

# Selects Medien- analyse 2023

**Der Wahlkampf 2023 in den traditionellen Medien**

Bruno Wüest, Roland Krell, Ronja Wirz und Claude Meier

**März 2024**

**IMPRESSUM**

**Studientitel:** Selects Medienanalyse 2023. Der Wahlkampf 2023 in den traditionellen Medien.

**Auftraggeber:** FORS

**Auftragnehmer:** Center for Research & Methods, Hochschule für Wirtschaft Zürich

**Autor:innen:** Bruno Wüest, Roland Krell, Ronja Wirz und Claude Meier

**Datum:** 16.03.2024

## Inhaltsverzeichnis

<b>Überblick</b> .....	4
<b>Daten und Methoden</b> .....	4
<b>Intensität des Wahlkampfes</b> .....	5
<b>Zeitungsrubriken und Politik-Berichterstattung</b> .....	7
<b>Politische Themen in den Medien</b> .....	8
<b>Parteien, Bundesrät:innen und Kandidierende</b> .....	10
<b>Appendix</b> .....	14
<b>Referenzen</b> .....	14

## Überblick

Die Medienanalyse der schweizerischen Wahlstudie Selects 2023 erfasst und analysiert Print- und Onlinemedien aus der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz. Die Erhebungsperiode umfasst den Zeitraum von sechs Monaten vor den eidgenössischen Wahlen 2023.

Der Anteil an Artikeln mit Bezug zur Schweizer Politik beläuft sich auf 19.5 %. Die meisten regionalen und überregionalen Tageszeitungen sowie Wochenzeitungen mit politischer Ausrichtung weisen einen Anteil von deutlich über 20 % auf.

Internationalen Beziehungen und Sicherheitspolitik war wegen den Kriegen in der Ukraine und im Nahen Osten das in allen Sprachregionen dominierende Thema im eidgenössischen Wahlkampf 2023. Die Debatten um öffentliche Dienste und Infrastruktur, die Berichterstattung zum Wahlkampf an sich sowie Diskussionen zu Umwelt und Verkehr waren ebenfalls prägend.

Die Medienpräsenz der grossen Parteien korreliert zudem stark mit ihrer Wähler:innenstärke mit der SVP als sichtbarste Partei. Einzig die FDP erhielt etwas mehr Beachtung, als ihr gesunkener Wähler:innenanteil erwarten lässt. Von den Kandidierenden haben 389 mehr als 100 Nennungen und damit eine gewisse Medienprominenz erreicht. Die Gesichter des Wahlkampfs waren die Parteipräsidenten der FDP, Thierry Burkart, und der Mitte, Gerhard Pfister, sowie SP-Ständerat Daniel Jositsch.

## Daten und Methoden

Der technische Bericht (Wüest et al. 2024) enthält eine vollständige Beschreibung der Datenquellen und angewandten Methoden. Hier finden Sie lediglich eine Übersicht.

Die Erhebungsperiode umfasst den Zeitraum von sechs Monaten vor den eidgenössischen Wahlen 2023 (01. Mai 2023 bis zum 31. Oktober 2023). Insgesamt enthält der Zeitungskorpus 698'607 Zeitungsartikel aus 116 Titeln von 63 Quellen, vor allem aus dem Zeitungsarchiv Swissdox@Liri.

Zunächst wurde mit Hilfe eines dichte-basierten Clusterings von Satz-Embeddings im gesamten Korpus eine generische Zeitungsrubrik, welche generelle, medientitel-unabhängige Themen enthält, erfasst. Zudem wurden für die Zeitungsartikel, welche sich auf das politische Geschehen in der Schweiz beziehen, die 17 Selects-Themen erkannt.

Im zweiten Schritt der Analyse wurde mit Diktionären aus relevanten Begriffen das mediale Vorkommen der 15 wichtigsten Parteien und Bezügen zur Schweizer Politik gemessen. Zusätzlich wurden die Nennungen der 5997 National- und Ständeratskandidat:innen, der 7 Bundesrät:innen, des Bundeskanzlers und der ehemaligen National- und Ständerät:innen, die 2019 gewählt wurden, 2023 aber nicht mehr zur Wahl angetreten sind, erfasst.

## Intensität des Wahlkampfes

Über den Erhebungszeitraum vom 1. Mai 2023 bis 31. Oktober 2023 wurden insgesamt 698'607 Zeitungsartikel gesammelt und ausgewertet. Das bedeutet, dass im Durchschnitt wöchentlich ca. 25'800 Artikel gesammelt wurden. Nach Sprachregionen unterteilt wurden insgesamt 569'261 Artikel (81.5 %) aus der Deutschschweiz, 110'510 Artikel (15.8 %) aus der französischsprachigen Schweiz und 18'836 Artikel (2.7 %) aus der italienischsprachigen Schweiz zusammengetragen.

