

MONIKA VON DER LIPPE

Die PDS in der überregionalen Tagespresse

Eine Analyse im Kontext der Bundestagswahl 2002
und mit Blick auf die Europawahlen 2004

Kleine Parteien sind besonders auf mediale Präsenz angewiesen. Da sie nicht wie die großen Volksparteien auf Landes- und kommunaler Ebene präsent sein können, müssen sie versuchen, medienvermittelt um Zustimmung für ihre Positionen zu werben. Allerdings fehlen häufig die finanziellen Mittel, um Werbezeiten zu bezahlen. Insbesondere die Wahlergebnisse kleiner Parteien werden daher häufig auf das Ausmaß und den Tenor der unbezahlten Parteienberichterstattung zurückgeführt. Vor diesem Hintergrund kommt die Niederlage der PDS bei der Bundestagswahl 2002 eher überraschend, zumal selbst Parteistrategen von einer vergleichsweise hohen Berücksichtigung der PDS in der Vorwahlberichterstattung sprechen.¹

Im polarisierten und personalisierten Bundestagswahlkampf 2002 war es für eine kleine Partei umso schwieriger, Themen in den Medien zu platzieren. Die unterschiedliche Präsenz der Partei in Ost- und Westdeutschland stellte eine zusätzliche Herausforderung für die Öffentlichkeitsarbeit der PDS dar. Hinzu kam, dass sie als relativ junge Partei, die zudem im »erweiterten Lagerwahlkampf«² eine Randposition einnahm, Ansprüche an die Anpassungsfähigkeit der Medien an veränderte politische Konstellationen stellte. Eine weitere Herausforderung bestand in dem weitgehenden Verzicht auf eine Personalisierungsstrategie. Der Rücktritt Gregor Gysis vom Amt als Berliner Senator und die darauf folgende »Gysi-Delle« sowie die starke Konzentration der Berichterstattung auf den Irak-Krieg und die Flutkatastrophe erschwerten den Wahlkampf der PDS zusätzlich.³

Medienberichterstattung in Wahlkampfzeiten

Die Medienanalysen der Kommunikations- und Politikwissenschaft konzentrieren sich besonders stark auf Wahlkampfzeiten, weil in diesem Zeitraum eine besonders verdichtete Kommunikation stattfindet und in kurzer Zeit relativ viel Material gewonnen werden kann. Hier läuft die Pressearbeit der Parteien auf Hochtouren, so dass sich ein Vergleich von Input und Output lohnt. Über die Situation der PDS im Wahlkampf 2002 liegen bereits zahlreiche, überwiegend politikwissenschaftliche Analysen vor. In Bezug auf die Medienberichterstattung besteht jedoch erheblicher Nachholbedarf. Über andere Parteien wurden deutlich mehr und tiefere Untersuchungen der Medienresonanz veröffentlicht. Dies ist vermutlich darin begründet, dass die Berichterstattung über die PDS starken quantitativen und qualitativen Schwankungen unterliegt, so dass em-

Monika von der Lippe - Jg. 1977; abgeschlossenes Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Romanistik; Mitarbeiterin im Europawahlbüro der PDS; Publikationen in Zusammenarbeit mit Christiane Eilders, Kati Degenhardt und Patrick Herrmann: Themenprofile der Parteien in den Medien. Ein Vergleich von Selbstdarstellung und medialer Präsentation der Parteien im Bundestagswahlkampf 2002, in: Winand Gellner, Gerd Strohmeier (Hrsg.): Repräsentation und Präsentation in der Mediengesellschaft, Baden-Baden 2003, S. 83-101; Dieselben: Surfing the Tide? In: German Politics (in Vorbereitung). Kontakt: vdlippe@zedat.fu-berlin.de

pirische Studien häufig auf geringen Fallzahlen basieren. Ein Blick in die Geschichte der PDS-Presseberichterstattung zeigt eine starke Orientierung auf Wahlkampfzeiten. Die Berichterstattung in der wahlkampffreien Zeit hingegen ist häufig so gering, dass aus ihr kaum verwertbare Ergebnisse gewonnen werden können. Eine Analyse der Wahlberichterstattung steht dagegen trotz des überschaubaren Zeitrahmens vom quantitativen Umfang her auf einer soliden Basis. Zwar unterliegen die Ergebnisse den spezifischen Bedingungen des Wahlkampfes 2002, dennoch können strukturelle Probleme auch auf Routinephasen übertragen werden.

