

DIE QUAL DER WAHL



Angela Merkel

verlässt nach
16 Jahren das
Bundeskanzleramt.

Bei der **Bundestagswahl** am 26. September werden die Weichen für ihre Nachfolge gestellt. Wie schlägt sich das **Großereignis** in der **Online-Berichterstattung** von überregionalen deutschen Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen sowie Magazinen nieder? Das hat pressrelations für das prmagazin analysiert.

Deutsche Politikerinnen und Politiker haben im Superwahljahr 2021 erneut die Chance, die Wahlberechtigten von sich zu überzeugen. Neben sechs Landtagswahlen könnte vor allem die Bundestagswahl im September das Zünglein an der Waage sein.

Nicht nur thematisch steht einiges auf dem Spiel, auch personell ist das Wahljahr bemerkenswert: Neben Armin Laschet (CDU) und Olaf Scholz (SPD) kämpft 2021 mit Annalena Baerbock erstmals eine Kandidatin von Bündnis 90/Die Grünen um den Einzug ins Bundeskanzleramt.

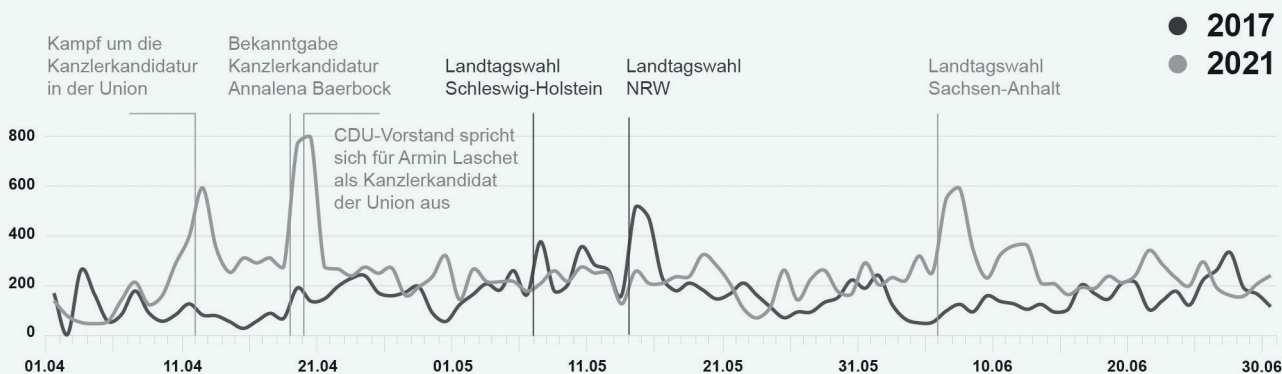
pressrelations hat für das prmagazin analysiert: Wie ist es Baerbock und den anderen Kandidierenden und ihren Parteien gelungen, sich medial zu positionieren? Welche signifikanten Unterschiede zum Wahljahr 2017 gibt es? Welche Parteien und Kandidierenden wurden am häufigsten thematisiert? Und gab es Veränderungen bei den thematischen Schwerpunkten des Wahlkampfs?

Eine zentrale Erkenntnis der Analyse ist der mediale Aufstieg der Grünen, die in der Gesamtberichterstattung über die Bundestagswahl seit 2017 deutlich an Resonanz gewonnen haben – nicht zuletzt aufgrund des erwähnten Umstands, dass sie mit Annalena Baerbock erstmals in der deutschen Geschichte eine Kanzlerkandidatin stellen.