**Abbildung 1: Anzahl gesammelte Zeitungsartikel pro Woche**

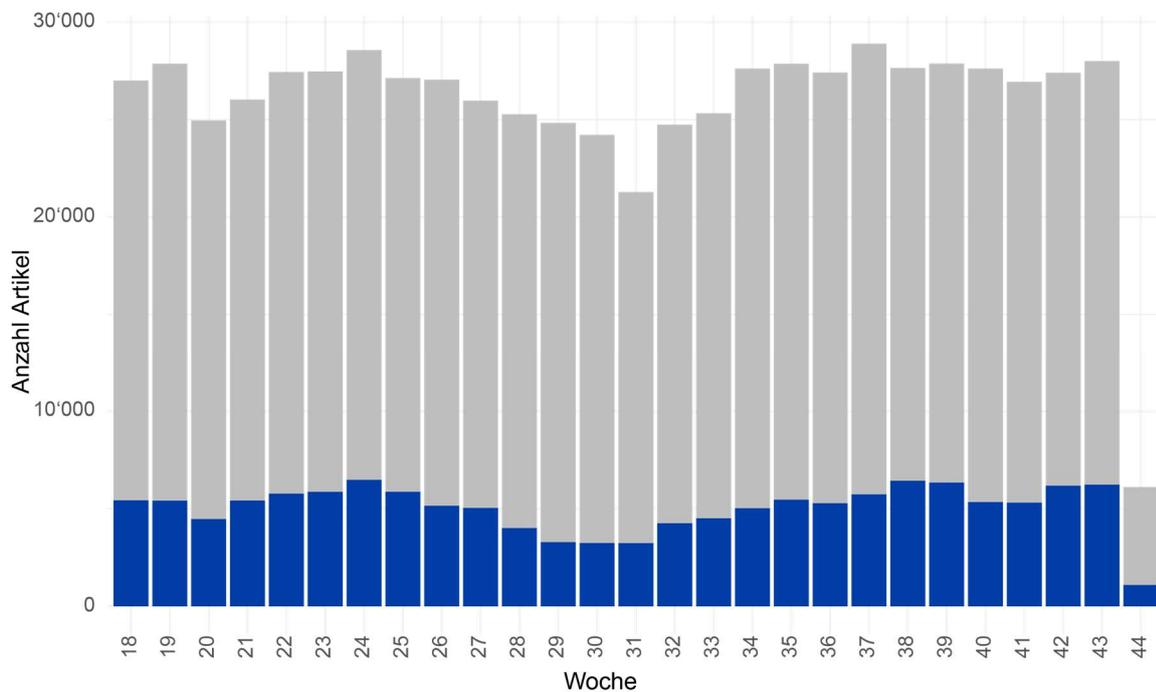
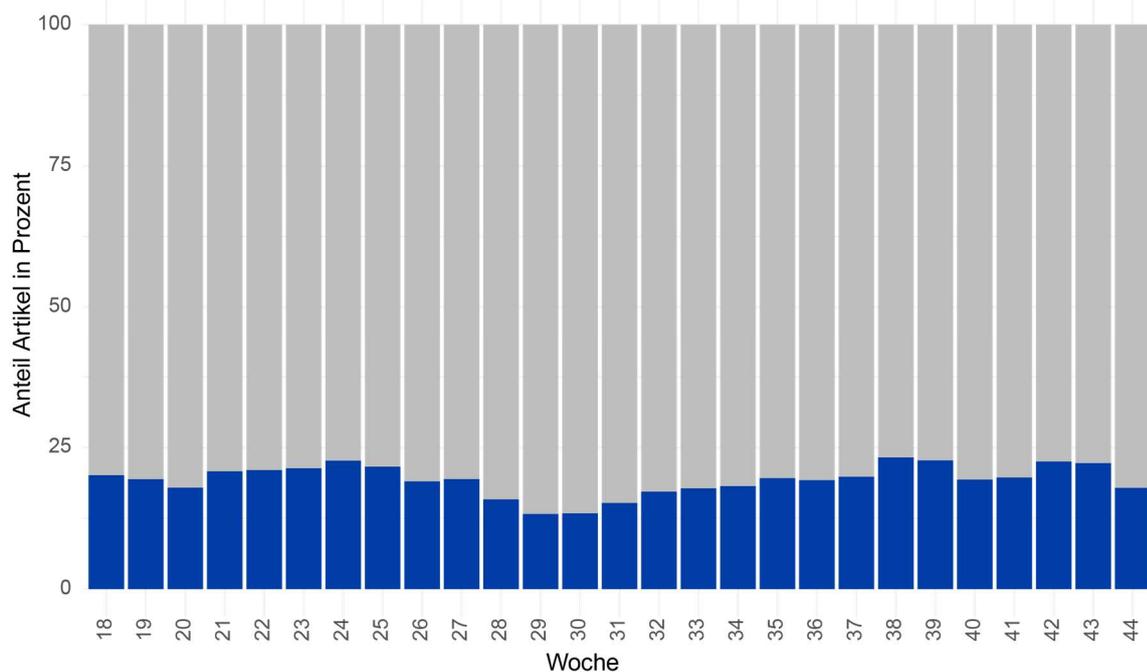


Abbildung 1 zeigt sowohl die gesammelten Zeitungsartikel als auch die politisch relevanten Artikel im Wochenintervall über den gesamten Erhebungszeitraum. Die eidgenössischen Wahlen fanden am Ende der Woche 43 statt. Die geringe Anzahl an

Zeitungsartikel in Woche 44 ist darauf zurückzuführen, dass die Artikel in dieser Woche nur noch zwei Tage bis zum 31. Oktober gesammelt wurden.

