

# **SVP auch vor den Wahlen 2019 mit der grössten Medienpräsenz**

APS-Zeitungsanalyse, 08.10.2019

Elia Heer, Anja Heidelberger und Marc Bühlmann

---

# Impressum

## Herausgeber

Année Politique Suisse  
Institut für Politikwissenschaft  
Universität Bern  
Fabrikstrasse 8  
CH-3012 Bern  
[www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss)

## Danksagung

Die Autoren der vorliegenden Studie bedanken sich beim APS-Team für die aufwändige Sicherstellung und Codierung der Zeitungsartikel und Inserate: Amando Amann, Marco Ackermann, Samuel Bernet, Niklaus Bieri, Audrey Bovey, Timon Eggenberg, Bernadette Flückiger, Karin Frick, Marlène Gerber, Melike Gökce, Christian Gsteiger, Sophie Guignard, Sean Mueller, Diana Porcellana, Joëlle Schneuwly, Maximilian Schubiger, Kiéran Schwab und Karel Ziehli.

## Bevorzugte Zitierweise

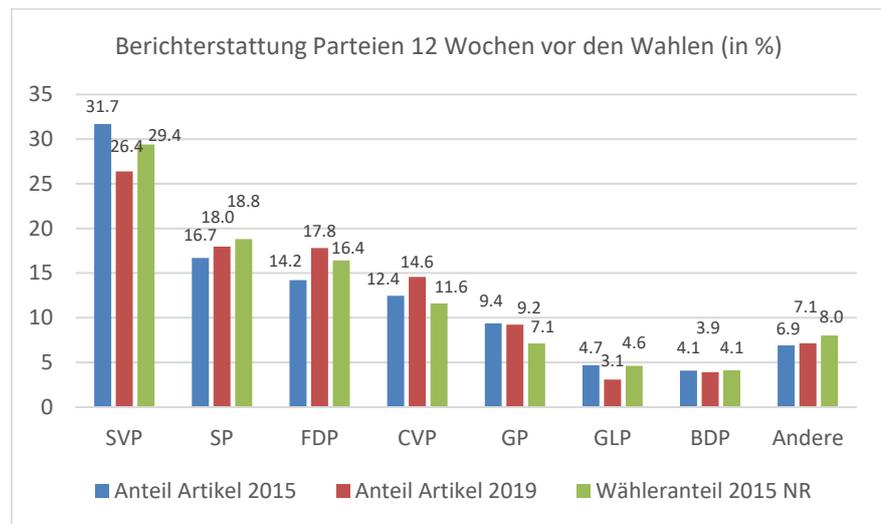
Heer, Elia, Anja Heidelberger und Marc Bühlmann (2019). SVP auch vor den Wahlen 2019 mit der grössten Medienpräsenz – APS-Zeitungsanalyse zu den Wahlen vom 20. Oktober 2019. Zwischenstand vom 08.10.2019. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

Medienpräsenz ist die wichtigste Währung im Kampf um Aufmerksamkeit im Vorfeld eidgenössischer Wahlen. Eine Analyse von *Année Politique Suisse* zeigt, wem im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2019 das Spiel mit den Medien am besten gelingt, und verdeutlicht, dass die Häufigkeit der Berichterstattung über die Parteien in Etwa deren Wähleranteilen entspricht.