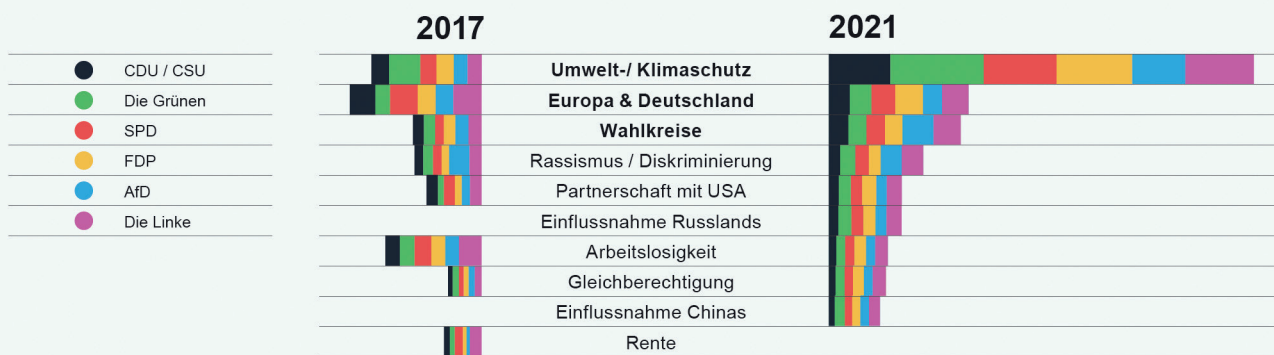
Baerbock machte im Lauf des Wahlkampfs in mehrfacher Hinsicht von sich reden. Zum einen schlugen ihre Ernennung zur Kanzlerkandidatin im April sowie ihre Bestätigung durch den Bundesparteitag (mit 98,6 Prozent der Stimmen) im Juni hohe Wellen und zogen gleichzeitig einen deutlichen Zulauf an neuen Parteimitgliedern nach sich. Zum anderen sorgten Diskussionen rund um ihren Hochschulabschluss, ihren Lebenslauf und Plagiatsvorwürfe gegen ihr im Juni erschienenes Buch für Furore. Ferner wurde die Landtagswahl in Sachsen-Anhalt im Juni öffentlich thematisiert, bei der die Grü- >

Zu den zentralen Veränderungen im Wahljahr 2021 im Vergleich zu 2017 zählen der mediale Aufstieg der Grünen sowie die Dominanz des Themas Umwelt- und Klimaschutz.

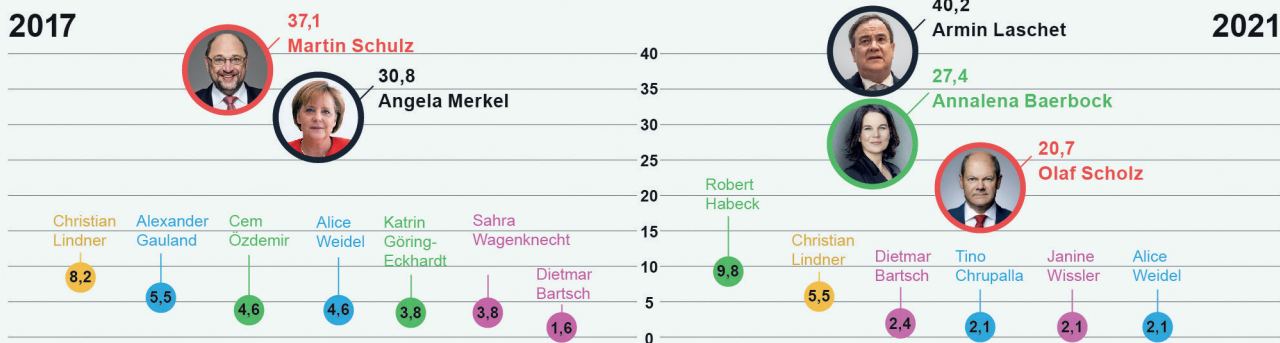
BUNDESTAGSWAHLEN 2017 VS. 2021 DER KAMPF UM DAS BUNDESKANZLERAMT



Umweltpolitik wird Trumpf Beitragsaufkommen zu den Wahlkampfthemen gesamt und je Partei (prozentualer Anteil)



Annalena Baerbock bringt die Grünen ins Gespräch Beitragsaufkommen zu den Kandidierenden (prozentualer Anteil)



Als Basis der vorliegenden Analyse dienen Abfragen zu den Bundestagswahlen, den Parteien sowie Kandidierenden in deutschsprachigen Onlinemedien (Zeiträume: 01.04. - 30.06.2017 und 01.04. - 30.06.2021). Hierbei berücksichtigt wurden folgende Medienarten: überregionale Tageszeitungen, Sonntagszeitungen, Wochenzeitungen/Magazine. Die Auswertung erfolgte in direkter Gegenüberstellung der Wahlberichterstattungen von 2017 und 2021.





2021 hat das Thema Klima- und Umweltschutz in der öffentlichen Agenda höchste Priorität, gefolgt von Europa und Deutschland.

nen schlecht abschneiden und Baerbock in die Kritik geriet.