Der Anteil an Artikeln mit Bezug zur Schweizer Politik beläuft sich mit 135'863 Artikeln auf 19.5 %. In der Medienanalyse 2019 wurden knapp 17 % politisch relevanter Artikel ausgewertet (Gilardi et al. 2020: 6). Damit hat sich dieser Anteil im Vergleich zu den eidgenössischen Wahlen 2019 nur ganz leicht verändert. Der Anteil für die Schweizer Politik relevanten Artikel beläuft sich in der Deutschschweiz auf 19.9 %, in der französischsprachigen Schweiz auf 17.5 % und in der italienischsprachigen Schweiz auf 14.3 %. Damit liegen im Durchschnitt wöchentlich knapp 5'000 politisch relevante Artikel vor.

**Abbildung 2: Anteil der gesammelten Zeitungsartikel pro Woche**



Wie in Abbildung 2 ersichtlich gibt es im Juni 2023 höhere Anteile an für die Schweizer Politik relevante Artikel. Kurz vor dem Wahlkampfauftakt Anfang August gibt es die tiefsten Anteile im gesamten Erhebungszeitraum. Bis zu den Wahlen nimmt der Anteil der Schweizer Politik in den Medien dann fast kontinuierlich zu. In der Vorwahlwoche ist der Anteil mit 23 % zusammen mit den Wochen 24 und 38 am höchsten.

## Zeitungsrubriken und Politik-Berichterstattung

Der Anteil politisch relevanter Artikel unterscheidet sich stark nach Medium, wie in Tabelle 1 dargestellt ist. Nicht überraschend weist das auf die Berichterstattung zur Schweizer Politik spezialisierte Nachrichtenportal Swissinfo den höchsten Anteil auf. Aber auch die meisten regionalen und überregionalen Tageszeitungen sowie die Wochenzeitungen mit politischer Ausrichtung (Weltwoche und Wochenzeitung) weisen einen Anteil von deutlich über 20 % auf. Spezialisierte Nischenmagazine und Illustrierte befinden sich erwartungsgemäss am unteren Ende der Reihenfolge.

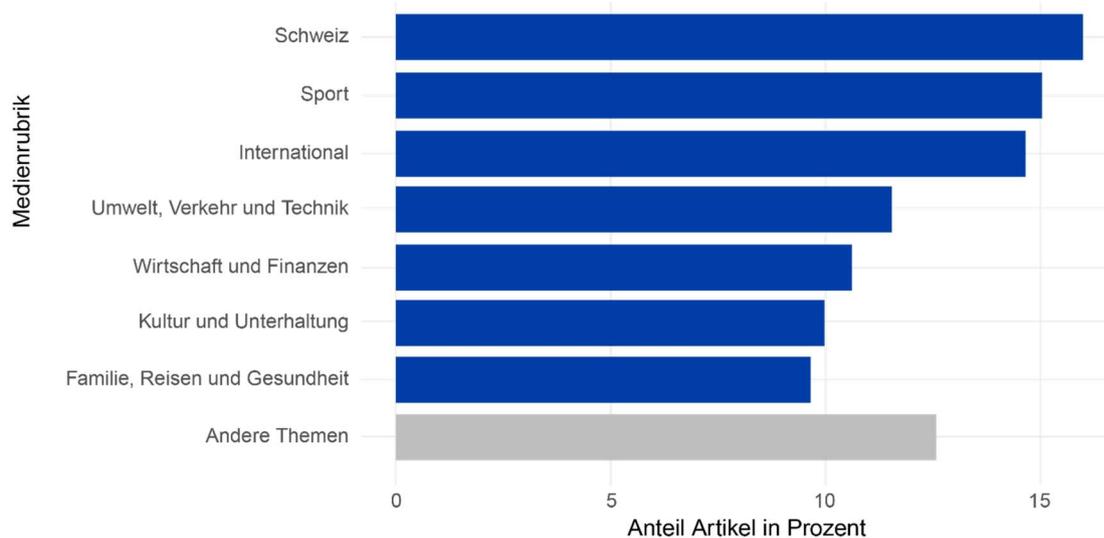
**Tabelle 1: Bezug zur Schweizer Politik in Medienquellen**