Drei Vergleichsebenen

Die vorliegende Untersuchung ist Teil eines Forschungsprojekts der Freien Universität Berlin und des Wissenschaftszentrums Berlin (WZB) unter Leitung von Dr. Christiane Eilders.⁴ Es widmet sich der Frage nach der gegenseitigen Beeinflussung von Medien und politischer PR in Hinblick auf Parteinennung, Themensetzung und Bewertung. Dazu wurde eine rein quantitative Analyse auf Aussageebene vorgenommen. Erhoben wurden im Zeitraum von drei Wochen vor der Wahl (2. September bis 22. September 2002) fünf überregionale Tageszeitungen – die tageszeitung (taz), Frankfurter Rundschau (FR), Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Die Welt –, weiter die Straßenverkaufszeitung BILD, der Basisdienst der Deutschen Presseagentur (dpa) (Politikressort) und die Pressemitteilungen der fünf im Bundestag vertretenen Fraktionen und Parteien. Ausgewertet wurden Akteure, Themen und Bewertungen sowie die formale Aufmachung der Artikel (insgesamt 16 Variable). Diese komplexe Analyse ermöglicht Aussagen auf drei unterschiedlichen Ebenen. So können Vergleiche angestellt werden zwischen:

- a) den Parteien,
- b) den einzelnen Zeitungen und
- c) den Pressematerialien der Parteien, der Nachrichtenagentur und der Zeitungsberichterstattung.

Der endgültige Datensatz enthielt knapp 9600 Informationselemente aus mehr als 3000 Artikeln. Von den Informationselementen entfielen 1255 auf die Öffentlichkeitsarbeit der Parteien, 3163 auf die dpa und 5176 auf die Zeitungen insgesamt. Die PDS wurde in dpa und Zeitungen in insgesamt 331 Fällen als aussagender Akteur, in 289 Fällen als Aussageobjekt genannt.

Andere Parteien schweigen – die Medien berichten

Die einzelnen Medien unterscheiden sich stark darin, in welcher Häufigkeit sie über die PDS berichten. Insgesamt ist die PDS jedoch gegenüber ihrem Wahlergebnis von 2002 überrepräsentiert und gegenüber dem Wahlergebnis von 1998 leicht unterrepräsentiert. In Zusammenhang mit der Frage nach der politischen Vielfalt der Berichterstattung wurden die Parteinennungen in dpa und Zeitungen verglichen. Für die drei kleinen Bundestagsparteien (Bündnis 90/Die Grünen, FDP und PDS) fand eine Berichterstattung entsprechend ihrem jeweiligen Stimmenanteil statt, d. h. sie wurden nicht in einem »horse race« zwischen den großen Parteien zerrieben (vgl. Abb. 1,

1 Vgl. André Brie, Michael Brie, Michael Chrapa: Für eine moderne sozialistische Partei in Deutschland. Grundprobleme der Erneuerung der PDS. Mit einer Anlage von Dieter Klein zu konkreten Reformprojekten, in: Rosa-Luxemburg-Stiftung (Hrsg.): Standpunkte 7/2002, Berlin 2002, S. 2.

2 Joachim Raschke: Zwei Lager, drei Mehrheiten und der regierende Zufall. Zur Einordnung der Bundestagswahl 2002, in: Neue Soziale Bewegungen, Heft 1/2003, S. 18.

3 Vgl. Richard Stöss, Gero Neugebauer: Mit einem blauen Auge davon gekommen. Eine Analyse der Bundestagswahl 2002, Berlin 2002, S. 30 ff u. S. 60-92.

4 Bislang wurde aus diesem Projekt heraus veröffentlicht: Christiane Eilders, Kati Degenhardt, Patrick Herrmann, Monika von der Lippe: Themenprofile der Parteien in den Medien. Ein Vergleich von Selbstdarstellung und medialer Präsentation der Parteien im Bundestagswahlkampf 2002, in: Winand Gellner, Gerd Strohmeier (Hrsg.): Repräsentation und Präsentation in der Mediengesellschaft, a. a. O., S. 83-101.

Abb. 2). Es kann jedoch auch nicht davon gesprochen werden, dass die PDS »hochgeschrieben«, d. h. von den Medien bevorzugt behandelt worden sei.

