für Rheinland-Pfalz in 16 Prozent der Wahlkampfartikel, für Baden-Württemberg in 18 Prozent. Viel stärker hoben die vier überregionalen Zeitungen auch die Parteipolitik als Thema hervor, d. h. insbesondere die innerparteilichen Auseinandersetzungen. Das wiederum beschäftigte die Zeitungen (vor allem die *Süddeutsche Zeitung*) mehr in Rheinland-Pfalz als in Baden-Württemberg. Relativ häufiger als in der Regionalpresse war bei den überregionalen Blättern die Verkehrspolitik („Stuttgart 21“) ein zentrales Thema. Zuletzt bestätigt sich der unterschiedliche Spannungsgehalt der Landtagswahlen auch darin, dass die überregionalen Tageszeitungen wiederholt über Umfrageergebnisse zur Wahl in Baden-Württemberg berichteten, nicht aber (oder so gut wie gar nicht) in Rheinland-Pfalz.

Darüber hinaus wurde versucht, noch etwas genauer umstrittene Themen in den Landtagswahlkämpfen zu erfassen. In Rheinland-Pfalz boten sich dazu Vorgänge an, die seit längerem die Parteien und die Öffentlichkeit im Lande beschäftigten und als ‚Skandale‘ gehandelt wurden. Dies betraf insbesondere die SPD-Regierung, der bei dem Ausbau des Areals um den Nürburgring zu einem Freizeitpark finanzielle Fehlentscheidungen und Verluste unterlaufen waren. Hinzu kam die problematische Förderung eines Schlosshotels in der Nähe des Wohnsitzes des Ministerpräsidenten. In der Tat wurden diese ‚Skandale‘ in fast jedem zehnten Beitrag der Wahlkampfberichterstattung in Rheinland-Pfalz erwähnt. Darüber hinaus wurde in einem weiteren Zehntel der Beiträge sowohl auf einen SPD- als auch auf CDU-‚Skandale‘ hingewiesen. Zu letzteren gehörten die Veruntreuung von Parteispenden sowie die versuchte Ausspähung von Kurt Beck durch einen CDU-Landtagsabgeordneten. Aktuell hinzu kam die Plagiats-Affäre um den Bundesverteidigungsminister Guttenberg (CSU). Die CDU-‚Skandale‘ wurden für sich genommen allerdings weit weniger erwähnt (2 %) als die der SPD. Den stärksten ‚Skandal‘-Bezug hatten in den Regionalzeitungen die Koblenzer *Rhein-Zeitung* (25 %) und die Mainzer *Allgemeine Zeitung* (22 %) in ihren Beiträgen, einer geringeren *Die Rheinpfalz* und der *Trierische Volksfreund* (mit je 16 %).

Anders war die Lage in Baden-Württemberg. Hier gab es weniger skandalträchtige Anlässe als im Nachbarland, doch wurde immerhin in 28 Wahlkampfbeiträgen die Guttenberg-Affäre angesprochen (in Rheinland-Pfalz waren es nur vier Artikel). Umso wichtiger war in Baden-Württemberg die schon in der Themenrangfolge aufgetretene Protestbewegung ‚Stuttgart 21‘. Zwar bildete diese nur in wenigen Wahlkampfbeiträgen das zentrale Thema, in einigen anderen wurden der Konflikt und die stattfindenden Demonstrationen zumindest erwähnt. Überwiegend kamen der Protest und die Aktivitäten der Gegner des Stuttgarter Bahnprojekts zu Wort (12 % der Beiträge), nur selten diejenigen von Befürwortern (1 %) und nicht viel mehr beide Seiten zugleich (3 %). Eine journalistische Bevorzugung der Gegner lässt sich danach kaum bestreiten. Den größten Überhang der Erwähnung von Protesten und Gegnern von ‚Stuttgart 21‘ gab es bei den *Stuttgarter Nachrichten* (17 %), den geringsten beim *Mannheimer Morgen* (5 %). Etwas ausgewogener waren die überregionalen Tageszeitungen in ihrer Berichterstattung über ‚Stuttgart 21‘, und zwar wegen eines höheren Anteils, in dem neben

Gegnern auch Befürworter des Projekts vorkamen. Anders als bei Bundestagswahlen waren die TV-Duelle der Spitzenkandidaten in den Landtagswahlkämpfen in den Zeitungen nur ein Randthema. Telepräsenz ist auf Landesebene offenkundig von geringerer Bedeutung als auf Bundesebene.

6.2 Kandidatenbezug und Personalisierung.

Dem Faktor der Personalisierung wird in modernen Wahlkämpfen eine zunehmende Bedeutung zugemessen. Wie stark die Presseberichterstattung über die beiden Landtagswahlen personalisiert ist, wurde anhand eines in der Personalisierungsforschung gängigen Indikators überprüft (Maier & Adam, 2010): Es wurde ermittelt, wie stark sich die Berichterstattung auf die jeweiligen Spitzenkandidaten fokussierte (auf Kosten der Themen bzw. ‚issues‘). In diesem Zusammenhang haben wir zunächst den Anteil der Beiträge ermittelt, in denen mindestens einer der Kandidaten für das Amt des Ministerpräsidenten erwähnt wurde. Im Falle der rheinland-pfälzischen Wahl waren dies Amtsinhaber Kurt Beck (SPD) und seine Herausforderin Julia Klöckner (CDU). In Baden-Württemberg, wo mit einem etwa gleich starken Stimmenanteil der beiden Oppositionsparteien zu rechnen war, traten mithin zwei Herausforderer als Spitzenkandidaten gegen den amtierenden Stefan Mappus (CDU) an: Nils Schmid (SPD) und Winfried Kretschmann (Die Grünen).

Insgesamt enthielt die Berichterstattung über die Landtagswahl in Rheinland-Pfalz im Durchschnitt mehr Beiträge, die auf mindestens einen der beiden Spitzenkandidaten verwiesen, als die über die Landtagswahl in Baden-Württemberg – und das, obwohl hier drei Politiker als Spitzenkandidaten antraten (Tab. 5).