Medienquelle	Total Artikel	Schweiz. Politik	% Anteil	Medienquelle	Total Artikel	Schweiz. Politik	% Anteil
swissinfo.ch	1334	858	64,32	Urner Zeitung	11230	2243	19,97
Thalwiler Anzeiger / Sihltaler	849	264	31,1	Der Bund	18769	3746	19,96
St. Galler Tagblatt	25067	7095	28,3	Berner Oberländer	18422	3659	19,86
Le Temps	15921	4285	26,91	Thuner Tagblatt	18407	3620	19,67
Aargauer Zeitung / MLZ	21967	5810	26,45	Corriere del Ticino	8469	1655	19,54
Zofinger Tagblatt / MLZ	5241	1371	26,16	Sonntagszeitung	1977	373	18,87
Limmattaler Zeitung	10298	2690	26,12	Sonntagsblick	1987	368	18,52
Solothurner Zeitung / MLZ	13327	3462	25,98	Wiler Zeitung	11129	2050	18,42
Luzerner Zeitung	20492	5209	25,42	HZ Insurance	1083	198	18,28
bz - Zeitung für die Region Basel	11670	2957	25,34	Zuger Presse	870	158	18,16
Die Weltwoche	5466	1343	24,57	Toggenburger Tagblatt	10799	1929	17,86
Beobachter	1455	355	24,4	Werdenberger & Obertoggenburger	11154	1983	17,78
Badener Tagblatt	11411	2702	23,68	srf.ch	27055	4398	16,26
Oltner Tagblatt / MLZ	10191	2403	23,58	PME Magazine	3215	513	15,96
Grenchner Tagblatt	10361	2409	23,25	Handelszeitung	6722	992	14,76
Neue Zürcher Zeitung	20785	4756	22,88	Blick	38990	5631	14,44
Die Wochenzeitung	849	194	22,85	Bilanz	806	107	13,28
Zürichsee-Zeitung	17048	3893	22,84	Bilan	471	62	13,16
Zürcher Unterländer	16636	3795	22,81	Zuggerbieter	811	98	12,08
Thurgauer Zeitung	12458	2736	21,96	Finanz und Wirtschaft	5876	577	9,82
Der Landbote	18284	3941	21,55	Le Matin Dimanche	14630	1391	9,51
Tages-Anzeiger	19012	4051	21,31	Bolero	84	7	8,33
Berner Zeitung	19291	4036	20,92	20 minuten	46381	3857	8,32
Zuger Zeitung	11754	2453	20,87	L'illustré	2385	192	8,05
24 heures	17431	3623	20,78	cash.ch	18379	1452	7,9
Basler Zeitung	18695	3864	20,67	Schweizer Familie	682	38	5,57
Tribune de Genève	16867	3457	20,5	Schweizer Illustrierte	9776	212	2,17
Bz - Langenthaler Tagblatt	17505	3587	20,49	Femina	618	10	1,62
Nidwaldner Zeitung	11195	2290	20,46	Schweizer LandLiebe	182	2	1,1
Obwaldner Zeitung	11191	2270	20,28	Glückspost	2121	19	0,9
Appenzeller Zeitung	10759	2162	20,09	encore!	231	2	0,87

Die Clusteranalyse (vgl. Wüest et al. 2024) hat es erlaubt, neben der Einteilung in Artikel zur Schweizer Politik ebenfalls eine Einteilung der Artikel in generische Rubriken vorzunehmen. Somit kann unabhängig von den einzelnen Medienredaktionen jeder

Artikel im Erhebungszeitraum einer Zeitungsrubrik zugeteilt werden, welche unabhängig zum Bezug zur Schweizer Politik ist. Abbildung 3 weist die Themen Schweiz, Sport und International mit 16 %, 15 % und 14,7 % als fast gleich wichtige Toprubriken aus. Umwelt, Verkehr und Technik sowie Wirtschaft und Finanzen sind ebenfalls prägende Themen in mehr als 10 % der Zeitungsartikel.