Betrachtet man ihre prozentualen Anteile an der Gesamtberichterstattung, so sticht die Grünen-Kandidatin auch hier deutlich hervor: Mit 27,4 Prozent erreicht Baerbock die zweithöchste mediale Präsenz aller Kandidierenden. Sowohl ihr Parteikollege Robert Habeck (9,8 Prozent) als auch die beiden Kandidaten von 2017, Cem Özdemir (4,6 Prozent) und Katrin Göring-Eckardt (3,8 Prozent), rangieren deutlich darunter.

Ein Blick auf die SPD zeigt, dass die Partei 2021 an medialer Präsenz verloren hat. Im Wahljahr 2017 erlebten die Sozialdemokraten mit ihrem Kanzlerkandidaten Martin Schulz eine ganz ähnliche Entwicklung wie die Grünen 2021: Der Spitzenkandidat war bereits kurz nach seinem Wechsel in die Bundespolitik zum SPD-Kanzlerkandidaten ernannt und im März 2017 vom Bundesparteitag mit 100 Prozent der Stimmen zum Parteivorsitzenden gewählt worden.

Auch die SPD konnte sich in der Folge über einen starken Mitgliederzulauf freuen und ihre Umfragewerte steigern. Bei den Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen konnte sich die Partei allerdings nicht durchsetzen. Auch ihre Umfrageergebnisse sanken wieder.

Vergleicht man die Anteile der Spitzenkandidaten an der Berichterstattung, zeigt sich zudem,

dass Schulz und die SPD im Jahr 2017 medial deutlich präsenter waren als Olaf Scholz im Jahr 2021 (37,1 Prozent versus 20,7 Prozent).

Die CDU hat in der Berichterstattung zur Bundestagswahl – dem Umfragetrend entsprechend – im Vergleich zu 2017 an medialer Präsenz zugelegt. Insbesondere der Kampf um die Kanzlerkandidatur in der Union und die Ernennung von Armin Laschet zum Kanzlerkandidaten schlugen sich medial nieder. Die Linke und die FDP weisen dagegen eine gleichbleibende Präsenz in den Medien auf, während die AfD im Vergleich zu 2017 weniger präsent ist.

Veränderungen zwischen 2017 und 2021 lassen sich auch bei den medialen Wahlkampfthemen beobachten. 2017 standen Deutschland und Europa, Umwelt- und Klimaschutz sowie Arbeitslosigkeit im politischen Diskurs ganz oben. Die Zukunft Europas rückte vor allem durch die Wahl von Emmanuel Macron zum französischen Staatsoberhaupt, die britischen Parlamentswahlen und den Ausstieg der USA aus dem Pariser Klimaabkommen auf die Tagesordnung.

Letzteres geriet zudem mit Blick auf den immer dringlicher werdenden Umwelt- und Klimaschutz wiederholt in die Diskussion. Das Thema Arbeitslosigkeit wurde vor allem im Zusammenhang mit dem von der SPD vorgestellten Konzept für das „Arbeitslosengeld Q“ politisch und medial diskutiert.

2021 hat das Thema Klima- und Umweltschutz in der öffentlichen Agenda an Präsenz gewonnen und mit 21,6 Prozent höchste Priorität, gefolgt von Europa und Deutschland (7,1 Prozent). Angesichts der zunehmend spürbaren Auswirkungen des Klimawandels überrascht es wenig, dass Umwelt- und Klimaschutz über alle Parteien und Themen hinweg im Vergleich zu 2017 klar in den Fokus rückt.

Für Peaks im Untersuchungszeitraum sorgte zum einen im April 2021 Grünen-Kandidatin Baerbock, die – den Kernwerten ihrer Partei folgend – den Klimaschutz noch einmal nachdrücklich zur obersten Priorität erhob. Zum anderen war im Juni 2021 die Debatte um höhere Benzinpreise und den Klimaschutz medial sehr präsent.

Ob das Thema Umwelt- und Klimaschutz im Wahlkampf der Parteien und Kandidierenden bis zum Stichtag Ende September noch weiter an Fahrt aufnimmt, ist noch nicht abzusehen. Vor allem die Flutkatastrophe könnte dem Thema einen weiteren Schub geben. ◀