Tabelle 5: Landtagswahlkampf-Beiträge mit Kandidatenbezug (in %)

Rheinland-Pfalz

AZ (n=102)	RP (n=74)	RZ (n=98)	TV (n=74)	Ø (n=348)	FR (n=3)	SZ (n=11)	FAZ (n=21)	DW (n=10)	Ø (n=45)
49	54	76	41	55	100	82	67	70	83

Baden-Württemberg

MM (n=134)	StN (n=204)	BZ (n=118)	SK (n=174)	Ø (n=630)	FR (n=13)	SZ (n=20)	FAZ (n=38)	DW (n=24)	Ø (n=94)
39	54	39	46	45	85	90	66	58	75

Erklären lässt sich die stärkere Kandidatenfokussierung im rheinland-pfälzischen Wahlkampf allein schon durch die geringere Beitragszahl, vor allem aber dadurch, dass die Kampagne in Baden-Württemberg stärker von gesellschaftlich kontrovers diskutierten Themen beherrscht war. Dazu zählten vornehmlich der Atomausstieg

und das umstrittene Bauprojekt ‚Stuttgart 21‘. Auch hinsichtlich der journalistischen Darstellungsformen unterscheidet sich die Berichterstattung über beide Wahlen. Die rheinland-pfälzischen Zeitungen veröffentlichten deutlich mehr Porträts und Interviews mit den Kandidaten, was den höheren Kandidatenbezug der Wahlkampfbeiträge mit ausmacht. Noch stärker als die Berichterstattung der Regionalzeitungen sind jedoch die Beiträge der überregionalen Zeitungen (zu beiden Wahlkämpfen) personalisiert. Den höchsten Anteil an Beiträgen mit Kandidatenbezug weisen in beiden Fällen die *Frankfurter Rundschau* und die *Süddeutsche Zeitung* auf (aber es gab nur drei Artikel der *FR* zur Wahl in Rheinland-Pfalz). Unter den Regionalzeitungen sind es zum einen die *Rhein-Zeitung* und zum anderen die *Stuttgarter Nachrichten*, die die höchsten Anteile an Beiträgen aufwiesen, in denen mindestens ein Spitzenkandidat erwähnt wurde (76 % bzw. 54 % der Beiträge).

Welche Spitzenkandidaten standen besonders im Vordergrund der Presseberichterstattung?

Zahlreiche deutsche Studien (Schneider, Schönbach, & Semetko, 1999; Schulz & Zeh, 2010; Wilke & Leidecker, 2010) haben bei Bundestagswahlkämpfen festgestellt, dass der/die amtierende Bundeskanzler/in einen Aufmerksamkeitsbonus, den sogenannten ‚Kanzlerbonus‘, genießt (Wilke & Reinemann, 2000, S. 101).⁸ Ob ein entsprechender ‚Amtsinhaberbonus‘ auch in der Berichterstattung über Landtagswahlen auftritt, ist eine offene Frage. Eine Antwort darauf gibt Tabelle 6:

Tabelle 6: Beiträge mit Kandidatenbezug in der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (absolute Häufigkeiten)

Rheinland-Pfalz

	AZ (n=102)	RP (n=74)	RZ (n=98)	TV (n=74)	Ø (n=348)	FR (n=3)	SZ (n=11)	FAZ (n=21)	DW (n=10)	Ø (n=45)
Kein Kandidatenbezug	52	34	24	44	38,5	-	2	7	3	3
Bezug zu Beck	16	20	20	8	16	1	7	2	2	3
Bezug zu Klöckner	4	2	12	6	6	-	-	-	1	0,25
Bezug zu Beck und Klöckner	30	18	42	16	26,5	2	2	12	4	5

⁸ Über positive oder negative Beurteilungen der Kandidaten ist damit jedoch noch keine Aussage getroffen (siehe Kapitel 6.5).

Baden-Württemberg

	MM (n=134)	StN (n=204)	BZ (n=118)	SK (n=174)	Ø (n=630)	FR (n=13)	SZ (n=20)	FAZ (n=38)	DW (n=24)	Ø (n=94)
Kein Kandidatenbezug	82	94	72	94	85,5	2	2	13	10	6,75
Bezug zu Mappus	20	42	20	34	29	4	7	15	7	8,25
Bezug zu Schmid	4	8	6	12	7,5	1	1	-	1	0,75
Bezug zu Kretschmann	10	14	2	4	7,5	-	1	1	-	0,5
Bezug zu Mappus und Schmid	4	6	4	8	5,5	2	3	3	-	2
Bezug zu Mappus und Kretschmann	6	10	2	4	5,5	-	2	4	2	2
Bezug zu Schmid und Kretschmann	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-
Bezug zu Mappus, Schmid und Kretschmann	6	28	12	18	16	4	4	2	4	3,5

Ein deutlicher ‚Amtsinhaberbonus‘ ist tatsächlich sowohl in der überregionalen als auch in der regionalen Berichterstattung über beide Landtagswahlkämpfe erkennbar. Die rheinland-pfälzischen Zeitungen veröffentlichten fast dreimal so viele Beiträge, in denen (ausschließlich) Kurt Beck (SPD) erwähnt wurde, wie Beiträge mit einem exklusiven Bezug zu seiner Herausforderin Julia Klöckner (CDU). Allerdings waren die Beiträge, in denen beide Kandidaten vorkamen, häufiger als die mit exklusivem Bezug. Deutlicher noch fällt der Amtsbonus in Baden-Württemberg aus. Stefan Mappus wurde in den Beiträgen der baden-württembergischen Regionalzeitungen knapp viermal häufiger erwähnt als seine Herausforderer Nils Schmid und Winfried Kretschmann (was, wie sich noch zeigen wird, nicht unbedingt ein Vorteil sein muss). Besonders krass jedoch war die unterschiedlich starke Berichterstattung über Amtsinhaber und Herausforderer in den überregionalen Qualitätszeitungen: Während ein einziger Artikel (aus der *Welt*) exklusiv über Julia Klöckner berichtete, bezogen sich zwölf Beiträge ausschließlich auf Kurt Beck. Auch die Berichterstattung über den Wahlkampf in Baden-Württemberg enthielt gut elfmal mehr exklusive Beiträge über Stefan Mappus als über

seine beiden Herausforderer. Am stärksten fällt die Differenz zwischen Mappus und seinen Herausforderern bei der FAZ auf – über Beck berichtete die *Süddeutsche Zeitung* am häufigsten. Die stärkere Beachtung Becks (SPD) in der SZ und Mappus‘ (CDU) in der FAZ könnte durch die redaktionellen Linien der beiden Zeitungen (Mitte-rechts vs. Mitte-links) bedingt sein, ohne dass dies schon etwas Positives bedeuten muss. Unter den Regionalzeitungen fallen insbesondere die *Stuttgarter Nachrichten* auf, die am häufigsten (exklusiv) über Mappus berichteten, sowie der *Trierische Volksfreund*, der beide Kandidaten in Rheinland-Pfalz etwa gleichermaßen in Wahlkampfartikeln erwähnte.