Abbildung 1:
Häufigkeit der Parteien in der Berichterstattung insgesamt

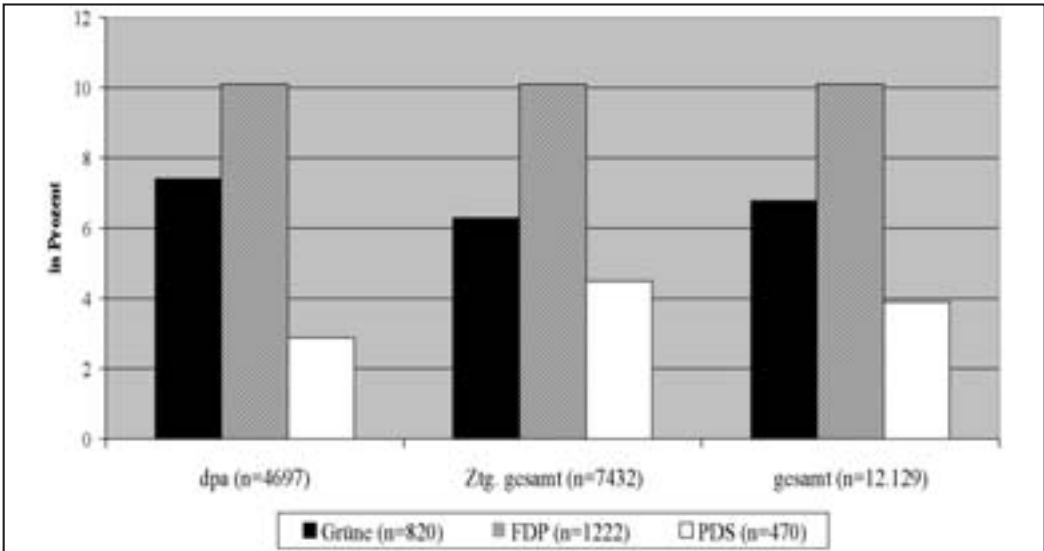
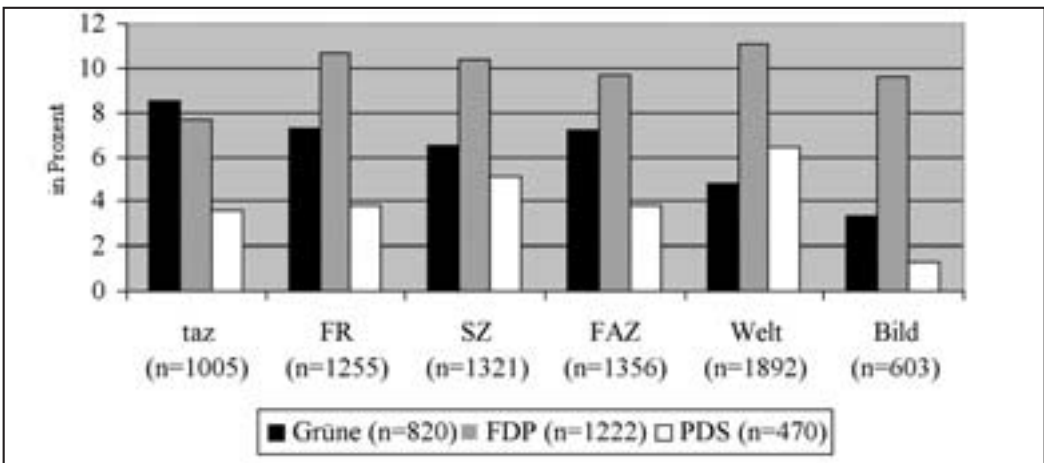


Abbildung 2:
Häufigkeit der Parteien in dpa und Zeitung



An der formalen Präsentation der PDS-Berichterstattung kann die Sonderposition der PDS abgelesen werden. Die typische PDS-Berichterstattung findet in überdurchschnittlich langen, journalistisch aufbereiteten, häufig auch illustrierten Einzeldarstellungen in der Hintergrundberichterstattung statt, die sich auf den hinteren Seiten des ersten Zeitungsbuchs befindet. Auf den vorderen Seiten kommt die PDS

selten vor, hier erscheint sie jedoch auch in Kombination mit den anderen Parteien. Aus diesen formalen Merkmalen kann geschlossen werden, dass Informationen über die PDS als weniger aktuell und ihre politischen Positionen als weniger relevant eingestuft werden.

In früheren Untersuchungen konnte festgestellt werden, dass ein erheblicher Anteil der PDS-Präsenz durch Aussagen anderer Parteien über die PDS zustande kam. Eine Strategie der Negativ-Thematisierung, wie es sie während der Rote-Socken- (1994) bzw. der Rote-Hände-Kampagne (1998) gegeben hatte, konnte diesmal nicht beobachtet werden, obwohl es mit dem IM-Verdacht gegen Angela Marquardt durchaus einen Anlass gegeben hätte. Vielmehr ignorierten die anderen Parteien die PDS – »Nicht mal Ärger mit der Union« schrieb Matthias Meisner im »Tagesspiegel«.⁵ Dennoch kam eine ausgedehnte Medienberichterstattung zustande.

PDS auf Außenseiterposition

Die PDS ihrerseits führte keinen Wahlkampf in Konkurrenz zu den kleinen Parteien, sondern kritisierte gleichermaßen SPD, Union und Regierung auf diversen Politikfeldern. Verbindungen bestanden insbesondere zur SPD – vor allem vor dem Hintergrund des Briefs von Gysi und Brie an Lafontaine.⁶ Außer dieser Kombination mit der SPD gab es kein nennenswertes gemeinsames Auftreten mit einer anderen Partei. Außerdem kann festgestellt werden, dass eine gemeinsame Nennung von PDS und Grünen nicht existierte, was vermutlich auf die Konkurrenzsituation beider Parteien zurückgeführt werden kann.

