Zeitschrift: Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research

Herausgeber: Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences

Band: 10 (2010)

Heft: 1

Artikel: Hinter den Kulissen : das Verhältnis von Journalisten und Chefbeamten im Schweizer Bundeshaus

Autor: Blum, Roger / Prinzing, Marlis

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790985

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Studies in Communication Sciences 10/1 (2010) 45–63

ROGER BLUM* & MARLIS PRINZING**

HINTER DEN KULISSEN. DAS VERHÄLTNIS VON JOURNALISTEN UND CHEFBEAMTEN IM SCHWEIZER BUNDESHAUS

While the relationship between the media and parliaments receives significant attention, little is known about the relationship between the media and the administration. This article explores the complex relations between journalists based in the Swiss capital of Bern and the top-ranking officials and spokespersons of the federal administration. Based on an online survey of the three groups, our findings show that the exchange of ideas between journalists and top officials occurs only rarely and is accompanied by significant personal distance between the two groups. The ties between journalists and spokespersons, however, are closer. Although top officials rarely contact journalists directly, close affinities exist between single ministries and the media, which have an effect on the media's reporting. Furthermore, this survey shows that top officials oppose spin doctoring, and given that relevant issues are already covered by the media, there is no need for such practices. The spokespersons have come to occupy key roles as all external communication activities are channelled through their positions. Overall, our study shows that the distance between journalists and top officials is greater than that between journalists and Members of Parliament.

Keywords: Switzerland, elite-integration, interrelations between media and administration, spin doctoring, distance.

* Prof. em. Universität Bern, mail@roger-blum.ch
** Macromedia-Hochschule Köln, marlis.prinzing@das-rote-sofa.de

1. Einleitung

Kommunikations- und Medienwissenschaftler haben schon oft das Verhältnis von Journalisten und Parlamentariern untersucht (Hess 1981; Schaller 1988; Blum 1990, 1991; Patzelt 1991; Saxer 1992, 1995; Camkir 1995; Negrine 1998; Staudacher 1997; Hoffmann 2003; Elsen 2004; Mancini 2005; Kuhn 2007, Kramp & Weichert 2008; Donges & Schwab 2009[1]). Ebenso haben sich Journalisten und Politiker dieses Beziehungsfelds angenommen (Riddel 2000; Stamm 2000; Schneider 2001; Carton 2003; Forcella 2004; Bruns 2007). Kaum je wird jedoch die Beziehung zwischen Medien und Verwaltung analysiert. Dabei hat die Verwaltung grosses Gewicht.

Schon der legendäre «Nebenspalter»-Karikaturist Carl Böckli («Bö») antwortete auf die Frage, wer denn in der Schweizer Bundesstadt Bern die Macht habe: «Wer sitzt in Bern und gibt dem Schtaat die heutige Geschtaltung? Hä, zweitens ischts der Bundesrat und erschtens die Verwaltung»[2]. Ein Berner Bundeshaus-Redaktor sagt: «Die Verwaltung ist die stärkste politische Kraft im Land. Sie hat das Gedächtnis, das Fachwissen, die Kontrolle über die Prozesse (und zum Teil über die Personen, die sie leiten müssten) sowie die nötige Geduld, um ihre Agenda durchzusetzen» (M-9). Es lag daher nahe, zu untersuchen, wie stark die Elite-Integration zwischen Spitzenbeamten und politischen Journalisten in der Schweiz ist.[3] Theoretisch knüpfen wir dabei an Blumler & Gurevitch an, die von der Systemtheorie und einem Input-Output-Modell ausgehen und ergründen, wie Medienakteure und politische Akteure interagieren (Blumler & Gurevitch 1995). Ferner verwenden wir die Rollentheorie (Dahrendorf 2006; Parsons 1968; Goffman 2005; Kepplinger & Maurer 2008). Sie beschreibt und erklärt Rollenerwartungen und Rollenfestlegungen. Ein Kernpunkt der Rollentheorie ist die Unterscheidung zwischen in sich

[1] http://www.communication-cultures.eu/wp-content/switzerland_zwischenbericht_d.pdf [20.3.2010]

[2] Böckli, Carl (ca. 1954): Seldwylereien. 92 Zeichnungen und Verse aus dem Nebelspalter von Bö. Rorschach: E. Löpfe-Benz.

[3] Wir bedanken uns bei Manuela Baumli, die die Grafiken beisteuerte, und bei Thomas Häussler, der das Abstract in korrektes Englisch fasste.

stimmigen (konsistenten) und widersprüchlichen (inkonsistenten) Erwartungen. Methodisch stützen wir uns auf eine Befragung von Journalisten, Spitzenbeamten und Sprechern.[4]

2. Grundzüge des Beziehungsgeflechts in einem politischen Zentrum

Hauptstädte stellen politische Zentren dar, in denen verschiedene staatliche Institutionen und intermediäre Akteure interagieren. Dies ist in Bern nicht anders als in Wien, Rom, Berlin, Paris, London oder Washington. In der Schweizer Hauptstadt, die an sich ganz übersichtlich ist, gehen die 246 Mitglieder des Parlamentes ein und aus, sitzt die siebenköpfige Regierung, befindet sich der überwiegende Teil der 33 000 Mitarbeitende zählenden Bundesverwaltung, gegliedert in sieben Departemente und rund 60 Bundesämter, beobachten etwa 150 Journalisten die Bundespolitik und sind unzählige Lobbyisten, Verbands- und Parteifunktionäre tätig. Das Beziehungsgeflecht ist vor allem deshalb ziemlich komplex, weil die Exekutive, die Legislative und die Medien von jeweils einer ganzen Anzahl anderer Akteure beansprucht werden:

Tabelle 1: Grundzüge des Beziehungsgeflechts im politischen Zentrum

Akteur	*Adressat von*
Regierung und Verwaltung	Parlament, Parteien, Lobbyisten, Medien
Parlament	Regierung, Parteien, Lobbyisten, Medien
Medien	Regierung, Verwaltung, Parlament, Parteien, Interessengruppen

[4] Obwohl der Beamtenstatus abgeschafft worden ist, verwenden wir der Einfachheit halber durchwegs den Begriff «Beamte» und sprechen von Chefbeamten, Spitzenbeamten, Bundesamtsvorstehern. Dort, wo Beamte zitiert sind, belegen wir die anonymisierten Aussagen mit B und den Nummern aufgrund unserer Aussage-Dokumentation. Bei den Journalisten verwenden wir M (für Medienschaffende), bei den Sprechern I (für Informationschefs).

- Regierung und Verwaltung sind Adressaten von Vorstössen des Parlamentes, von Forderungen der Parteien sowie von Einflussversuchen der Lobbyisten, zudem stehen sie fast permanent im Fokus der Medien.
- Das Parlament ist Adressat von Anträgen der Regierung, von Vorstellungen der Parteien und von Einflussnahmen der Lobbyisten, ausserdem wird es von den Medien beobachtet.
- Die Medien stellen den Resonanzboden für die politische Aktivitäten fast aller anderen Akteure dar. Das Beziehungsgeflecht wird noch vielfältiger dadurch, dass Regierung, Parlament, Parteien und Interessengruppen auch über Sprecher verfügen, die ihrerseits im Kontakt mit den Medien stehen. Lediglich die Lobbyisten wenden sich der Regel nicht direkt an die Medien.

Aus diesem Beziehungsgeflecht haben wir zwei Akteure herausgegriffen: die Verwaltung und die Medien. Die Verwaltung wird in unserer Untersuchung repräsentiert einerseits durch die leitenden Angestellten, nämlich die Generalsekretäre der Departemente[5] und die Direktoren der Bundesämter[6], anderseits durch die Informationschefs der Departemente und der Bundesämter. Die Medien werden repräsentiert durch die Bundeshausjournalisten. Aussen vor bleiben die übrigen Akteure, die im Beziehungsgeflecht eine Rolle spielen, nämlich die Regierung[7], zu der wir die Mitglieder des Bundesrates, die Bundeskanzlei und die persönlichen Mitarbeiter der Bundesräte zählen, das Parlament, die Parteien sowie die Lobbies. Unsere forschungsleitende Hypothese ist, dass die Distanz zwischen Medien und Verwaltung deutlich grösser ist als die zwischen Medien und Parlament.

[5] Die Departemente entsprechen den Ministerien in anderen Ländern.

[6] An der Spitze von drei Bundesämtern stehen Staatssekretäre, sonst Direktoren.

[7] In der Schweiz besteht die Regierung aus dem siebenköpfigen Bundesrat, der vom jährlich wechselnden Bundespräsidenten geleitet wird. Die einzelnen Bundesräte (Minister) leiten ein Departement (Ministerium). Die Bundeskanzlei mit der Bundeskanzlerin an der Spitze ist die Stabstelle des Bundesrates.

3. Umfrage und Rücklauf

Die Befragung der drei fokussierten Gruppen fand per E-Mail statt, und zwar im Januar und im März 2009.[8] Der Fragebogen enthielt mehrheitlich offene Fragen, so dass die Antworten ganz unterschiedlich ausfielen: Die einen antworteten spröde und knapp, die anderen lieferten ausführliche weiterführende Kommentare. Der Rücklauf war mit deutlich über 50 Prozent bei allen drei Gruppen sehr gut.

Tabelle 2: Umfrage und Rücklauf

Gruppe	*Befragte*	*Rücklauf*	*Prozent*
Generalsekretäre und Amtsdirektoren	53	38	71,7 %
Informationschefs	34	21	61,8 %
Medienschaffende	30	17	56,7 %

4. Gruppenübergreifende Ergebnisse

Was kam dabei heraus? Es gibt nur sehr beschränkt regelmässige, nicht ereignisbezogene Kontakte zwischen Chefbeamten und Medienschaffenden einerseits, Sprechern und Medienschaffenden anderseits. Auf der einen Seite sind die Amtsdirektoren durch den Ausbau der Informationsdienste der Departemente und Bundesämter von den Medien ein wenig weggerückt. Viele Kontakte, Abklärungen und Auskünfte laufen nur noch über die Informationsdienste. Ein Bundeshausredaktor meinte dazu: «Im Zuge der Professionalisierung der Kommunikation hat in den letzten Jahren eine eigentliche Anonymisierung der Amtsdirektoren und Generalsekretäre stattgefunden. Diese Ebene der Bundesverwaltung erscheint viel weniger in den Medien als früher, und Generalsekretäre

[8] Die Anschriften waren nicht leicht zu beschaffen, da die direkten E-Mail-Adressen weder auf der Website noch im Eidgenössischen Staatskalender verzeichnet sind. Es war auch nicht leicht abzugrenzen, welche Verwaltungseinheiten formell als Bundesämter gelten (beispielsweise innerhalb des Aussenministeriums und innerhalb des Verteidigungsministeriums), und es konnten nicht bei allen Ämtern Sprecher identifiziert werden.