**Abbildung 3: Anteil der generischen Zeitungsrubriken**



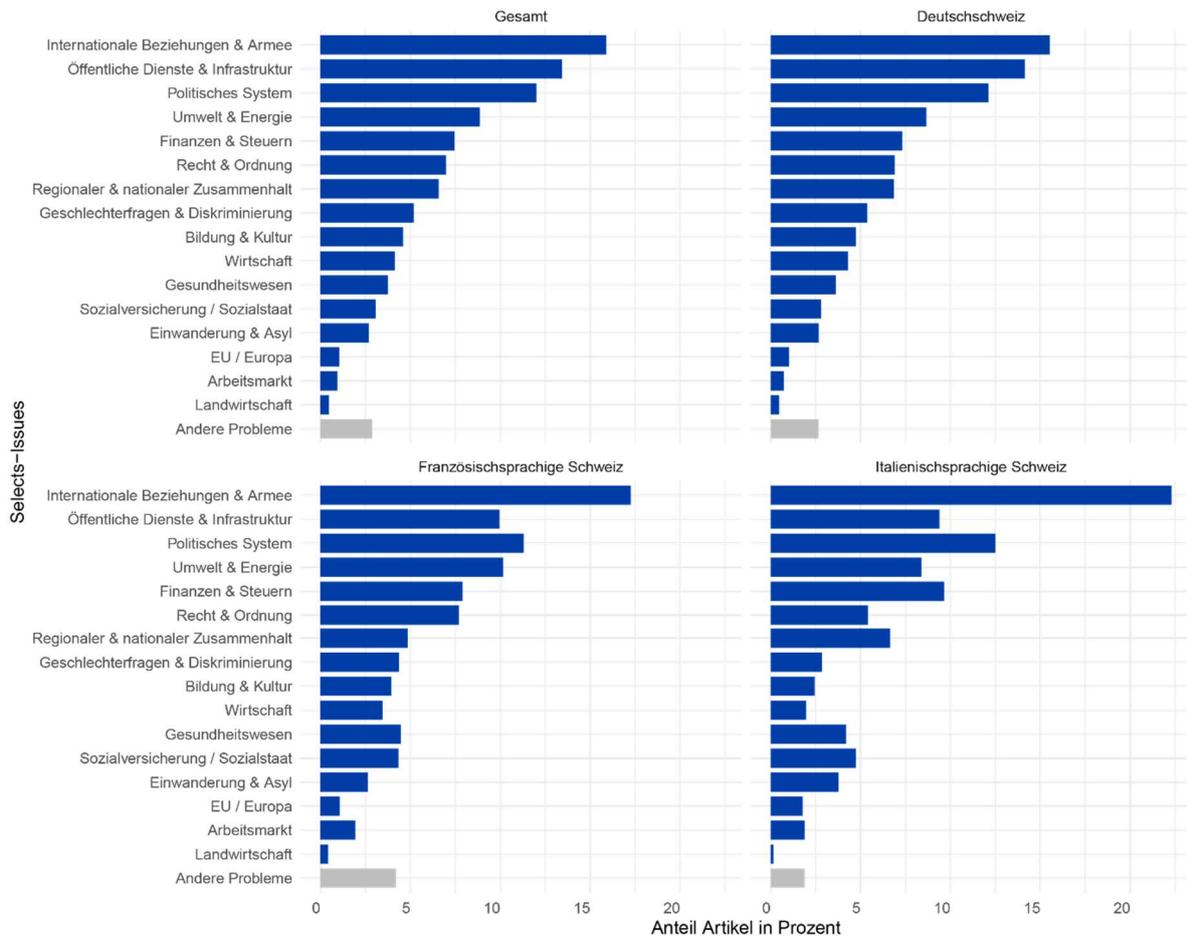
## Politische Themen in den Medien

Um welche Themen sich der öffentliche Diskurs mit Bezug zur Schweizer Politik im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2023 gedreht hat, ist der Abbildung 4 zu entnehmen. Es zeigt sich, dass das in allen Sprachregionen dominierende Thema die internationalen Beziehungen und Sicherheitspolitik war (insgesamt 16 % der Artikel zur Schweizer Politik). Besonders wichtig mit 22,3 % ist das Thema in den italienischsprachigen Medien. Diese grosse Bedeutung ist vor allem dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine sowie dem Terroranschlag der Hamas in Israel am 7. Oktober geschuldet.

Öffentliche Dienste und Infrastruktur (insbesondere mit Debatten rund um die Bahn), Politisches System (hierbei vornehmlich die Berichterstattung zum Wahlkampf) sowie vor allem in den französisch- und italienischsprachigen Medien Umwelt & Energie (Erneuerbare Energien als wichtigste Aspekte) waren ebenfalls prägende Themen des Wahlkampfes für die eidgenössischen Wahlen 2023.