BERICHTERSTATTUNG IN DEN PRINT-MEDIEN ENTSPRICHT WÄHLERANTEILEN

Die mediale Berichterstattung zu politischen Parteien sorgt in der Schweiz regelmässig für Gesprächsstoff. Nicht selten beschwerten sich Parteipolitikerinnen und -politiker über zu spärliche oder gar tendenziöse Berichterstattung. Doch zumindest was die Medienpräsenz angeht, sind diese Vorwürfe ungerechtfertigt. Dies zeigt eine Analyse der 33 auflagenstärksten Schweizer Tages- und Wochenzeitungen durch *Année Politique Suisse* (APS). Die Resultate verdeutlichen, dass der Anteil Artikel über Parteien in den untersuchten Printmedien in den zwölf Wochen vor den eidgenössischen Wahlen erstaunlich genau dem Wähleranteil der einzelnen Parteien entspricht. Diese anteilmässige Berichterstattung zeigt sich sowohl im Vorfeld der Wahlen 2015 als auch in der laufenden Wahlkampagne. Freilich zeigen sich einige interessante Nuancen: Im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen vom 20. Oktober 2019 wurden bisher mit Abstand am meisten Artikel über die SVP verfasst. Ihre Medienpräsenz ist zwar nicht mehr so dominant wie noch vor den Wahlen vor vier Jahren, als sie doppelt so viele Zeitungsberichte verbuchte wie die SP. Trotzdem behandeln von allen erfassten Artikeln über Parteien in den letzten zehn Wochen immer noch 26.4% die SVP. Dies ist etwas geringer als ihr Wähleranteil bei den letzten Nationalratswahlen (29.4%), aber vergleichsweise nahe bei den aktuellen Prognosen (26.8%, SRG Wahlbarometer). Noch näher an ihrem letzten Wahlergebnis ist der Anteil Artikel über die SP: 18.0% der untersuchten Artikel behandelten die Sozialdemokraten – bei einem Wähleranteil von 18.8%. Die FDP ist – verglichen mit ihrem Wähleranteil von 16.4% im Jahr 2015 – in den Printmedien leicht übervertreten (17.8%). Gemessen an der Parteistärke ebenfalls eher überrepräsentiert sind in den letzten 10 Wochen die CVP (14.6%) und die Grünen (9.2%) mit einem Anteil Zeitungsartikel, der gut 3, respektive 2, Prozentpunkte höher ist als ihre jeweiligen Wähleranteile bei den Nationalratswahlen 2015. Proportional am stärksten unterrepräsentiert in der Berichterstattung ist derzeit die GLP. Über sie wurde in nur gerade 3.1% aller Artikel zu Parteien berichtet, während ihr Anteil an Wählerstimmen 2015 rund 4.6% betrug. Die BDP weist in beiden Elementen praktisch identische Werte auf (3.9 und 4.1%).

ABB. 1: ANTEIL AN DER GESAMTEN BERICHTERSTATTUNG ÜBER PARTEIEN IN %. 27.07. – 18.10.2015 UND 29.07. – 06.10.2019. VERGLEICH MIT WÄHLERANTEIL IM NATIONALRAT BEI DEN EIDGENÖSSISCHEN WAHLEN 2015.

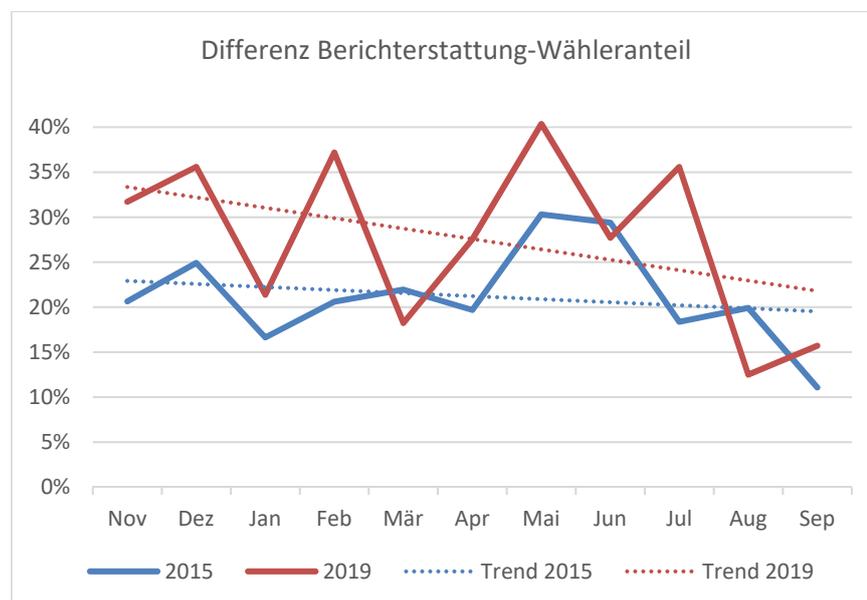


## Ausgewogenere Berichterstattung vor den Wahlen

KURZ VOR DEN WAHLEN STIMMT DIE BERICHTERSTATTUNG AM BESTEN MIT DEM WÄHLERANTEIL ÜBEREIN.