Beide Wahlkämpfe unterschieden sich in der Berichterstattung dadurch, dass die Zeitungen in Rheinland-Pfalz mehr Beiträge veröffentlichten, in denen beide Kandidaten erwähnt wurden, als Beiträge, die sich lediglich auf den Amtsinhaber bezogen. In Baden-Württemberg war dies anders: Etwa doppelt so viele Beiträge konzentrierten sich ausschließlich auf Stefan Mappus wie auf alle drei Spitzenkandidaten zusammen. Dies mag auf Mappus‘ Persönlichkeit zurückzuführen sein, die nicht selten als ‚polarisierend‘ wirkte. So war beispielsweise bereits im Februar 2010 in einem Artikel der *Stuttgarter Zeitung* über ihn zu lesen: „Da gibt es einerseits vehemente Kritiker, auch in der eigenen Partei, die sehr grundsätzliche Vorbehalte gegen ihn hegen, da gibt es andererseits treue Anhänger, die ihm eine bedingungslose Bewunderung entgegenbringen – und dazwischen fast nichts. Kalt lässt Mappus niemanden.“ (Müller, 8. Februar 2010)

6.3 Bebilderung

Eine personalisierte Wahlkampfberichterstattung zeichnet sich u. a. durch eine hohe Anzahl publizierter Bilder der Spitzenkandidaten aus. Je häufiger die Kandidaten im Bild zu sehen sind, umso eher rückt ihr Erscheinen als Persönlichkeit in den Vordergrund. Wie häufig die von uns analysierten Zeitungen die Spitzenkandidaten beider Landtagswahlen im Bild zeigten, wird aus Tabelle 7 ersichtlich.

Absolut gesehen veröffentlichten die Zeitungen insgesamt etwas mehr Bilder der baden-württembergischen als der rheinland-pfälzischen Spitzenkandidaten. Die meisten Fotos erschienen im *Südkurier* (31 Bilder). Die überregionalen Zeitungen druckten alle – bis auf eine – zu beiden Wahlkämpfen etwa gleich viele Kandidatenbilder. Eine Ausnahme ist die *Süddeutsche Zeitung*, die deutlich mehr Fotos der baden-württembergischen Kandidaten veröffentlichte. Bei der FAZ waren es fast gleich viele Fotos zu beiden Wahlen.

Tabelle 7: Bilder der Spitzenkandidaten in der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (absolute Häufigkeiten)

Rheinland-Pfalz

AZ (n=102)	RP (n=74)	RZ (n=98)	TV (n=74)	Σ (n=348)	FR (n=3)	SZ (n=11)	FAZ (n=21)	DW (n=10)	Σ (n=45)
28	16	24	20	88	1	2	9	4	16

Baden-Württemberg

MM (n=134)	StN (n=204)	BZ (n=118)	SK (n=174)	Σ (n=630)	FR (n=13)	SZ (n=20)	FAZ (n=38)	DW (n=24)	Σ (n=94)
22	22	10	31	85	4	9	8	4	25

Ein Vergleich der absoluten Anzahl der Bilder ist jedoch problematisch, da zu beiden Wahlkämpfen unterschiedlich viele Artikel veröffentlicht wurden. Aussagekräftiger ist die durchschnittliche Anzahl der Bilder, die pro Beitrag erschienen sind. Legt man dem Vergleich diese Werte zugrunde, zeigt sich, dass sowohl die regionalen als auch die überregionalen Zeitungen zur Wahl in Baden-Württemberg im Durchschnitt weniger Kandidatenbilder pro Beitrag veröffentlichten, als zur Wahl in Rheinland-Pfalz. Die rheinland-pfälzischen Zeitungen veröffentlichten fast doppelt so viele Kandidatenbilder pro Beitrag, wie die baden-württembergischen (RLP: 0,25; BW: 0,13 Bilder pro Beitrag). Bei den Qualitätszeitungen ist der Unterschied nicht ganz so groß, aber dennoch deutlich: So war über den Wahlkampf in Rheinland-Pfalz knapp jeder dritte Beitrag mit einem Kandidatenbild versehen, während dies in der Berichterstattung über der Wahlkampf in Baden-Württemberg nur in knapp jedem vierten Beitrag der Fall war. Die unterschiedlich starke Bebilderung der Artikel ist vermutlich bedingt durch die jeweilige Anzahl der Beiträge (umgekehrt proportional), sowie durch den höheren Anteil der Beiträge, die einen Bezug zu Kurt Beck und/oder Julia Klöckner enthielten, im Vergleich zu Beiträgen mit einem Kandidatenbezug im baden-württembergischen Wahlkampf (55 % vs. 45 %). Die Berichterstattung über den Wahlkampf in Baden-Württemberg war zudem stärker themen- als personenfokussiert und verwendete weniger Porträts und Interviews, die üblicherweise durch Bilder der porträtierten bzw. interviewten Person illustriert werden.

Gemeinsam ist beiden Wahlkämpfen, dass die untersuchten Zeitungen insgesamt jeweils mehr Fotos der Amtsinhaber als der Herausforderer veröffentlichten (dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen aus den Studien zur Bundestagswahlberichterstattung (Wilke & Leidecker, 2010): Während Stefan Mappus auf 43 Prozent der Bilder allein zu sehen ist, wurden seine Herausforderer Winfried Kretschmann und Nils Schmid in lediglich 24 bzw. 20 Prozent der Bilder exklusiv gezeigt. Kurt Beck war auf fast jedem zweiten aller publizierten Kandidatenbilder allein zu sehen, Julia Klöckner hingegen lediglich auf jedem dritten. Hier zeigt sich erneut ein deutlicher Amtsinhaberbonus.

6.4 Authentizität

Insbesondere in Zeiten des Wahlkampfs sollte die Bevölkerung interessieren, welche Ziele und Pläne die Parteien verfolgen. Die Parteien und ihre Spitzenkandidaten sind bei der Vermittlung ihrer Vorhaben auf die Medien angewiesen und davon abhängig, wie die Journalisten ihre Botschaften wiedergeben (Wilke & Reinemann, 2000, S. 128). Wir haben geprüft, wie häufig die Spitzenkandidaten der beiden untersuchten Landtagswahlen in den Presseartikeln in ihren eigenen

Worten (durch wörtliche Zitate) wiedergegeben werden (statt mit den Worten eines Journalisten). Je häufiger und umfangreicher Kandidatenzitate in der Berichterstattung vorkommen, umso authentischer erscheint diese.