Verglichen mit Grünen und FDP war die PDS häufiger Aussageobjekt und konnte seltener selbst ihre Positionen vertreten. Genannt wurden insbesondere Gregor Gysi und André Brie. Sie fanden z. T. sogar mehr Aufmerksamkeit als die Politiker des »Spitzenquartetts«⁷. In der Regel wurde jedoch keine Differenzierung vorgenommen und stattdessen pauschal über die PDS gesprochen. Die Personalisierung der PDS-Berichterstattung war demnach sehr gering, was auch auf den thematischen Kontext der Berichterstattung zurückzuführen ist (Wahlprognosen, Koalitionsspekulationen).

Die Bezugnehmenden waren selten andere Politiker, sondern, den Themen entsprechend, hauptsächlich Umfrageinstitute. Wie über die anderen kleinen Parteien wurde auch über die PDS häufig in gesonderten Artikeln berichtet, die sich nur mit einer Partei beschäftigen. Einen weiteren großen Anteil haben Artikel, die alle Parteien behandeln und inhaltlich einen Überblick über die unterschiedlichen Positionen zu einem Thema geben. Es zeigt sich jedoch, dass die PDS nicht in gleichem Maße in diese »Überblicksartikel« einbezogen wurde wie Grüne und FDP. In der Hälfte dieser Artikel wurde die PDS bei gleichzeitiger Behandlung aller anderen Parteien ausgeblendet. Das bedeutet, dass in Gegenüberstellungen der Parteien in der Hälfte der Fälle auf die Einbeziehung der PDS verzichtet wurde.

Single-Issue-»Friedenspartei«

Wie bereits in früheren Studien nachgewiesen, überwogen auch in diesem Wahlkampf deutlich Themen der Struktur- und Prozessdimension von Politik (polity/politics) gegenüber konkreten Politik-

5 Matthias Meisner: Auf leisen Socken. Die Union verzichtet im Wahlkampf auf die lautstarke Auseinandersetzung mit der PDS. Die Ost-Christdemokraten sind zufrieden, in: Der Tagesspiegel, 8.8.2002.

6 In einem offenen Brief hatten Gregor Gysi und André Brie Oskar Lafontaine (SPD) eine politische Zusammenarbeit angeboten. Obwohl der Brief für das tatsächliche Verhältnis zwischen beiden Parteien folgenlos blieb, entfachte er für kurze Zeit eine erneute Diskussion um das Verhältnis zwischen SPD und PDS.

7 Das »Spitzenquartett« der PDS wurde gebildet von Gabi Zimmer (Parteivorsitzende), Petra Pau (stellv. Fraktions- und Parteivorsitzende), Roland Claus (Vorsitzender der PDS-Fraktion im Bundestag) und Dietmar Bartsch (MdB, Bundesgeschäftsführer).

ternativen (policy). Thematisch wurde die PDS in mehr als zwei Dritteln ihrer Nennungen mit diesem Themenbereich verknüpft (vgl. Tabelle 1). Konkret waren dies vor allem Wahlprognosen und der Brief von Gysi und Brie an Lafontaine sowie damit verbundene Spekulationen um Rücktritt bzw. Comeback von Gregor Gysi. Im policy-Bereich wurde die PDS als Single-Issue-Partei mit dem Thema Irak-Krieg verknüpft. Allerdings konnte sie sich hiermit nicht profilieren, da es bereits von anderen Parteien, insbesondere der SPD, erfolgreich besetzt war. Speziell ostdeutsche Themen spielten in diesem Wahlkampf keine Rolle. Themen wie Arbeitsmarktpolitik, Wirtschaft oder Gesundheit wurden fast nie mit der PDS in Verbindung gebracht. Allerdings spielten diese Themen auch im Kontext der anderen Parteien kaum eine Rolle.

Tabelle 1:
**Themenkontextualisierungen der Parteien
in dpa und Zeitungen (in Prozent)**

Blockthemen	Grüne (n=820)	FDP (n=1222)	PDS (n=470)
Außenpolitik	26	8	8
Infrastruktur/Umwelt/Energie	19	5	3
Inneres/Justiz	7	2	4
Arbeitspolitik	1	3	2
Gesundheit/Familie	2	2	1
Finanzen/Steuern	2	5	2
Wirtschaft	0	2	0
Verteidigung	2	0	1
sonst. policies	7	4	6
polity/politics	36	68	74
gesamt	100%	100%	100%

Nur begrenzter Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit

Es fragt sich nun, auf welche Weise die Kontextualisierung der PDS zustande kam. Inwiefern wurde ihre Darstellung von der Öffentlichkeitsarbeit beeinflusst? Welche Themen wurden hier angesprochen und zu welchen Bereichen hat sie konkrete Politikalternativen vorgelegt? Konnten sich die Wähler ein Bild von der Politik und den Zielen der PDS machen?