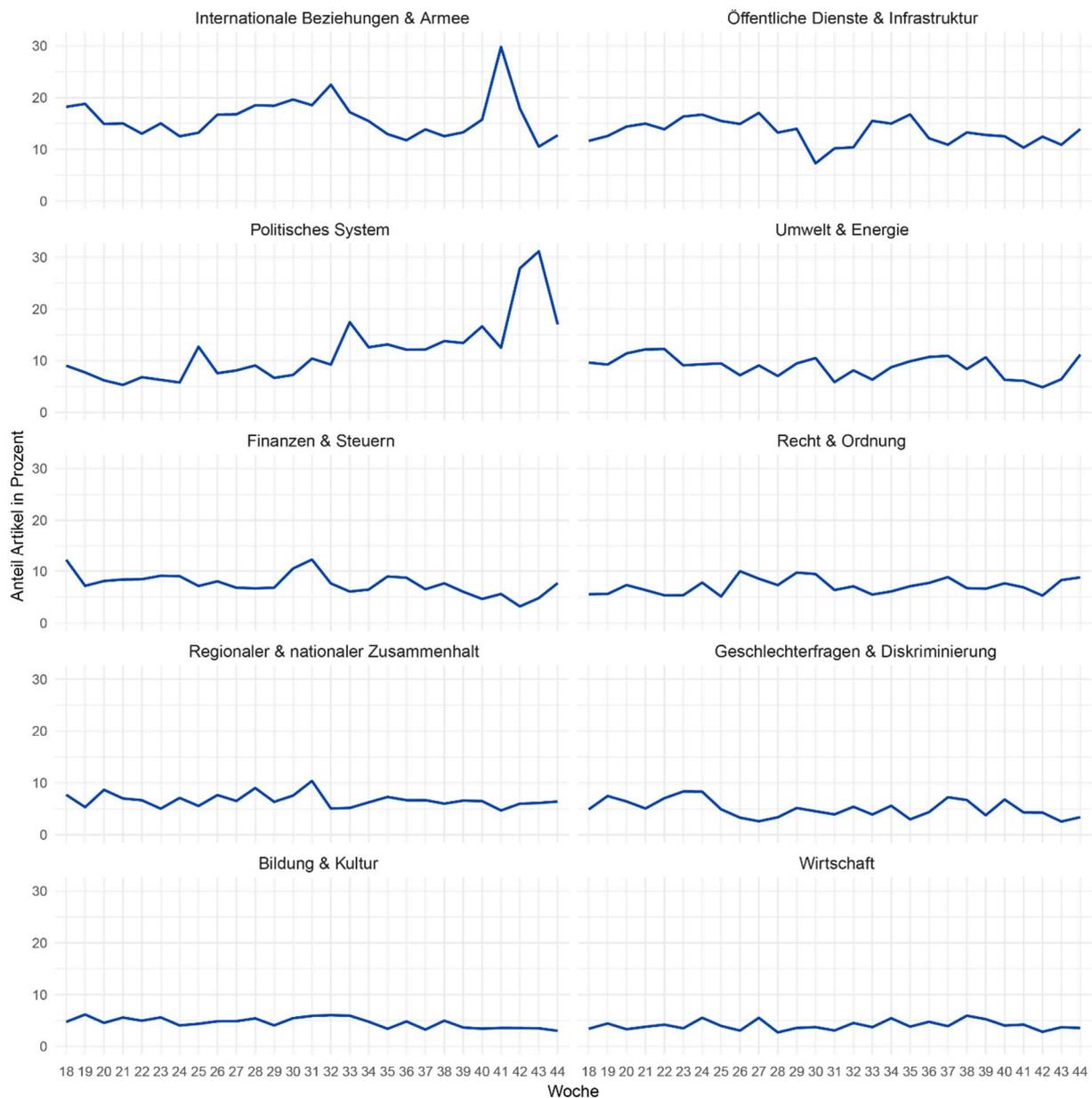
Wirtschaftliche Streitfragen sind vornehmlich im Thema Finanzen & Steuern abgebildet und weisen mit 7,5 % ebenfalls eine gewisse Prominenz in der medialen Agenda auf. Eine genauere Durchsicht dieses Themas zeigt, dass hier die Teuerung sowie die Aufarbeitung des Untergangs der Credit Suisse die wichtigsten Aspekte sind.

**Abbildung 4: Bedeutung der politischen Themen im Wahlkampf**



Die Entwicklung der zehn wichtigsten Themen über den Erhebungszeitraum (1. Mai bis 31. Oktober 2023) zeigt unterschiedliche Dynamiken auf. Internationale Beziehungen & Armee und Politisches System erreichen ihre Aufmerksamkeitsspitzen kurz vor den Wahlen. Die anderen Themen aus den Top 5, öffentliche Dienste und Infrastruktur, Umwelt & Energie sowie Finanzen & Steuern weisen deutliche Auf- und Abwärtsbewegungen auf, welche aber nicht um den Wahltermin herum kulminieren. Recht & Ordnung, regionaler und nationaler Zusammenhalt, Geschlechterfragen & Diskriminierung, Bildung & Kultur und Wirtschaft schliesslich weisen einen vergleichsweise konstanten Verlauf auf.