Abbildung 1: Regelmässige Kontakte aus der Sicht der Journalisten

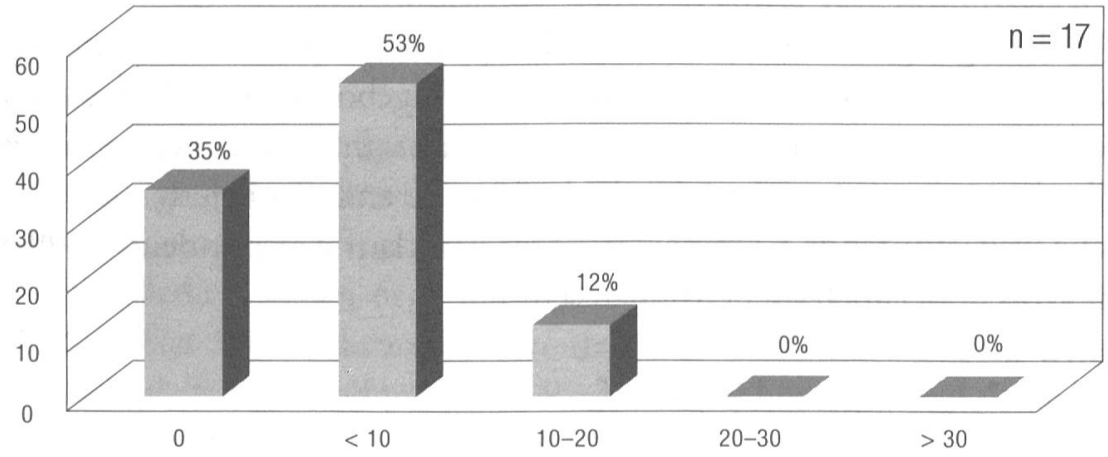


Abbildung 2: Regelmässige Kontakte aus der Sicht der Chefbeamten

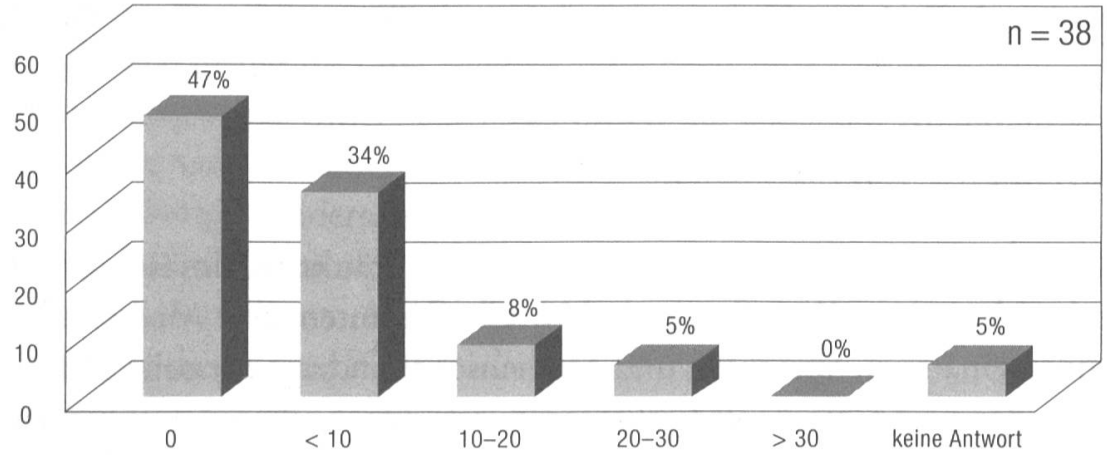
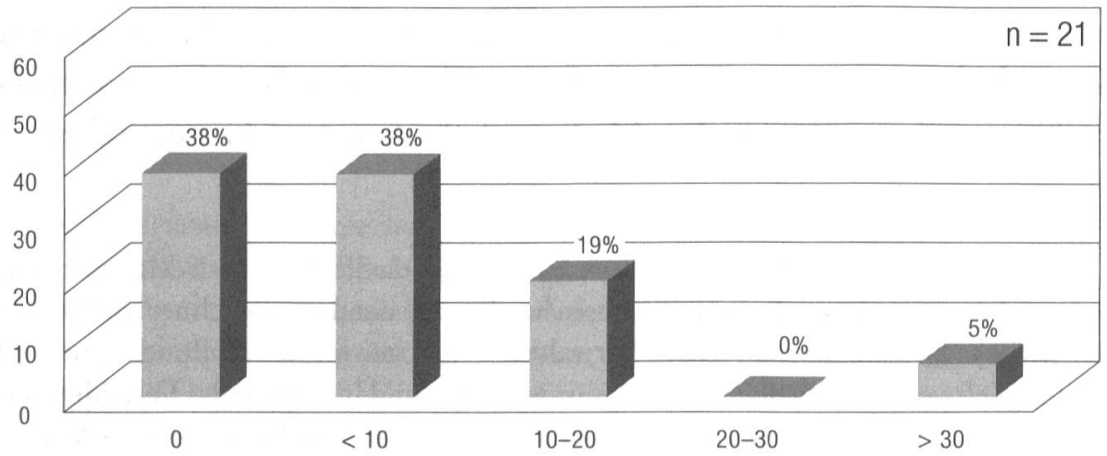


Abbildung 3: Regelmässige Kontakte aus der Sicht der Informationschefs



und Amtsdirektoren sind auch nicht mehr so gefragt als Interviewpartner. Die zunehmende ‹Sprecheritis› wirkt sich eher kontraproduktiv aus. Zu vieles hat sich auf die Ebene Bundesrat verschoben» (M-11).