Um den Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit (public relations – PR) nachweisen zu können, werden üblicherweise Input-Output-Analysen durchgeführt. Diese vergleichen die Aussagen in den Medien mit den von der jeweiligen Partei ausgesandten Informationen.

Formal betrachtet stellt die Öffentlichkeitsarbeit der PDS im Vergleich die geringste Anzahl von Pressemitteilungen zur Verfügung. Ihre Meldungen sind häufig überdurchschnittlich lang, inhaltlich ausführlich und redundant. Gleichzeitig enthalten sie nur wenige explizite Positionen. Dennoch kann der PDS-PR nicht der Vorwurf gemacht werden, dass die inhaltlich zurückhaltende Berichterstattung

durch fehlende oder unbrauchbare Angebote seitens der Öffentlichkeitsarbeit verursacht worden wäre. So wurden zu weit mehr Themen und von weit mehr Einzelakteuren Pressemitteilungen herausgegeben, als in Agentur und Zeitungen Verwendung fanden.

Reduzierung auf Struktur- und Prozessthemen

Der auffälligste Unterschied zwischen der Selbstdarstellung der PDS und der Medienberichterstattung besteht in dem anteiligen Übergewicht der polity/politics-Themen in den Medien. Das breite PR-Themenspektrum fand kaum Eingang in die Berichterstattung. Statt dessen wurde der Anteil der polity/politics-Themen in der Öffentlichkeitsarbeit von der dpa und von allen Zeitungen deutlich übertroffen, während konkrete Politikalternativen einen deutlich geringeren Anteil hatten. Dies lässt sich im Vergleich mit Grünen und FDP inhaltlich einerseits auf einen größeren Anteil von Spekulationen über den Wahlausgang zurückführen, andererseits auf die Erwähnung von Sonderthemen. Besonders erwähnenswert für diesen Bereich ist der Brief an Lafontaine, der einen erheblichen Anteil an der gesamten PDS-Berichterstattung hat. Bemerkenswert ist, dass dieses Thema erstmalig in der dpa auftritt und nicht auf die Öffentlichkeitsarbeit der Partei zurückzuführen ist.

Da polity/politics-Themen keine Informationen über Politikinhalte vermitteln, sind sie insbesondere für Parteien von Nachteil, die auf die Medien zur Verbreitung ihrer Positionen angewiesen sind. Zusätzlich besitzen zahlreiche polity/politics-Themen negative Themenvalenzen (z. B. Spekulationen um die »Koalitionsfähigkeit«). Die weitgehende Reduktion einer Partei auf die Struktur- und Prozessdimension schaltet sie als Konkurrenz auf inhaltlichen Feldern aus. Sie kann nicht als politische Alternative aufgefasst werden, wenn inhaltliche Lösungsvorschläge unbekannt bleiben. Somit fand in der Berichterstattung eine weitgehende qualitative Ausblendung der PDS statt. Vor diesem Hintergrund hatten die Wähler kaum eine Möglichkeit, sich ein Bild von den konkreten Politikalternativen der PDS zu machen.

Medien ignorieren breites Themenangebot

Auf der Ebene der Politikalternativen wurde die PDS im wesentlichen in Zusammenhang mit den Themen diskutiert, die auch in Bezug auf andere Parteien Beachtung fanden. So verstärkte sich im Selektionsfluss zwischen PR und Zeitungen die Kontextualisierung mit den insgesamt stark beachteten Themen Irak-Krieg und Flutkatastrophe. Die große Themenbreite der PR, die u. a. Arbeitsmarkt-, Wirtschafts-, Gesundheits- und Familienpolitik abdeckte, hat sich insgesamt nicht durchgesetzt. Nur in wenigen Fällen wurde die PDS mit den von ihrer PR besonders hervorgehobenen Themen in Verbindung gebracht (siehe Tabelle 2, 3).

Bei näherer Betrachtung stellt man bereits auf der Ebene der Agenturberichterstattung eine unerwartete Themenreduktion fest. Unabhängig von der (im Gegensatz zu den Zeitungen) nahezu unbegrenzten Publikationskapazität der dpa fand sich hier ein relativ enges, auf wenige Themen konzentriertes PDS-Themenspektrum. Die Agentur stellte sogar weniger Material zur Verfügung als die PR,

d. h., sie traf bestenfalls eine Auswahl aus diesen Informationen. Quantitativ war die PDS in der dpa deutlich unterrepräsentiert. Somit stellte die dpa eine große Hürde im Selektionsfluss der PDS-Informationen dar. Insbesondere durch die Agentur wurden Inhalte der PR aussortiert und hauptsächlich Struktur- und Prozessthemen weiter verbreitet.