**Abbildung 5: Die zehn wichtigsten politischen Themen im Zeitverlauf**

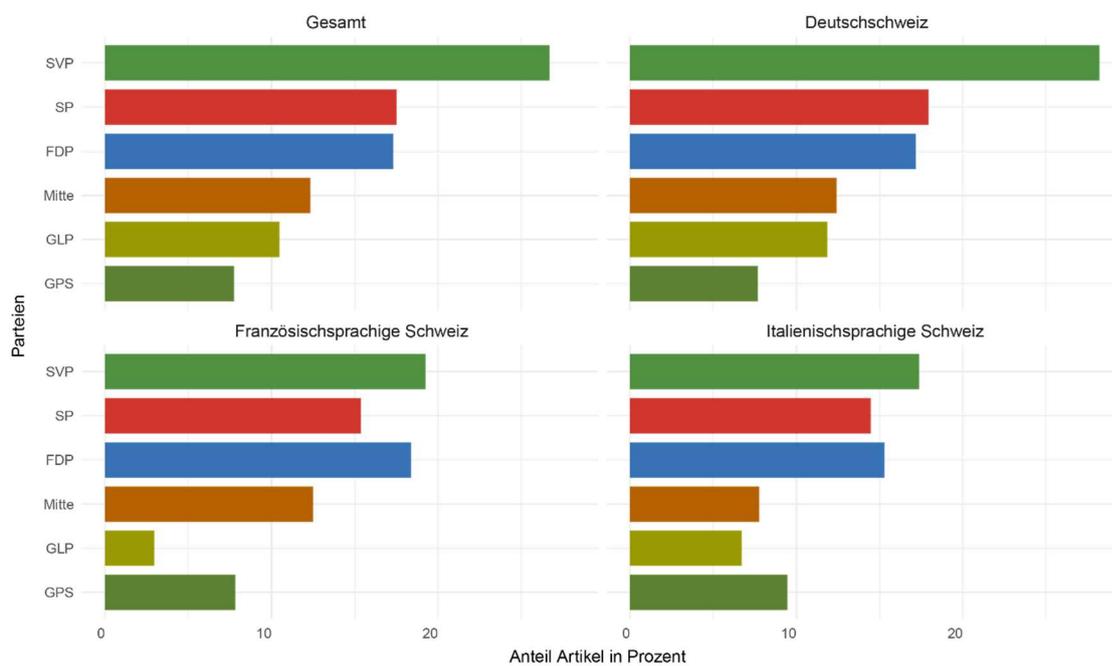


## Parteien, Bundesrät:innen und Kandidierende

Welche Aufmerksamkeit die Parteien in den Medien genossen haben, ist Abbildung 6 zu entnehmen. Es zeigt sich, dass die Medienpräsenz der Parteien stark mit der Parteistärke korreliert. So wurde die SVP in 36'280 Artikeln erwähnt. Damit kam die SVP in etwas mehr als jedem vierten Zeitungsartikel zu den Schweizer Wahlen vor. Die zweithäufigste Nennungshäufigkeit hatte die SP resp. die FDP mit 23'774 resp. 23'516 Artikeln (17.5 resp. 17.3 %). Die Mitte wurde mit 16'757 Zeitungsartikeln in mehr als jedem 10 Zeitungsartikel erwähnt. Die GLP kam in 14'244 Artikeln (10.5 %) vor und die Grünen

wurden in 10'525 Artikeln (7.8 %) genannt. Somit hat es vor allem die FDP zu mehr Medienaufmerksamkeit gebracht, als aufgrund ihrer gesunkenen Wählerstärke zu vermuten war. Die mit der Sicherheitspolitik verknüpften dominanten Inhalte des Wahlkampfes haben den Freisinnigen sicherlich Aufwind verliehen, aber auch die traditionell starke Stellung der FDP in der lateinischen Schweiz hat ihren Beitrag zu diesem guten Ergebnis beigetragen.

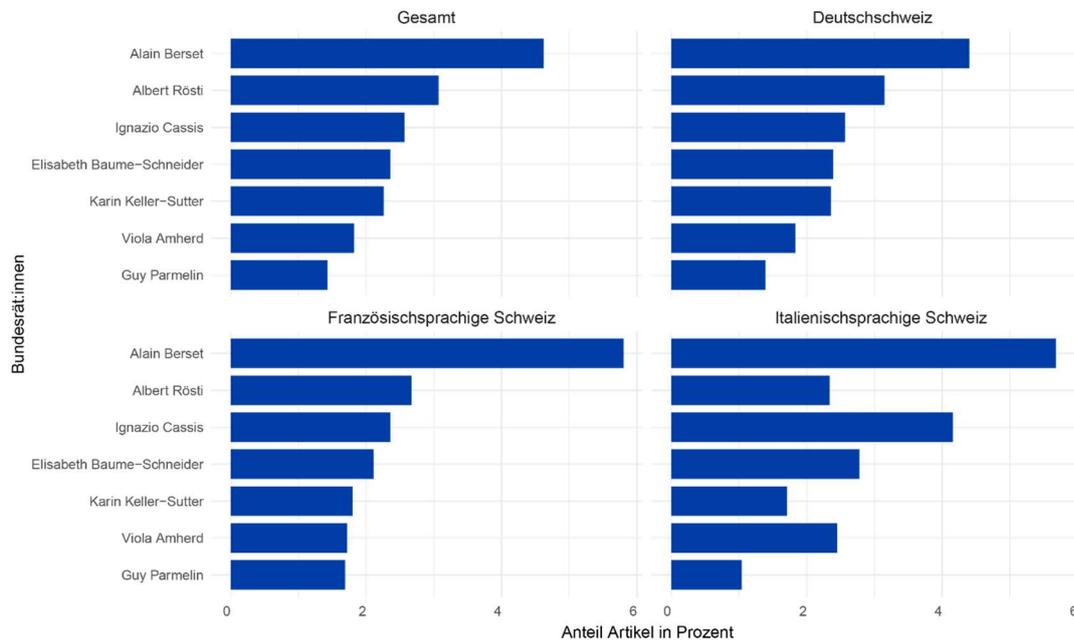
**Abbildung 6: Die grossen Parteien in den Medien**



Bemerkenswert ist zudem die starke Positionierung der SVP in der französischsprachigen Schweiz. Dieses Ergebnis nimmt insofern das Wahlergebnis vorweg, dass die SVP auch im französischsprachigen Landesteil Fahrt aufgenommen hat. Die Grünliberalen schneiden hingegen in der französischsprachigen Schweiz besonders schlecht ab.