Auf der anderen Seite können sich auch die Sprecher wegen der vielen täglichen Anfragen kaum Zeit für regelmässige Hintergrundgespräche mit Medienschaffenden nehmen. Kommt dazu, dass das Interesse der Journalistinnen und Journalisten an Hintergrundgesprächen mit Informationsverantwortlichen offensichtlich geringer ist als an solchen mit Chefbeamten, die für klar definierte Sachgebiete zuständig sind. Von den Journalistinnen und Journalisten verzichtet ein Drittel auf regelmässige Gespräche mit Chefbeamten. Mehr als die Hälfte führt zwar solche Hintergrundgespräche, aber bloss mit einer Handvoll Chefbeamter. Und nur etwas mehr als ein Zehntel der Bundeshausjournalisten hat regelmässig Kontakt mit einer grösseren Gruppe von Amtsdirektoren. Bei den Chefbeamten sind es sogar fast 50 Prozent, die sich nie mit ausgewählten Journalisten im Hintergrundgespräch austauschen. Ein knappes Drittel trifft eine Handvoll, etwa ein Zwanzigstel eine grössere Gruppe regelmässig. Bei den Sprechern sind es jeweils rund 40 Prozent, die entweder keine solche Gespräche führen oder dann mit einer kleinen Anzahl von Medienleuten. Fast ein Fünftel hat regelmässigen Kontakt mit einer grösseren Gruppe. Deutlich mehr als die Hälfte sucht den regelmässigen Austausch. Einer sagte: « Le microcosme bernois fait que nous rencontrons constamment les journalistes et correspondants parlementaires avec lesquels nous nous entretenons de l'actualité politique » (I-15).

Manche der Spitzenbeamten meiden regelmässige Kontakte mit ausgewählten Medienleuten, weil sie auf die Gleichbehandlung der Medien pochen. Ein Amtsvorsteher sagte: «Eine Balance zwischen Gleichgewicht und Distanz ist wichtig. Es soll nicht der Eindruck erweckt werden, es gebe gewisse ‹Hofjournalisten›.» (B-37). Viele Chefbeamte finden auch, dass die Beziehungen über die Pressestellen laufen sollen: « Les relations entre les journalistes et les directeurs d'office doivent passer par les services des médias spécialisés de ces offices; cela n'empêche pas des relations ouvertes et régulières, respectivement des liens fondés sur la transparence et la confiance », meinte ein Amtschef (B-8). Jemand sagte: «Es gibt meines Erachtens immer weniger Journalisten, die es sich leisten können, über längere Zeit Themen zu verfolgen und zu vertiefen, die nicht gerade tagesaktuell

sind» (B-13). Und ein Generalsekretär merkte an: «Das beste Gespräch mit Journalisten führt man, wenn diese pensioniert sind» (B-1).

Wie sehen die Duz-Beziehungen zwischen Verwaltungsleuten und Medienschaffenden aus? Die Distanz prägt sich auch darin aus. Ein Chefbeamter stellte fest: «Es ist nicht mein Ziel, mit möglichst vielen Duzis zu sein. Ebenso wenig gehe ich mit Medienschaffenden essen. Man sollte Rollen akzeptieren und sie nicht vermischen» (B-16). Ein Romand unter den Chefbeamten unterstrich: «Ich duze [...] weder Journalisten noch Arbeitskollegen, Parlamentarier, Bundesräte, Taxifahrer, Fitnesstrainer, Päpste usw. Das Siezen ist für mich kein Ausdruck der Distanz, sondern

Abbildung 4: Duz-Beziehungen zwischen Journalisten und Parlamentariern (Umfrage der Zeitung «Sonntag», 7.12.2008)

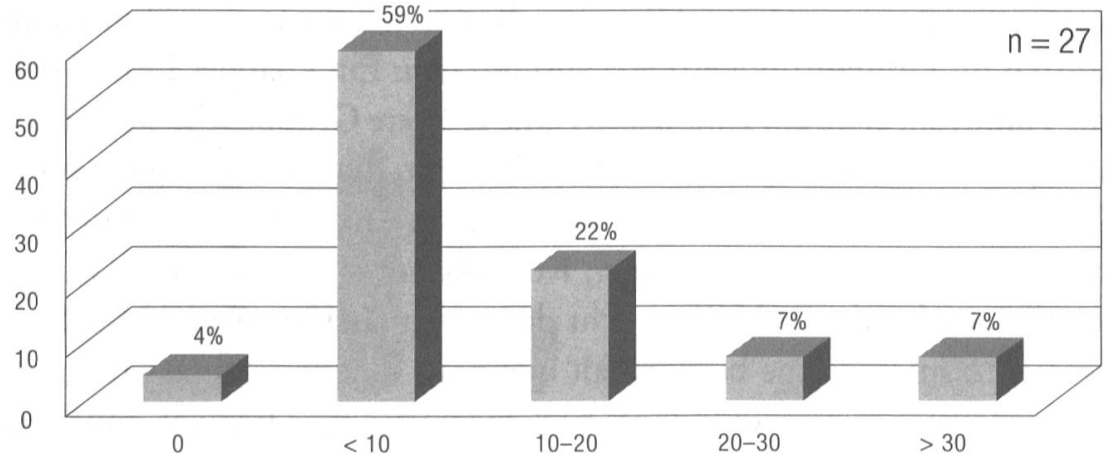


Abbildung 5: Duz-Beziehungen zwischen Journalisten und Bundesräten (Umfrage der Zeitung «Sonntag», 7.12.2008)