Tabelle 2:
Themenkontextualisierung der PDS
(absolute Zahlen)

Blockthema	PR	dpa	Ztg. gesamt
Außenpolitik	44	22	16
Infrastruktur/Umwelt/ Energie	16	4	10
Inneres und Justiz	33	5	13
Arbeitspolitik	15	5	3
Gesundheit/Familie	10	1	4
Finanzen und Steuern		1	7
Wirtschaft und Konjunktur	9	1	-
Verteidigung	7	3	2
sonstige policies	14	7	20
polity/politics	26	88	258
gesamt	174	137	333

Tabelle 3:
Themenkontextualisierung der PDS in Zeitungen
(absolute Zahlen)

Blockthema	taz	FR	SZ	FAZ	Welt	Bild
Außenpolitik	1	3	4	2	6	-
Infrastruktur/ Umwelt/Energie	4	1	4	1	-	-
Inneres und Justiz	3	4	2	1	3	-
Arbeitspolitik	-	2	1	-	-	-
Gesundheit/Familie	-	1	-	1	2	-
Finanzen und Steuern	1	1	2	3	-	-
Wirtschaft und Konjunktur	-	-	-	-	-	-
Verteidigung	1	-	-	-	1	-
sonst. policies	2	4	4	3	7	-
polity/ politics	24	32	51	41	105	8
gesamt	36	48	68	52	121	8

»Unabhängige« Zeitungsberichterstattung

Die Zeitungen präsentierten zwar ein breiteres Themenspektrum als die dpa, allerdings bezogen sie sich dabei auf andere Themen als die Öffentlichkeitsarbeit. Das Themenprofil der PDS in der Zeitungsberichterstattung wies somit nur entfernte Ähnlichkeit mit der Selbstdarstellung in den Pressemitteilungen auf. Die Präsentation der

PDS-Artikel in aufwändigen Formaten wies zudem darauf hin, dass keine Übernahme aus der dpa oder der PR stattfand. Wenn bedacht wird, dass zusätzliche Recherchen für Zeitungen immer einen hohen Kostenfaktor darstellen, überrascht der hohe Anteil der PDS-Berichterstattung, der auf der Basis anderer Quellen zustande gekommen sein muss. Offenbar zogen es die Medien vor, mehr Aufwand für Eigenrecherche zu betreiben, statt Themen aus der Öffentlichkeitsarbeit der PDS aufzugreifen.

Mit der weitgehend auf den Entscheidungen der Journalisten beruhenden Themenkontextualisierung verband sich auch die Präsenz der PDS-Einzelakteure. Die Bundestagsfraktion als Kompetenzzentrum der Partei nahm großen Raum in der PR ein und zeichnete sich durch eine breite Themenpalette aus. Abhängig von der Themenkontextualisierung konzentrierte sich die Berichterstattung jedoch entweder auf die Gesamtpartei oder auf wenige Prominente, während die Experten der Bundestagsfraktion kaum eine Chance auf Medienaufmerksamkeit hatten. Viel häufiger ist die pauschale Nennung der Gesamtpartei, vor allem im Zusammenhang mit Wahlprognosen (s. o.). Gysi und Brie genießen hohe Aufmerksamkeit durch die häufige Thematisierung des Briefs an Lafontaine. Das Spitzenquartett konnte in den Medien platziert werden, wenn auch eine Bezugnahme durch andere Parteien ausblieb.

Unterschiede zwischen überregionalen Tageszeitungen

In der Themenkontextualisierung kann für die PDS das ideologische Rechts-Links-Spektrum der Zeitungen nachgewiesen werden. Dieses zeichnete sich hier durch eine Zunahme von Struktur- und Prozessthemen von links nach rechts aus. Das Zeitungsspektrum galt jedoch nicht für den Umfang der Berichterstattung. Hier bewegte sich die PDS-Präsenz zwischen 1,3 (BILD) und 6,4 Prozent (Welt), mit einem Mittelwert von 3,9 Prozent. Überraschend ist der geringe Anteil an der dpa-Berichterstattung (2,9 Prozent), der von jeder Zeitung (außer BILD) übertroffen wurde.