Werden die Differenzen der Anteile zwischen Berichterstattung und Wähleranteilen über alle Parteien hinweg addiert, gibt es zwar von Monat zu Monat starke Unterschiede. Zwei bis drei Monate vor den Wahlen 2015 sowie vor den anstehenden Wahlen 2019 gleichen sich die Anteile in der Berichterstattung und die Wähleranteile jedoch an. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Zeitungen bewusst oder unbewusst versuchen, in der Zeit vor den eidgenössischen Wahlen ihre Berichterstattung möglichst ausgewogen zu gestalten.

ABB. 2: DIFFERENZ ZWISCHEN ANTEIL BERICHTERSTATTUNG UND WÄHLERANTEIL, SUMME ALLER PARTEIEN, NOV. 2014 - SEP. 2015 UND NOV. 2018 - SEP. 2019.



## Parteien schaffen Medienereignisse

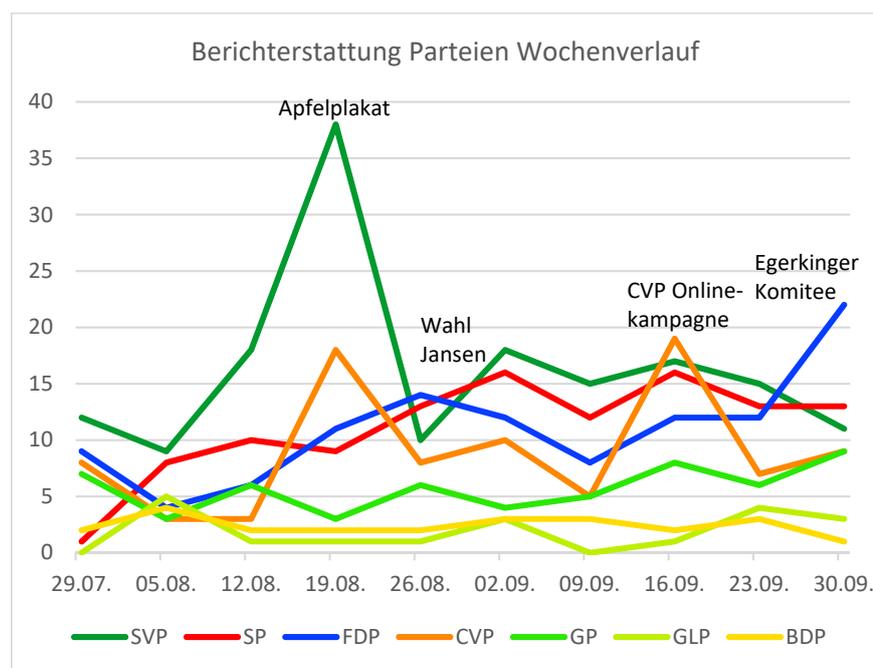
DER SVP IST ES MIT DEM ÄPFELPLAKAT AM BESTEN GELUNGEN DIE AUFMERKSAMKEIT DER MEDIEN AUF SICH ZU ZIEHEN.

Parteien buhlen im Vorfeld der Wahlen um die Aufmerksamkeit der Printmedien, um ihre Positionen an die Öffentlichkeit zu tragen – zur Not auch mit Hilfe von Provokationen. Dies scheint im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2019 insbesondere der SVP gelungen zu sein. Bei der Betrachtung des wöchentlichen Verlaufs der Parteien-Berichterstattung sticht ein klarer Ausreisser sofort ins Auge: Als die SVP Mitte August ihr Wahlplakat mit dem wurmstichigen Apfel veröffentlichte, löste dies ein grosses mediales Echo aus. Mit ihrer bewussten Provokation – von Christoph Blocher auf «Teleblogger» als ebensolche bestätigt – gelang es der SVP also, die angestrebte mediale Aufmerksamkeit zu generieren. Verstärkt wurde der Effekt durch die Kritik des Plakates innerhalb der Partei.