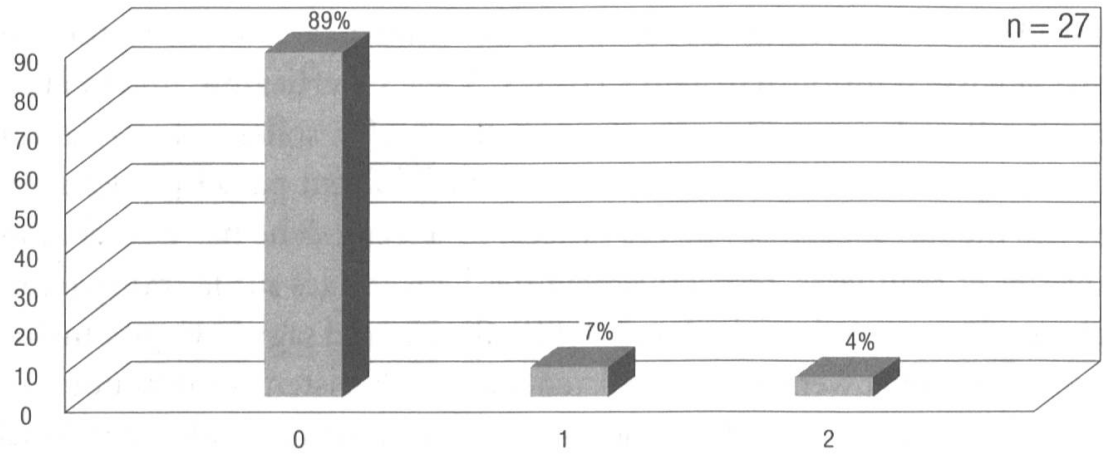


Abbildung 6: Duz-Beziehungen zwischen Journalisten und Chefbeamten

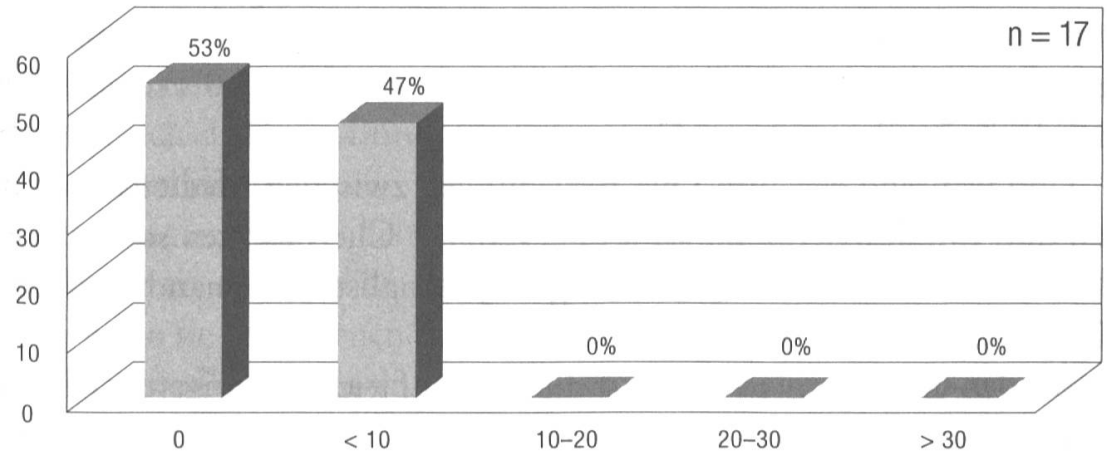


Abbildung 7: Duz-Beziehungen zwischen Chefbeamten und Journalisten

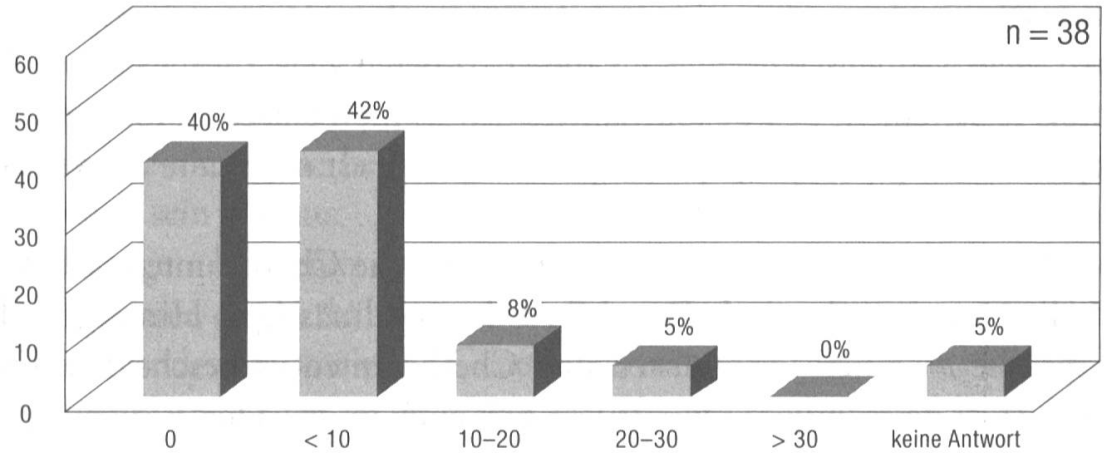
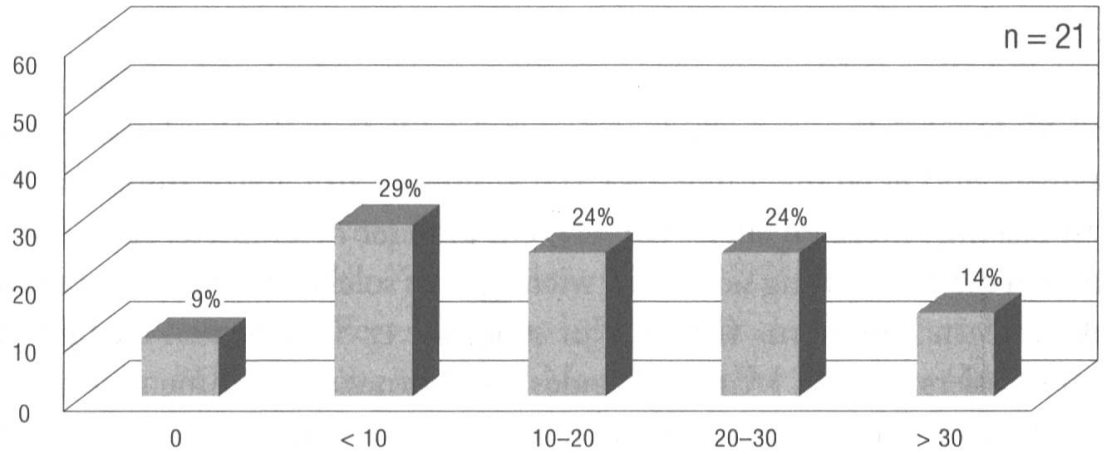


Abbildung 8: Duz-Beziehungen zwischen Informationschefs und Journalisten



des Respekts und der gegenseitigen Wertschätzung» (B-25). Das Duzen ist zwischen Medienschaffenden und Parlamentsmitgliedern deutlich häufiger: 96 Prozent der von der Zeitung «Sonntag» befragten Journalistinnen und Journalisten duzen Parlamentarier, fast 60 Prozent eine Handvoll, der Rest grössere Gruppen.

Und während es kaum Duz-Beziehungen zwischen Medienschaffenden und Bundesräten gibt, sieht es gegenüber Chefbeamten so aus, dass leicht mehr als die Hälfte der befragten Journalisten niemand duzt, fast die Hälfte eine Handvoll Spitzenbeamte.

Bei den Chefbeamten selber ist die Lage auf leicht niedrigerem Niveau ähnlich, wobei es einige gibt, die aus ihrem Fachbereich oder aus ihrer früheren Karriere zahlreiche Journalisten kennen und duzen.

Anders sieht es bei den Sprechern aus: Die grösste Gruppe – fast 90 Prozent – duzt Medienschaffende, wobei hier berücksichtigt werden muss, dass viele von ihnen früher Journalisten waren. Ein Departementssprecher duzt viele Medienschaffende aus dieser früheren Zeit, fügt aber an: «Je tutois relativement peu de journalistes depuis mon entrée en fonction au département, parce que je pense que la distance est nécessaire à l'exercise de mon métier» (I-15).