Der Vergleich der beiden Landtagswahlen zeigt, dass die Berichterstattung über den rheinland-pfälzischen Wahlkampf (sowohl in der regionalen als auch in der überregionalen Presse) einen höheren Anteil an Beiträgen mit Zitaten der Kandidaten aufwies. In Rheinland-Pfalz lag dieser Anteil in den Regionalzeitungen bei 24 Prozent (BW: 21 %), in den überregionalen Zeitungen bei 49 Prozent (BW: 46 %). Auffällig ist, dass die überregionalen Zeitungen die Spitzenkandidaten beider Wahlen häufiger zitierten als die Regionalzeitungen.

Wie umfangreich die Kandidaten (in Zeilen / ,am Stück‘) zitiert wurden, zeigt Tabelle 8.

Auch hinsichtlich des Umfangs der Kandidatenzitate übertraf die regionale Berichterstattung über die Wahl in Rheinland-Pfalz diejenige in Baden-Württemberg. Obwohl über die rheinland-pfälzische Wahl deutlich weniger Beiträge veröffentlicht wurden, enthielten diese gut 200 Zeilen mehr Zitate, als die Beiträge zur baden-württembergischen Wahl. Den höchsten Umfang an Zitaten enthielten die Artikel der *Allgemeinen Zeitung* (Mainz), den niedrigsten die des *Trierischen Volksfreund*. In Baden-Württemberg war es der *Südkurier*, der mit Abstand die längste Zitierung brachte. Bei den überregionalen Zeitungen schlägt sich der höhere Umfang der Berichterstattung über die baden-württembergische Wahl nieder, so dass die Qualitätszeitungen Mappus, Schmid und Kretschmann insgesamt umfangreicher zitierten als Beck und Klöckner. Den höchsten Zitatumfang wiesen jeweils die Artikel der *FAZ* und der *SZ* auf. Jedoch ist das Ausmaß der Kandidatenzitierung in der *Frankfurter Rundschau* ebenfalls hoch, setzt man diese in Relation zum Umfang der publizierten Beiträge: Drei Beiträge über die rheinland-pfälzische Wahl enthielten Kandidatenzitate in einer Länge von 54 Zeilen. Im Vergleich dazu veröffentlichte die *Süddeutsche Zeitung* 98 Zeilen Kandidatenzitate in elf (das heißt: fast viermal so vielen) Beiträgen.

Tabelle 8: Länge der Kandidatenzitate in der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (in Zeilen)

Rheinland-Pfalz

AZ (n=102)	RP (n=74)	RZ (n=98)	TV (n=74)	Σ (n=348)	FR (n=3)	SZ (n=11)	FAZ (n=21)	DW (n=10)	Σ (n=45)
780	632	522	278	2212	54	98	102	58	312

Baden-Württemberg

MM (n=134)	StN (n=204)	BZ (n=118)	SK (n=174)	Σ (n=630)	FR (n=13)	SZ (n=20)	FAZ (n=38)	DW (n=24)	Σ (n=94)
216	554	364	866	2000	115	212	174	71	572

Dieses Beispiel verdeutlicht, dass ein exakter Vergleich des Zitatumfangs am ehesten möglich ist, wenn man die Zitatlänge ins Verhältnis zum Umfang der Berichterstattung setzt. Um eine Vorstellung davon zu bekommen, in welchen Umfang die Kandidaten zu Wort kommen, wenn ihre Äußerungen in Beiträgen referiert werden, kann man die Länge der Zitate durch die Anzahl der Beiträge dividieren, in denen auch Zitate vorkommen. Dadurch wird die durchschnittliche Länge der Kandidatenzitate ermittelt. Auch hier zeigt sich, dass Kurt Beck und Julia Klöckner (sowohl von der regionalen als auch der überregionalen Presse) im Durchschnitt länger zitiert wurden als Mappus, Schmid und Kretschmann. Die Zitate der rheinland-pfälzischen Spitzenkandidaten wiesen eine durchschnittliche Länge von 26 Zeilen in den regionalen und 14 Zeilen in den überregionalen Zeitungen auf. Im Vergleich dazu fielen die Durchschnittswerte der baden-württembergischen Kandidaten mit 15 (Regionalpresse) beziehungsweise 13 Zeilen (Qualitätspresse) geringer aus. Die Länge der Kandidatenzitate war somit in den rheinland-pfälzischen Zeitungen fast doppelt so hoch, wie in den baden-württembergischen. Dies kann vermutlich auf den höheren Anteil von Porträts und Interviews in der Berichterstattung zurückgeführt werden, in denen Personen üblicherweise selbst zu Wort kommen. Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Kandidaten in den Regionalzeitungen eine größere Chance besitzen, den Lesern ihre Vorstellungen und Pläne in ihren eigenen Worten und ‚am Stück‘ zu vermitteln als in der überregionalen Presse. Die Regionalberichterstattung erscheint insofern etwas ‚authentischer‘.

6.5 Bewertungen

Die mediale Präsenz der Spitzenkandidaten stellt eine Grundvoraussetzung für erfolgreiche Wahlkampagnen der Parteien dar. Eine gelungene Kampagne zeichnet sich jedoch nicht allein durch den Umfang der Medienberichterstattung aus. Vielmehr kommt es darauf an, *wie* die Kandidaten in den Medien beurteilt werden. Als erfolgreich kann eine Kampagne nur dann bezeichnet werden, wenn die Spitzenkandidaten nicht nur umfangreich, sondern zugleich auch positiv oder zumindest neutral in den Medien dargestellt werden (Schulz & Zeh, 2010, S. 330).

In unserer Analyse wurde erfasst, wie häufig die Spitzenkandidaten beider Wahlkämpfe in den Zeitungsbeiträgen bewertet wurden und wie die Bewertungen ausfielen (positiv oder negativ). Eine Bewertung ist in einem Beitrag dann enthalten, wenn einem Kandidaten bzw. einer Kandidatin positive oder negative Eigenschaften zu- bzw. abgesprochen werden.

Bereits hinsichtlich des Umfangs der Bewertungen zeigt sich ein erster Unterschied zwischen den beiden Wahlkämpfen. Die Beiträge über die Wahl in Rheinland-Pfalz enthielten insgesamt (sowohl in den regionalen als auch den überregionalen Blättern) häufiger Bewertungen der Kandidaten (32 % aller Beiträge), als die über die Wahl in Baden-Württemberg (27 % aller Beiträge). Gemeinsam war beiden Wahlen, dass die überregionalen Zeitungen die Kandidaten relativ gesehen etwas häufiger bewerteten (RLP: 47 %, BW: 40 % der Beiträge), als die regionalen (RLP: 28 %, BW: 24 % der Beiträge). Für diesen Befund sind zwei Erklärungen denkbar: Mit der steigenden Anzahl von Artikeln verringert sich der Anteil der Bewertungen. Oder regionale Zeitungen sind generell weniger

meinungsfreudig als überregionale. Die genannten Ergebnisse entsprechen im Übrigen dem Befund, dass die Beiträge über den Wahlkampf in Rheinland-Pfalz häufiger einen Bezug zu den Kandidaten aufwiesen, und dass die überregionalen Zeitungen zu beiden Wahlkämpfen mehr Beiträge mit Kandidatenbezug veröffentlichten, als die regionalen. Bewertungen der Spitzenkandidaten können selbstverständlich nur in solchen Beiträgen vorkommen, die inhaltlich auch auf einen Kandidaten verweisen.