Die anderen Parteien verursachten keine so grossen Medienereignisse wie die SVP. Die Kontroverse um die Onlinekampagne der CVP, bei der die Partei auf einer neutral anmutenden Webseite negativ über Positionen von Kandidierenden anderer Parteien berichtete, brachte ihr nur ungefähr halb so viele Zeitungsartikel ein wie das SVP-Pla-

kat. In der untersuchten Zeitspanne am zweitmeisten Aufmerksamkeit in den Printmedien erzielte die Klage der FDP gegen ein Plakat des Egerkinger Komitees, welches FDP-Mitglieder beschuldigte, Islamisten in der Schweiz geschützt zu haben. Die SP vermochte einzig durch die Wahl von Ronja Jansen zur neuen JUSO-Präsidentin einige Wellen zu schlagen. Und die Grüne Partei und die GLP konnten das aktuell heisse Wahlkampfthema – die Klimapolitik – nicht in zusätzliche Zeitungsartikel über ihre jeweiligen Parteien ummünzen.

ABB. 3: ERFASSTE ZEITUNGSARTIKEL PRO PARTEI PRO WOCHE, 29.07. - 06.10.2019



ZUR METHODE

Année Politique Suisse führt seit 1965 eine Zeitungsausschnittsdokumentation. Aus 33 Tages- und Wochenzeitungen, die alle Sprachregionen und Kantone abdecken, werden die Inhalte aller relevanten Medienbeiträge nach Politikfeldern von Hand codiert und abgelegt. Geht es in einem Artikel explizit um eine Partei, so wird dieser mit dem entsprechenden Parteiencode versehen. Anders als bei maschineller Auswertung reicht es also nicht, wenn in einem Artikel lediglich ein Parteienkürzel erscheint, damit dieser als relevante Berichterstattung über eine Partei bewertet wird. Für die Analyse wurden die Artikel pro Woche und Partei gezählt und als Anteil aller Artikel über alle Parteien in diesem Zeitraum in Prozent ausgewiesen.

## Erfasste Pressetitel

AUSWAHL DER PRESSETITEL

In der vorliegenden Analyse wurden 33 Pressetitel berücksichtigt. Neben den wichtigsten überregionalen Presseerzeugnissen wurde für jeden Kanton mindestens eine Zeitung ausgewählt, wobei die Auflagenstärke (gemäss WEMF 2015) als Selektionskriterium diente. Insgesamt 27 Publikationen wurden jeweils einem Kanton zugeordnet, während 6 Pressetitel einen überregionalen Charakter aufweisen.

**TABELLE A.1**  
ERFASSTE PRESSETITEL

Titel	Sprachregion	Kanton/Region	Ausgabe/Woche
Neue Zürcher Zeitung	Deutschschweiz	überregional	6
Le Temps	Romandie	überregional	6
Aargauer Zeitung	Deutschschweiz	AG	6
Appenzeller Zeitung	Deutschschweiz	AR	6
Appenzeller Volksfreund	Deutschschweiz	AI	4
Basler Zeitung	Deutschschweiz	BS	6
Basellandschaftliche Zeitung	Deutschschweiz	BL	6
Berner Zeitung	Deutschschweiz	BE	6
Bote der Urschweiz	Deutschschweiz	SZ	6
Bund, Der	Deutschschweiz	BE	6
Neue Luzerner Zeitung	Deutschschweiz	LU	6
Neue Nidwaldner Zeitung	Deutschschweiz	NW	6
Neue Obwaldner Zeitung	Deutschschweiz	OW	6
Neue Urner Zeitung	Deutschschweiz	UR	6
Neue Zuger Zeitung	Deutschschweiz	ZG	6
Schaffhauser Nachrichten	Deutschschweiz	SH	6
Solothurner Zeitung	Deutschschweiz	SO	6
St. Galler Tagblatt	Deutschschweiz	SG	6
Südostschweiz, Die (Glarus)	Deutschschweiz	GL	6
Südostschweiz, Die (Graubünden)	Deutschschweiz	GR	6
Tages-Anzeiger	Deutschschweiz	ZH	6
Thurgauer Zeitung	Deutschschweiz	TG	6
24 heures	Romandie	VD	6
L'Express	Romandie	NE	6
Liberté, La	Romandie	FR	6
Nouvelliste, Le	Romandie	VS	6
Quotidien Jurassien, Le	Romandie	JU	6
Tribune de Genève	Romandie	GE	6
Corriere del Ticino	Ital. Schweiz	TI	6
Blick	Deutschschweiz	überregional	6
Sonntagszeitung	Deutschschweiz	überregional	1
Weltwoche	Deutschschweiz	überregional	1
WOZ Die Wochenzeitung	Deutschschweiz	überregional	1