Alain Berset ist nicht überraschend der Bundesrat, welcher im Erhebungszeitraum am meisten im Rampenlicht steht (vgl. Abbildung 7). Seine Rücktrittsankündigung gleich vor dem Beginn der Wahlkampfphase hat wohl das Ziel erreicht, für ihn und die sozialdemokratische Partei wertvolle Aufmerksamkeit zu generieren. Aber auch ungeachtet der Rücktrittsankündigung hat Alain Berset regelmässig in Umfragen die höchste Zustimmung erhalten, weshalb das Ergebnis wenig überrascht. Hingegen haben Albert Rösti und (vor allem in der lateinischen Schweiz) Ignazio Cassis im Vergleich zu Umfragen höhere Beachtungswerte in der medialen Öffentlichkeit.

**Abbildung 7: Die mediale Beachtung der Bundesrät:innen**



Insgesamt sind 2'757 der 5'997 Kandidierenden für den National- und Ständerat mindestens einmal in den Genuss einer medialen Aufmerksamkeit und damit einem zusätzlichen Schub für ihre Wahlkampagne gekommen. 389 Kandidierende haben es auf über 100 Nennungen und damit zu einer gewissen Medienprominenz geschafft.

Die Gesichter des Wahlkampfs waren mit je rund 3 % die Parteipräsidenten der FDP, Thierry Burkart, und der Mitte, Gerhard Pfister, sowie SP-Ständerat Daniel Jositsch, der als möglicher Nachfolger von Alain Berset gehandelt wurde (vgl. Tabelle 2). Allgemein scheint ein zentrales politisches Amt wie das Parteipräsidium (Marco Chiesa, Cédric Wermuth, Balthasar Glättli, Mattea Meyer) oder eine mögliche Bundesratskandidatur (Roger Nordmann, Eva Herzog, Jon Pult), ausschlaggebend für eine hohe Beachtung in den Medien zu sein. Weiter ist auffallend, dass es mit Marco Chiesa, Roger Nordmann, Pierre-Yves Maillard und Lisa Mazzone nur vier Persönlichkeiten aus der lateinischen Schweiz unter die 20 am meisten beachteten Kandidierenden geschafft haben.

**Tabelle 2: Die medial prominentesten Kandidierenden**

Name	Partei	Kanton	Anzahl Nennungen	% Anteil
Thierry Burkart	FDP	AG	4333	3.19
Gerhard Pfister	Mitte	ZG	4070	3.00
Daniel Jositsch	SP	ZH	3800	2.80
Cedric Wermuth	SP	AG	3143	2.31
Marco Chiesa	SVP	TI	2704	1.99
Balthasar Glättli	GPS	ZH	2423	1.78
Roger Nordmann	SP	VD	2407	1.77
Thomas Aeschi	SVP	ZG	2139	1.57
Eva Herzog	SP	BS	1990	1.46
Andreas Glarner	SVP	AG	1904	1.40
Tiana Angelina Moser	GLP	ZH	1905	1.40
Jon Pult	SP	GR	1884	1.39
Jürg Grossen	GLP	BE	1862	1.37
Mattea Meyer	SP	ZH	1753	1.29
Matthias Aebischer	SP	BE	1751	1.29
Gregor Rutz	SVP	ZH	1680	1.24
Thomas Matter	SVP	ZH	1606	1.18
Pierre-Yves Maillard	SP	VD	1529	1.13
Werner Salzmänn	SVP	BE	1514	1.11
Lisa Mazzone	GPS	GE	1446	1.06

## Appendix

### Beiliegende Dokumente:

1. *Technischer Report und Codebuch: Selects2023\_MediaAnalysis\_TechnicalReport.pdf*
2. *Daten zu den Entitäten (Parteien und Politiker:innen): Entities-Selects23*
3. *Dokumentation zu den Entitäten (Parteien und Politiker:innen): Entities-Dok-Selects23.xlsx*
4. *Daten zu den Artikeln (Medientitel, Schweizer Politik und Selects-Issues): Articles-Selects23*
5. *Dokumentation zu den Artikeln (Medien, Cluster und Issues): Articles-Dok-Selects23.xlsx*

## Referenzen

- Gilardi, F., Dermont, C., Kubli, M., Baumgartner, L., (2020), Der Wahlkampf 2019 in traditionellen und digitalen Medien, Zürich: IPZ, DigDemLab.
- Wüest, B., Krell, R., Wirz, R., Meier, C. (2024), Der Wahlkampf 2023 in traditionellen Medien, Zürich: HWZ, Center for Research and Methods.