Das erste Zwischenfazit lautet daher, dass die Chefbeamten von den Medien weggerückt sind. Der Anteil der regelmässigen Hintergrundgespräche zwischen Journalisten und Chefbeamten ist bescheiden. Die Distanz ist beträchtlich. Dies drückt sich auch in den Duz-Beziehungen aus, die nicht stark ausgeprägt sind. Intensive Duz-Beziehungen gibt es hingegen zwischen Journalisten und Sprechern, zumal viele der Informationsverantwortlichen früher im Journalismus tätig waren.

5. Aussagen der Journalisten

Die Unterschiede innerhalb der Gruppe der Medienschaffenden im Bundeshaus sind eklatant. Einer erklärte, Kontakte zu Chefbeamten hätten sich bislang «nicht ergeben» (M-14), ein anderer behauptete, seine Kontakte in die Verwaltung seien «viel wichtiger als solche mit Parlamentariern oder andern Politikern» (M-9). Nur so könne er Sachthemen nachgehen und Dossiers pflegen. Manche Bundeshausjournalisten nehmen die durch den Ausbau der Informationsabteilungen noch vergrösserte Distanz als

gegeben, andere treffen sich trotzdem regelmässig mit einigen der Chefbeamten oder telefonieren. Die Motive sind verschieden. Die einen wollen Hintergründe erfahren, um Dossiers besser einschätzen zu können, und Vertrauen aufbauen. Die andern verfolgen strikt ihre eigene Agenda und wenden sich dann an Bundesamtsdirektoren, wenn es für ihre Recherchen notwendig ist.