Eine weitere Gemeinsamkeit beider Wahlkämpfe ist, dass sich die Zeitungsartikel insgesamt häufiger auf den jeweiligen Amtsinhaber bezogen („Amtsinhaberbonus“) und ihn dadurch auch häufiger bewerteten als seine Herausforderer. Während Kurt Beck (auf Beitragsebene) knapp doppelt so häufig bewertet wurde, wie seine Herausforderin Julia Klöckner (Beck: 32 %, Klöckner: 17 % aller Beiträge), wurde Stefan Mappus sogar rund fünfmal intensiver bewertet (48 % aller Beiträge) als seine beiden Herausforderer. Dass Mappus so häufig bewertet wurde ist Indiz dafür, dass er als Person besonders umstritten war. Den größten Anteil wertender Beiträge über Mappus veröffentlichte *Die Welt* (71 Prozent ihrer Beiträge). Am seltensten bewerteten ihn die *Süddeutsche Zeitung* und der *Mannheimer Morgen* (in 40 % bzw. 39 % der Beiträge). Anlässlich der Wahl in Rheinland-Pfalz hingegen war es die *Süddeutsche Zeitung*, die den dortigen Amtsinhaber Kurt Beck am häufigsten bewertete (67 % der Beiträge). Am seltensten wurde Beck in den Artikeln des *Trierischen Volksfreund* bewertet (19 % der Beiträge).

Bedeutsam ist jedoch nicht allein die Häufigkeit der Bewertungen, sondern erst recht ihre Tendenz. Die Amtsinhaber wurden von den Zeitungen nicht nur öfter, sondern zugleich auch negativer bewertet, als ihre Herausforderer (sowohl in den regionalen als auch in den überregionalen Blättern; Tab. 9). Zur Berechnung der Tendenzen wurde der Saldo aus der Anzahl positiver minus negativer Aussagen ermittelt. Unter einer Aussage verstehen wir jede wertende Äußerung, die innerhalb eines Beitrags über einen Kandidaten getätigt wurde.

Im Gegensatz zu den Amtsinhabern wurden deren Herausforderer im Durchschnitt ausnahmslos positiv bewertet. Dafür kann man eine naheliegende Erklärung in Erwägung ziehen: Die Amtsinhaber haben schon eine mehr oder weniger lange politische „Vergangenheit“, in der sie politisch agiert und auch Anlass für Kritik geboten haben, während das bei Herausforderern eher weniger der Fall ist. Als besonders extrem sticht die negative Bewertung von Stefan Mappus‘ hervor (Wert: -70,5), der seit Februar 2010 Ministerpräsident von Baden-Württemberg war. Über ihn wurden rund sechsmal mehr negative Aussagen getroffen als über Kurt Beck im rheinland-pfälzischen Wahlkampf. Die meisten negativen Aussagen über Mappus veröffentlichten – mit einem absoluten Höchstwert – die *Stuttgarter Nachrichten*, unter den überregionalen Zeitungen war es die *FAZ*. Keine einzige der analysierten Zeitungen veröffentlichte mehr positive als negative Aussagen über ihn.

Tabelle 9: Kandidatenbewertung in der Landtagswahlkampf-Berichterstattung (Saldo wertender Aussagen)

Rheinland-Pfalz

	AZ	RP	RZ	TV	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Bewertung Beck	-8	-12	-8	-18	-11,5	-3	4	3	-5	-0,25
Bewertung Klöckner	48	-12	-2	-10	6	3	-16	12	9	2

Baden-Württemberg

	MM	StN	BZ	SK	Ø	FR	SZ	FAZ	DW	Ø
Bewertung Mappus	-48	-104	-44	-86	-70,5	-27	-29	-54	-38	-37
Bewertung Schmid	-2	18	14	14	2,75	-4	2	17	18	8,25
Bewertung Kretschmann	-2	-	-	24	5,5	9	-2	-6	5	1,5

So einzigartig negativ wie Mappus dürfte vermutlich kaum ein anderer Spitzenkandidat jemals in einem Wahlkampf in Deutschland dargestellt worden sein. Dies schlug sich denn auch in der entsprechenden öffentlichen Wahrnehmung nieder. Nach den Bevölkerungsumfragen der Forschungsgruppe Wahlen war er „erst der zweite Regierungschef in einem Bundesland überhaupt mit negativer Gesamtbilanz sowie einem negativen Imagewert von minus 0,2“ (dpa, 27.3.2011). Seine Herausforderer wurden im Vergleich zu ihm nicht nur viel weniger bewertet, sondern eben auch nicht (von Einzelfällen abgesehen) im Saldo negativ. Allerdings war auch der positive Überhang bei ihnen nicht besonders stark. Auch dies geht mit der öffentlichen Wahrnehmung konform:

Der Herausforderer Nils Schmid (SPD) kommt dagegen auf 1,1, wird lagerüberreifend positiv bewertet und liegt mit 37 Prozent in der Frage nach dem gewünschten Ministerpräsidenten sogar vor Mappus mit nur 33 Prozent (weiß nicht 24 Prozent). In der Konstellation Mappus versus Kretschmann (Grüne), beim Ansehen mit 1,0 ebenfalls positiv, geben 36 Prozent den Amtsinhaber und 32 Prozent dem grünen Kandidaten den Vorzug (weiß nicht 26 Prozent). (dpa, 27.3.2011)

Wie sah es dagegen in Rheinland-Pfalz aus? Dort wurde der Amtsinhaber Kurt Beck zwar im Saldo ebenfalls negativ bewertet, aber bei weitem nicht so stark wie Mappus. Es kam gleich zweimal vor, dass sogar mehr positive als negative Aussagen über Beck veröffentlicht wurden, nämlich in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* und in der *Süddeutschen Zeitung*. Relativ am stärksten negativ bewertet wurde Beck im *Trierischen Volksfreund* (wo er aber auch am seltensten Bewertungsobjekt war). Julia Klöckner, die CDU-Spitzenkandidatin in Rheinland-Pfalz, wurde dagegen im Saldo aller untersuchten Zeitungen positiv bewertet. Allerdings überwogen

auch bei ihr in drei rheinland-pfälzischen Regionalzeitungen negative Aussagen, denen lediglich ein großer Überhang positiver Aussagen in der Mainzer *Allgemeinen Zeitung* gegenüberstand. Bei den überregionalen Blättern gab es für Klöckner eine negative Tendenz allein bei der links-liberalen *Süddeutschen Zeitung*.