Obwohl sich die Berichterstattung der einzelnen Zeitungen merklich unterschied, wahrten alle eine gewisse Distanz zur PDS und es konnte keine Parallelisierung der politischen Positionen durch eine Zeitung festgestellt werden.⁸ Explizite oder implizite Bewertungen der PDS durch Journalisten gab es dabei in insgesamt 42 (von 331) Fällen, wobei die negativen Bewertungen gleichermaßen vom linken (taz, FR) wie vom rechten Zeitungsspektrum (Welt) ausgingen. Dennoch kann keine konsonant negative journalistische Bewertung der PDS festgestellt werden. Während sich in der »Welt« die meisten explizit positiven PDS-Bewertungen und insgesamt eine ausgewogene journalistische Bewertung finden lassen, gibt es sowohl in der FR als auch in der taz eine Überzahl negativer Urteile. Als Person konnte allein Gregor Gysi mehrere negative Bewertungen auf sich vereinen, die sich vor allem auf den Gysi/Brie-Brief beziehen.

8 Vgl. Colin Seymour-Ure: *The Political Impact of Mass Media*, London/Beverly Hills 1974.

Distanz im linken Zeitungsspektrum

Überraschungen gab es somit sowohl im rechten (Welt) als auch im linken Zeitungsspektrum (taz). Die Konkurrenzsituation zwischen PDS und Grünen im linken Parteienspektrum ließ die Grünen-nahe

taz PDS-kritischer berichten als klassisch konservative Zeitungen wie FAZ und Welt. Während die »Welt« häufig und – abgesehen von den Themenkontextualisierungen – nicht auffällig negativ über die PDS berichtet, lässt sich in der linken taz anhand verschiedener Hinweise (u. a. Häufigkeit, Bewertung, Akteursnennungen) eine deutliche Distanz zur PDS ablesen. Die Unvereinbarkeit von PDS und Grünen in der Berichterstattung zeigt sich auch in den fehlenden Bezügen aufeinander und dem fehlenden gemeinsamen Auftreten in Artikeln. Somit ist die PDS nicht nur dem Lagerwahlkampf zum Opfer gefallen, sondern offenbar auch der Undenkbarkeit einer rot-rot-grünen Koalition. Durch ein Ausscheiden der PDS aus dieser Konstellation wurde die »erweiterte« Lagerstruktur selbst verstärkt.⁹

9 Vgl. Raschke a. a. O.

10 Vgl. dpa 28. April 2002, 4.12 Uhr: Anzeigenstreit zwischen der PDS und dem Axel Springer Verlag, Berlin.

Das gemeinsame Auftreten der Zeitungen des Springer-Verlags gegenüber der PDS in der Ablehnung ihrer Anzeigen¹⁰ spiegelte sich nicht in der (vollends gegensätzlichen) PDS-Berichterstattung von »Welt« und BILD. Während die Berichterstattung über die PDS in BILD so marginal ausfiel, dass von einer Ausblendung gesprochen werden kann, war der Anteil der PDS-Berichterstattung in der Welt am höchsten in den untersuchten Zeitungen. Dabei nahm die PDS-Berichterstattung sogar mehr Raum ein als die Berichterstattung über die Grünen. Gemeinsam war »Welt« und BILD nur der extrem hohe Anteil der Struktur- und Prozessthematen an der PDS-Kontextualisierung.

Auf dem Weg der Besserung

Große Schwankungen in der Häufigkeit der Berichterstattung und eine inhaltliche Marginalisierung zeigen, dass die PDS auch im Bundestagswahlkampf 2002 keinen festen Platz in der Berichterstattung hatte und in diesem Sinne noch nicht als etablierte Partei gelten kann.¹¹ Die Medien beeinflussten die gesamte Präsentation, Gewichtung, Kontextualisierung und Bewertung der PDS, während sich diese weder in der dpa noch in den Zeitungen mit ihrem Selbstbild durchsetzen konnte. Dieser Fall wird in der Kommunikationswissenschaft als *gescheitertes Themenmanagement* bezeichnet. Es zeigt sich vielmehr eine weitgehende Unabhängigkeit der Medien vom Einfluss der Pressearbeit. Allein im speziellen Fall des Gysi/Brie-Briefs ließen sich die Medien durch die Anwendung von Nachrichtenmerkmalen beeinflussen, die in hohem Maße den medialen Aufmerksamkeitsregeln entsprachen (z. B. Prominenz).

11 Vgl. Christiane Eilders: Bilder der Parteien in den Medien. Die Darstellung der PDS in überregionalen Pressekommentaren, in: Michael Brie, Rudolf Woderich (Hrsg.): Die PDS im Parteiensystem, Berlin 2000, S. 154-166.