Die Medienschaffenden wiesen darauf hin, dass sich Chefbeamte selten direkt an die Medien wenden. Sie kontaktieren Medienschaffende etwa, wenn sie den eigenen Bundesrat mit einem Interview in der Zeitung platzieren wollen oder wenn sie pro-aktiv eine Sache «richtig» einordnen möchten, weil Gefahr droht, dass ein anderes Departement selektiv über ein Bundesratsgeschäft informiert (M-1). Sie meldeten sich, wenn sie Hintergrundinformationen geben wollen zu Ereignissen, die sie selber stark beschäftigen, oder wenn sie ein Angebot mit politischer Absicht machen wollen, wobei solche Instrumentalisierungsversuche leicht durchschaut werden können (M-17). Es gebe auch Chefbeamte, die in die Medien drängten, um sich selber darzustellen (M-15). In der Regel aber lassen sie allenfalls mal wie beiläufig eine Bemerkung fallen, welches Thema spannend sein könnte.

Hingegen lancieren die Informationschefs der Departemente, der Bundesämter, der Verbände und der Parteien, die persönlichen Mitarbeiter der Bundesräte sowie die Generalsekretäre der Parteien oft Themen. Sonntagsblätter gelten als Plattform, um Ideen auszuprobieren (M-1, M-4, M-7, M-10, M-14, M-16). Schlüssel sind oft persönliche Beziehungen zu Journalisten. Das erzeugt Präferenzen, zumindest in der Wahrnehmung der jeweils anderen Medienschaffenden.

So stellen (nicht beim jeweiligen Medium beschäftigte) Journalisten Affinitäten fest zwischen den Departementen der sozialdemokratischen Bundesräten Moritz Leuenberger (Infrastruktur) und Micheline Calmy-Rey (Äusseres) und dem SRG-Fernsehen sowie der «Sonntags-Zeitung» von Tamedia (M-17, M-1), zwischen den Departementen der freisinnigen Bundesräte Pascal Couchepin (Inneres) und Hans-Rudolf Merz (Finanzen) und der «Neuen Zürcher Zeitung» sowie der «NZZ am Sonntag» (M-12, M-9), zwischen dem Verteidigungsdepartement der Bundesräte Samuel Schmid und Ueli Maurer und der «Neuen Zürcher Zeitung» (M-9), zwischen dem Finanzdepartement sowie dem Volkswirtschaftsdepartement

Tabelle 3: Beobachtete Affinitäten 2009

Departemente	*Medien*
Aussendepartement (Calmy-Rey, SP)	TV SRG, «SonntagsZeitung»
Infrastrukturdepartement (Leuenberger, SP)	TV SRG, «SonntagsZeitung»
Finanzdepartement (Merz, FDP)	NZZ, «NZZ am Sonntag», «Sonntag»
Innendepartement (Couchepin, FDP)[9]	NZZ, «NZZ am Sonntag»
Justiz- und Polizeidepartement (Widmer-Schlumpf, BDP, bis 2007: Blocher SVP)	TV SRG («10 vor 10») – (Zur Blocher-Zeit: «Weltwoche», «SonntagsZeitung»)
Volkswirtschaftsdepartement (Leuthard, CVP)	«Sonntag», «Tages-Anzeiger»
Verteidigungsdepartement (Maurer, SVP)	NZZ, «Blick»

der christlichdemokratischen Bundesrätin Doris Leuthard und der Zeitung «Sonntag» der AZ-Medien (M-3, M-6) bzw. dem Departement Leuthard und dem «Tages-Anzeiger» (Tamedia) (M-17). Der «Sonntags-Blick» aus dem Verlag Ringier gebe die Positionen der SP unkritisch wieder.[10] Wohlgefälligkeit bleibe eine Basis für exklusive Beziehungen. «Und Blätter wie ‹Sonntag› versuchen dies zu nutzen» (M-15). Ein Journalist sagte: «Wenn es darum geht, das Image eines in die Defensive geratenen Bundesrates zu verbessern, wird meinen Beobachtungen zufolge immer

[9] Der aktuelle Departementschef Didier Burkhalter war zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht im Amt.

[10] Die Bundesanwaltschaft sei, als sie Probleme hatte, leicht beim «Sonntags-Blick» untergekommen (M-9). Das Justiz- und Polizeidepartement unter Bundesrat Blocher habe einen direkten Kontakt zur «SonntagsZeitung» gehabt (M-6). Das Verteidigungsdepartement von Bundesrat Schmid habe einen guten Draht zur NZZ und zum «Blick» gehabt (M-6, M-15). Das Bundesamt für Migration wiederum scheine eine enge Verbindung zur Fernsehsendung «10 vor 10» zu besitzen (M-11). Wenn es gegen das Departement von Bundesrätin Calmy-Rey gehe, sei die NZZ ein dankbares Gefäss (M-3). Als Blocher im Bundesrat war, hätten die Quellen in seinem Departement und in dem von Bundesrat Couchepin besonders reichlich gesprudelt (M-10). Das Departement Blocher hatte eine grosse Nähe zur «Weltwoche» (M-17).