Die von uns ermittelten Bewertungen der Spitzenkandidaten in Rheinland-Pfalz werden durch anderweitig gemachte Befunde bestätigt. Laut dem Medienforschungsinstitut Media Tenor (2011) gelang es Julia Klöckner im rheinland-pfälzischen Wahlkampf, „sich mit dem amtierenden Ministerpräsidenten Kurt Beck auf Augenhöhe zu messen. Mit Blick auf die Sichtbarkeit in tonangebenden überregionalen Print-, TV- und Hörfunk-Medien [!] steht sie dem Sozialdemokraten gleichwertig gegenüber. In der Bewertung schneidet sie sogar besser ab als Beck.“ Dieser Trend trug vermutlich auch zu dem gegenüber 2006 verbesserten Wahlergebnis der CDU bei, wenngleich dieses zur Ablösung der SPD-Regierung nicht reichte.

7. Zusammenfassung und Interpretation

Das Ziel der hier vorgestellten Studie war, am Beispiel der Presse die Medienberichterstattung über zwei Landtagswahlen in Deutschland im Jahr 2011 zu untersuchen. Das Ergebnis dieses Vergleichs ist in mehrfacher Hinsicht aufschlussreich. Es zeigt sich nämlich, wie sehr sich – trotz eines im Prinzip gleichen Ereigniskerns – zwei gleichzeitig stattfindende Landtagswahlkämpfe (bzw. die Berichterstattung darüber) unterscheiden können.

Das „Rennen um die Staatskanzlei“, wie die *Rheinpfalz* titelte, gewann in Rheinland-Pfalz der bisherige Amtsinhaber Kurt Beck. Auf einen Verbleib im Amt hatte er trotz des zu erwartenden Verlusts der absoluten Mehrheit im Landtag von Anfang an gute Chancen – anders als Stefan Mappus, sein Amtskollege in Baden-Württemberg. Hier drohte die Abwahl der regierenden Koalition (was dann auch eintrat), und die politische Situation war besonders aufgeheizt.

Diese unterschiedlichen Ausgangslagen und situativen Umstände beider Wahlkämpfe schlugen sich in der Presseberichterstattung nieder. Der Wahlkampf in Baden-Württemberg wurde von der Presse als interessanter und spannender wahrgenommen, was sich formal (1) an der umfangreicheren Berichterstattung zeigte. Inhaltlich wurden zur baden-württembergischen Wahl (2) häufiger Umfrageergebnisse veröffentlicht als zur rheinland-pfälzischen, was auf den Spannungsgehalt der Wahl und den offenen Wahlausgang in Baden-Württemberg verweist.

Ein weiterer Unterschied in der Berichterstattung war, dass diese sich im Falle Baden-Württemberg stärker auf Themen (wie beispielsweise ‚Stuttgart 21‘), im Falle Rheinland-Pfalz hingegen stärker auf Personen (die Spitzenkandidaten Kurt Beck und Julia Klöckner) fokussierte. So enthielten die Artikel zur Wahl in Rheinland-Pfalz (3) häufiger Bezüge und (4) im Durchschnitt mehr Bilder der Kandidaten (pro Beitrag). Zudem (5) zitierten und (6) bewerteten sie die Kandidaten umfangreicher.

Unabhängig davon waren jedoch auch gemeinsame Berichterstattungsmuster zu erkennen. So wurden die Amtsinhaber in den Beiträgen zu beiden Wahlen häufiger erwähnt, zitiert und abgebildet („Amtsinhaberbonus“). Darüber hinaus wurden sie umfangreicher, jedoch zugleich auch negativer, bewertet, als ihre Herausforderer.

Auffällig ist, dass in den Beiträgen zu beiden Landtagswahlen 2011 inhaltlich gerade solche Themen unterrepräsentiert waren, die der Kompetenz der Länder unterstehen (wie Kultur, Bildung, Schulwesen, Innen-, Sozial- und Finanzpolitik). Einem Thema hingegen, das normalerweise auf Bundesebene verhandelt wird, kam in den Wahlkampfbeiträgen besondere Beachtung zu: Das Erdbeben und das Reaktorunglück in Fukushima brachten das Thema Atomausstieg an die Spitze der politischen und medialen Agenda. Dies führte dazu, dass ein nationales, ja internationales Thema die Landtagswahl-Berichterstattung stark prägte. Symptomatisch dafür titelte der *Trierische Volksfreund* selbst mit der Überschrift „Landtagswahlen im Schatten internationaler Katastrophen“ (26.3.2011). Deutlich wird an den untersuchten Beispielen, wie stark die Wahlkämpfe und die Wahlkampfberichterstattung von der aktuellen Ereignislage im Frühjahr 2011 mitbestimmt wurden. Insoweit weichen unsere Befunde von denjenigen Tenschers und Schmid ab, die 2006 in der Berichterstattung von Regionalzeitungen über die Landtagswahlen in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt feststellten, dass die Bildungspolitik unter den Themenfeldern mit 14,9 Prozent mit Abstand die höchste Beachtung besaß (2009, S. 69). Doch neben den überregionalen spielten auch 2011 aktuelle regional- (oder lokal-)spezifische Themen in den Landtagswahlkampf hinein, was die von Tenschers und Schmid bei anderen Landtagswahlen festgestellte Regionalisierung bestätigt (2009, S. 65): In Rheinland-Pfalz waren das die ‚Skandale‘, die beiden großen Parteien wechselseitig angelastet wurden, in Baden-Württemberg der Kampf um ‚Stuttgart 21‘. Durch dieses Themenmix bedingt, war das Streitpotential in Baden-Württemberg ungeheim größer als im Nachbarland.