Fortschritte gegenüber früheren Wahlkämpfen bestanden für die PDS darin, dass sie nicht quantitativ ausgeblendet und nicht als reine Ostpartei und »Phänomen PDS«¹² thematisiert wurde. Es kann sogar gesagt werden, dass die Pressearbeit der PDS die »richtigen« Themen besetzt hat, mit denen andere Parteien tatsächlich kontextualisiert wurden. Allerdings traf dies weitaus seltener auf die PDS selbst zu. So fand sich der außenpolitische Schwerpunkt der Pressearbeit in den Medien nicht wieder, auch wenn das Thema in Bezug auf die anderen Parteien durchaus von Interesse war. Nur in sehr geringem Maße ist es der PDS überhaupt gelungen, in den Medien mit Politikinhalten verbunden zu werden.

12 Eilders, S. 161.

Auch die weitgehende Unabhängigkeit der Zeitungsberichterstattung von dpa und Öffentlichkeitsarbeit ist an der unterschiedlichen Themenkontextualisierung zu erkennen. Während die PDS-PR zu den anderen Parteien ähnliche Themen aufrief, schufen die Zeitungen eine neue Kontextualisierung und präsentierten die PDS dementsprechend häufig

in Einzeldarstellungen und nicht im Vergleich der Sachpositionen aller Parteien. Die gravierenden Unterschiede betrafen nicht allein die divergierenden Themenkontexte. Vielmehr löste sich das Parteiprofil durch die Konzentration auf Struktur- und Prozessthemen in einer wenig inhaltlichen, vorwiegend strategischen Betrachtung der PDS auf.

Etablierung gegen die Medien?

Die Ergebnisse sind aufgrund des speziellen Kontextes nicht direkt auf die wahlkampffreie Zeit übertragbar. Eine Interpretation kann daher nur unter der Berücksichtigung dieser konkreten Bedingungen erfolgen. Dazu bietet sich ein langfristiger Vergleich mit den Grünen an, die sich auf lange Sicht gegen eine quantitative Medienbarriere durchsetzen konnten. Dagegen ist die PDS im Wahlkampf 2002 trotz erfolgter Berichterstattung gescheitert. Sollte der Wahlausgang durch die Berichterstattung beeinflusst worden sein, so beruht die Niederlage auf der weitgehenden qualitativen Ausblendung, da die inhaltliche Reduktion die Verbreitung von PDS-Positionen im Wahlkampf behindert hat. Dennoch: Verglichen mit den Ergebnissen vorangegangener Untersuchungen fällt die Berichterstattung im Wahlkampf 2002 erheblich differenzierter aus. Offenbar orientiert sich die Berichterstattung wie bei den Grünen an der politischen Machtposition. Das heißt, dass der Zuwachs durch den Machtgewinn der PDS, nicht durch eine Vorreiterrolle der Medien hervorgerufen wurde. Ob dem quantitativen Zuwachs eine inhaltliche Verbesserung folgen wird, wird die Zukunft zeigen. Nach der Wahlniederlage bei der Bundestagswahl 2002 ist jedoch eine Rückwärtsentwicklung möglich. So warnen PDS-Strategen bereits vor der »sozialen Isolation, die bei Verlust von formalen Positionen in Parlamenten zu einer völligen Bedeutungslosigkeit in den Medien und dem Kommunikationsalltag der Bundesrepublik führen kann«.¹³

Konsequenzen für den Europawahlkampf 2004

Aufgrund der schwächeren Machtposition der PDS ist die Ausgangslage für den Europawahlkampf deutlich schlechter. Doch sprechen die Ergebnisse des Bundestagswahlkampfes eine deutliche Sprache: Die PDS hat nur dann eine Chance auf Medienpräsenz, wenn Prominenz »im Spiel« ist und wenn sie die Themen bedient, die die Medien von sich aus thematisieren. Einzelne Abgeordnete und Fachpolitiker haben in der Regel keine Chance auf Medienbeachtung. Die Platzierung des »Spitzenquartetts« hat funktioniert; für den Europawahlkampf, der voraussichtlich nicht mit bundespolitischer Prominenz geführt wird, ist jedoch eine deutlich größere Anstrengung bezüglich der Personalisierung nötig. Die Kandidatenprofile müssen schärfer sein, da hier kaum auf vorhandener Popularität aufgebaut werden kann. Thematisch muss ein Mittelweg gefunden werden zwischen der notwendigen Reaktion auf aktuelle Themen und der »Energieverschwendung« durch eine Verzettlung in Einzelthemen, die trotz sachkundiger Behandlung für die Medien nicht von Interesse sind.

Die Pressearbeit der PDS sollte bedenken, dass gerade linke Zeitungen (taz, FR) generell seltener und häufig kritischer über die PDS berichten als konservative Zeitungen. Außerdem sollte eine Anpassung der Länge und des Gehalts von Pressemitteilungen an die Gewohnheiten der Medien erfolgen.

13 André Brie, Michael Brie, Michael Chrapa, a. a. O., S. 5.