Landtagswahlkampf-Berichterstattung ist primär eine Sache der regionalen Presse. Sie wendet sich an die Leser, die in dem jeweiligen Bundesland beheimatet sind und als Wähler letztlich zu entscheiden haben. Ihr dürfte daher auch die größere Wirkung zukommen. Es überrascht daher nicht, dass die regionalen Zeitungen umfangreicher über die Wahlkämpfe berichteten und dass sie ein breiteres Themenspektrum abdeckten. Hier kommt vor allem der Nachrichtenfaktor ‚Nähe‘ zum Tragen. An den überregionalen Blättern, die wir ebenfalls untersucht haben, kann man erkennen, was die Leser außerhalb der jeweiligen Bundesländer über diese Landtagswahlkämpfe erfuhren oder erfahren konnten. Das war, wie wir gesehen haben, viel weniger als die Leser der regionalen Presse. In der überregionalen Presse findet gewissermaßen eine Komplexitätsreduktion statt, überdeutlich abzulesen am engen, aufs Aktuelle und auf das Länderübergreifende ausgerichtete Themenspektrum sowie an der Konzentration auf die Spitzenkandidaten.

Landtagswahlkämpfe verdienen auch in der Kommunikationswissenschaft, so glauben wir, stärkere Beachtung. Dies hat unser Vergleich an zahlreichen Befunden deutlich gemacht. Auch hier gibt es in der medialen Resonanz neben generellen und spezifischen Merkmalen Besonderheiten und situative Faktoren. Den Landtagswahlkämpfen sollte nicht zuletzt auch deshalb mehr Aufmerksamkeit zukommen, weil ihre Ergebnisse durchaus von bundespolitischer Bedeutung sind und auf Bundestagswahlen ausstrahlen – ein Aspekt, auf den sich die Politikwissenschaft bisher konzentriert hat (Völkl et al., 2008). Auch wenn es sich hier um keine Wirkungsstudie im strengen Sinne handelt, so ließen sich für eine solche

zumindest begründete Hypothesen aufstellen: Die SPD-,Skandale‘ und die negative Bewertung von Kurt Beck dürften am Wahltag zum ‚Absturz‘ seiner Partei in der Wählergunst beigetragen haben (minus 9,9 %), während die leicht positive Bewertung von Julia Klöckner der CDU zugutekam (plus 2,4 %). Vor allem aber das Streitpotential in Baden-Württemberg und die Unbeliebtheit des Ministerpräsidenten Mappus, die durch eine einzigartige Negativbewertung verstärkt (wenn nicht herbeigeführt) wurde, dürften die CDU den Machterhalt gekostet haben. Das zeichnet sich auch an den Umfragedaten ab, die noch wenige Wochen vor dem Wahltag einen leichten Vorsprung für die schwarz-gelbe Landesregierung ausgewiesen hatten. Ein zwingender Beweis dieser Wirkungshypothesen wäre aber schlüssig nur mit einer breiteren methodischen Anlage zu führen gewesen.

Literatur

- Brettschneider, F. (2011). Kommunikation und Meinungsbildung zu Großprojekten. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 61(44-45), 40-47.
- Dahlem, S. (2000). *Wahlentscheidung in der Mediengesellschaft. Theoretische und empirische Grundlagen der interdisziplinären Wahlforschung*. Freiburg, München: Verlag Karl Alber.
- Gabriel, O. W., & Kornelius, B. (2011). Die baden-württembergische Landtagswahl vom 27. März 2011: Zäsur und Zeitenwende? *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 42(4), 784-804.
- Gothe, H. (2011). Die rheinland-pfälzische Landtagswahl vom 27. März 2011: Dosierter Machtwechsel in Mainz. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 42(4), 764-783.
- Holtz-Bacha, C. (1995). Massenmedien und Wahlen. Zum Stand der deutschen Forschung – Befunde und Desiderate. In C. Holtz-Bacha, & L. L. Kaid (Hrsg.), *Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994* (S. 9-44). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (Hrsg.). (2008). *Encyclopedia of Political Communication* (2 Bde). Los Angeles: Sage.
- Klein, M., Ohr, D., & Heinrich, S. (2002). Spitzenkandidaten im Wahlkampf. Die Veränderbarkeit von Kandidatenimages durch Wahlkampf und Medien, untersucht am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl am 14. Mai 2000. *Publizistik*, 47, 412-435.
- Korte, K.-R. (2010). *Wahlen in Deutschland*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Kost, A., Rellecke W., & Weber, R. (2010). *Parteien in den deutschen Ländern. Geschichte und Gegenwart*. München: C.H. Beck.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Maier, M., & Adam, S. (2010). Personalization of Politics. A Critical Review and Agenda for Research. *Communication Yearbook*, 34, 213-257.
- Marcinkowski, F., & Nieland J.-U. (2002). Medialisierung im politischen Mehrebenensystem. Eine Spurensuche im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf. In U. von Alemann, & S. Marschall (Hrsg.), *Parteien in der Mediengesellschaft* (S. 81-115). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Media Tenor. (2011). *Klöckner macht Boden gut*. Abgerufen von http://www.mediatenor.de/newsletters.php?id_news=738

- Müller, A. (8. Februar 2010). Stefan Mappus. Unaufhaltsam zur Macht. *Stuttgarter Zeitung*. Abgerufen von <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.stefan-mappus-unaufhaltsam-zur-macht.3064a01d-4239-4d7c-85cd-112e668b1bc9.html>
- Ohr, D., & Klein, M. (2001). „When a man meets a woman...“ Heide Simonis und Volker Rühe als Spitzenkandidaten für das Amt des Ministerpräsidenten bei der Landtagswahl in Schleswig-Holstein am 27. Februar 2000. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 32(1), 178-199.
- Ohr, D., & Schrott, P. R. (2001). Campaigns and Information Seeking. Evidence from a German State Election. *European Journal of Communication*, 16(4), 419-449.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of Order*. New York: Knopf.
- Sarcinelli, U., & Schatz H. (Hrsg.). (2002). *Mediendemokratie im Medienland? Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Menschen und Parteieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schneider, M., Schönbach, K., & Semetko, H. A. (1999). Kanzlerkandidaten in den Fernsehnachrichten und in der Wählermeinung. Befunde zum Bundestagswahlkampf 1998 und zu früheren Wahlkämpfen. *Media Perspektiven*, 5, 262-269.
- Schulz, W. (2010). Kanzlerkandidaten in Fernsehnachrichten. Vergleich der Sender und Wahljahre seit 1990. In C. Reinemann, & R. Stöber (Hrsg.), *Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke* (S. 210-235). Köln: von Halem.
- Schulz, W., & Zeh, R. (2010). Die Protagonisten in der Fernseharena. Merkel und Steinmeier in der Berichterstattung über den Wahlkampf 2009. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009* (S. 313-338). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Tenscher, J., & Schmid, S. (2009). Berichterstattung nach Wahl. Eine vergleichende Analyse von Bundes- und Landtagswahlkämpfen in der Regionalpresse. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57, 56-77.
- Vogelgesang, J., & Scharnow, M. (2012). Reliabilitätstests in Inhaltsanalysen. Eine Analyse der Dokumentationspraxis in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 75, 333-345.
- Vökl, K., Schnapp K.-U., Holtmann, E., & Gabriel, O. W. (Hrsg.). (2008). *Wähler und Landtagswahlen in der Bundesrepublik Deutschland*. Baden-Baden: Nomos.
- Wilke, J., & Leidecker, M. (2010). Ein Wahlkampf, der keiner war? Die Presseberichterstattung zur Bundestagswahl 2009 im Langzeitvergleich. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2009* (S. 339-372). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Wilke, J., & Leidecker, M. (2013). Regional – National – Supranational. Wahlkampfberichterstattung in Deutschland auf verschiedenen Ebenen des politischen Systems. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 44, 158-176.
- Wilke, J., & Reinemann, C. (2000). *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949-1998*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Wilke, J., & Reinemann, C. (2003). Die Bundestagswahl 2002: Ein Sonderfall? – Die Berichterstattung über die Kanzlerkandidaten im Langzeitvergleich. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002* (S. 29-56). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wilke, J., & Reinemann, C. (2006). Die Normalisierung des Sonderfalls? Die Wahlkampfberichterstattung der Presse 2005 im Langzeitvergleich. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005* (S. 306-337). Wiesbaden: VS-Verlag.

Extended abstract

Between regional conflicts and international catastrophe.**Election campaign coverage in striving for the office of the prime minister in Rhineland-Palatinate and Baden-Württemberg 2011***Jürgen Wilke & Melanie Leidecker*

The analysis of election campaigns is a long-standing tradition in communication science. Since the classic Erie County study (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) there have been multiple studies on how the mass media cover parliamentary and presidential elections. But the studies primarily focused on elections on the national level (a growing number also on the international level). Yet the citizens in democracies are also called to participate in other elections. One fact which has been largely neglected so far is that there are also elections at a local or regional level in democracies. Germany is one of the countries for which this is the case. In contrast to the mass media's role in national elections, the role of the mass media in German federal state elections has been analysed considerable less often (Holtz-Bacha, 1995, p. 35; Dahlem, 2000; Tenschler & Schmid, 2009, p. 57).

Our study tries to meet this need. The media coverage of two German federal election campaigns in spring 2011 was analysed. The chance to do that emerged because there were simultaneous elections in two states on March 27, 2011, in Rhineland-Palatinate and Baden-Württemberg.

Four local newspapers from each state were subject to a content analysis of campaign coverage in the last four weeks prior to the election date (Rhineland-Palatinate: *Allgemeine Zeitung*, *Die Rheinpfalz*, *Rhein-Zeitung*, *Trierischer Volksfreund*; Baden-Württemberg: *Mannheimer Morgen*, *Stuttgarter Nachrichten*, *Badische Zeitung*, *Südkurier*). Additionally four national quality newspapers (*Frankfurter Rundschau*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*) were included to investigate if and how regional elections are restricted to a regional public only, or if they are also taken into consideration by the national press and a national public. Only articles that featured one of the top candidates or the election campaign and which were published on the front page, within the commentary and report sections or the political, mixed and – in case of the local newspapers – local/regional sections of the newspapers were selected for the analysis.

For local newspapers a sample was created in which every second article featuring one of the top candidates or the election campaign itself was included. In order to reach the absolute frequencies the values of the results had to be doubled afterwards. In the case of the national newspapers all the relevant articles were selected in order to provide a basis of sufficient size for the analysis. In addition to formal categories (extent, journalistic formats) aspects of content were coded. The main focus was on topics of the federal state elections coverage, aspects of

personalization and the presentation of the respective top candidates (visualization, quotation, evaluation).

The results of the quantitative content analysis show clearly, how much two election campaigns of this kind may differ (and the media-coverage on them, too). The varying initial situations and situational conditions determined the press coverage. The campaign in Baden-Württemberg was perceived more interesting and more exciting by the press. The press coverage of the Baden-Württemberg election was (1) more extensive. Further, the press (2) published more frequently poll ratings of the election in Baden-Württemberg and focused more on topics, while the coverage of the election in Rhineland-Palatinate focused more on the top candidates. The articles concerning the election in Rhineland-Palatinate contained (3) more references to the candidates and (4) on average more pictures of the candidates (per article), too. Beyond that, the articles (5) quoted and (6) evaluated the candidates of the Rhineland-Palatinate more frequently.

Besides these differences, some similarities were found. The press coverage of both elections mentioned, quoted, and illustrated the incumbents more often than the challenger (‘incumbent bonus’). The incumbents were also evaluated more frequently, but at the same time more negatively, than the challengers.

The election campaigns were influenced by regional ‘scandals’ and protest movements (‘Stuttgart 21’), and especially by international and national topics (Fukushima, Nuclear Energy). The setting of the election date on March 27 was overshadowed by the earthquake which occurred on March 11, 2011, off the Japanese coast, triggering the catastrophe in Fukushima nuclear power plant. These events re-ignited the lively discussion about nuclear energy in Germany, especially after the government had decided on a longer time span for running its nuclear power plants. Under the pressure of current events in Japan, this policy was abandoned almost immediately. The aforementioned regional ‘scandals’ as well as these national and international events got a lot of attention in the election campaign coverage.

By contrast, topics as culture, education, and schooling as well as domestic, social and financial policy were underrepresented (although they belong to the legislative competence of the states).

Federal election coverage primarily is a business of the local press. The local newspapers cover these election campaigns more extensively than national newspapers. Local newspapers also cover a broader spread of issues. Here, the news factor ‘closeness’ becomes relevant. Readers of national newspapers learn considerably less about the federal state elections than readers of local newspapers. The national press focuses even more than the local press on current and ‘transfederal’ topics as well as on top candidates.

References

- Dahlem, S. (2000). *Wahlentscheidung in der Mediengesellschaft. Theoretische und empirische Grundlagen der interdisziplinären Wahlforschung*. Freiburg & Munich: Karl Alber.
- Holtz-Bacha, C. (1995). Massenmedien und Wahlen. Zum Stand der deutschen Forschung – Befunde und Desiderate. In C. Holtz-Bacha, & L. L. Kaid (Eds.), *Wahlen und Wahlkampf in den Medien. Untersuchungen aus dem Wahljahr 1994* (pp. 9-44). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Tenscher, J., & Schmid, S. (2009). Berichterstattung nach Wahl. Eine vergleichende Analyse von Bundes- und Landtagswahlkämpfen in der Regionalpresse. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57(1), 56-77.