öfter die ‹Samstagsrundschau› von Radio DRS 1 gewählt. Da kann ein Magistrat lang reden, ohne unterbrochen zu werden. Oft sind die Befrager auch suboptimal vorbereitet und gehen mit den Bundesräten pfleglich um» (M-1). Gegen diese Aussage wehrten sich die Verantwortlichen der «Samstagsrundschau»: Es stimme nicht, dass zu wenig hart gefragt werde; man tue das, so gut man es könne. Die Härte eines Interviews werde auch nicht durch Unterbrechungen signalisiert. Und: «Es gibt keine Absprachen, worüber geredet, wie und wie lange geredet wird, oder wenn – in Ausnahmefällen –, so wird dies deklariert.» Es stimme zwar, dass Bundesräte und Chefbeamte gerne in diese Sendung kommen, weil sie stark beachtet werde und weil die Akteure dort ihr Thema einbringen und ihre Position ausführlich darstellen können, aber auch, weil sich die Fragesteller den Ruf als faire Interviewer erarbeitet hätten.[11]

Das zweite Zwischenfazit lautet, dass die Journalisten selten von Chefbeamten direkt kontaktiert werden, dass es aber andere Leute in der Umgebung der Bundesräte und der Parteispitzen gibt, die an die Medien gelangen, um die Agenda mit Themen ihrer Wahl zu besetzen. Besonders intensiv sind die Kontakte zwischen dem politisch-administrativen System und der Sonntagspresse, aber auch andere Medien verfügen über enge Beziehungen zu bestimmten Departementen. Umstritten ist, ob es Medien gibt, in denen sich Minister und Beamte besonders gut profilieren können.

6. Aussagen der Chefbeamten

Wie bringen Chefbeamte meist ohne regelmässige Kontakte zu Journalisten dennoch ihre Themen in die Medien? Die meisten müssen gar nicht viel tun, weil ihre Themen ohnehin dauernd in den Medien sind. Ein Amtsvorsteher stellte fest: «Meine Themen sind immer in den Medien» (B-25). Ein hochrangiger Verwaltungsmann meinte: «Die Medienschaffenden kommen von selber» (B-28). Ein anderer Chefbeamter unterstrich: «Wenn man ein Thema [...] als relevant identifiziert, so hat es noch immer platziert werden können» (B-12). Ein weiterer betonte: «Ich kann mich nicht erinnern, je ein Thema nicht in die Medien gebracht zu haben» (B-16). Wieder ein anderer sagte: «Die [Themen] kommen in

[11] E-Mail von Urs Siegrist (2. März 2009).

der Regel von sich aus in die Medien. Selten habe ich das Bedürfnis, proaktiv zu sein.» (B-5).

Ein wichtiger Mann im Aussenministerium wies darauf hin, dass man natürlich nicht Agenda setting betreiben könne, dass es aber gelinge, über Veranstaltungen mit hochkarätigen internationalen Teilnehmern gewisse Themen zu platzieren. Eine andere Möglichkeit bestehe darin, tagesaktuelle Ereignisse zu benutzen, um verwandte Themen aufs Tapet zu bringen (B-13). Ein Verantwortungsträger aus dem Finanzdepartement betonte: «Mein Fachbereich wird aus politischen Gründen stark in den Medien thematisiert. Unsere Materie ist aber schwierig, meist nicht telegen. Eine gute Information führt in der Regel zu richtigen Informationen. Deshalb versuchen wir mit Hintergrundinformationen eine korrekte Berichterstattung zu fördern, was uns fast immer gelingt. Wo es unterschiedliche Meinungen gibt im Land, wird das auch in der Presse sichtbar. Eine längere öffentliche Diskussion führt in der Regel zu höherem Fachwissen der Journalisten» (B-21). Ein weiterer Spitzenbeamter bemerkte: «Es geht kaum je darum, ein Thema in die Medien zu bringen, sondern zu einem ohnehin medial präsenten Thema Zusatzinformationen zu geben, die seiner sachgerechten Einordnung nützen» (B-11). Ein Generalsekretär meinte sarkastisch: «Es gelingt uns nicht immer, unsere Themen nicht in die Medien zu bringen» (B-34).

Andere wiederum klagten, dass sie nicht wunschgemäss zum Zug kommen. So meinte ein Amtsvorsteher: «Medienmitteilungen, Veranstaltungsberichte, Forschungsergebnisse etc. werden häufig ignoriert» (B 19). Ein anderer hielt fest: «Medienmitteilungen werden nur bedingt aufgenommen. Andere Themen sind von grösserem Interesse. Die Medien bevorzugen unsere Mitbewerber» (B-33). Ein weiterer Amtsvorsteher bemerkte: «Die Aufgaben unseres Bundesamtes wecken selten das Interesse der Medien» (B-32). Ein vierter sagte: «Es kommt vor, dass Journalisten die Aussagen verzerren, um den News-Charakter zu betonen» (B 11). Ein fünfter meinte: «Manchmal wollen die Medien [...] die Realität gar nicht kennen [lernen] – es gäbe dann auch keine Story her» (B-38). Ein weiterer notierte: «Schwieriger ist es manchmal, unsere Position in den Medien klar genug darzustellen, wenn von einer Gruppe lautstark und nachhaltig eine Gegenposition kommuniziert wird» (B-30). Oder: «Schwierig ist es, Medienschaffende für anspruchsvolle Hintergrundin-

formationen zu gewinnen, die nicht leicht nacherzählbar oder zu bebildern sind» (B-7). Ein Amtsleiter eines Bundesamtes, das in die Provinz verschoben wurde, fand, die Verlegung des Amtes wirke sich negativ aus: «Für die Bundeshauspresse sind wir Exoten» (B-19).

Gleichzeitig wollen viele Spitzenbeamte nicht Agenda setting betreiben oder Spindoctors einsetzen. Jemand aus dem Justiz- und Polizeidepartement (EJPD) sagte: «Im EJPD wird die Philosophie einer sachlichen Kommunikation dann, wenn es nötig ist, verfolgt. Wir sind keine Spindoctors» (B-4). Ein Amtsleiter betonte: «Wir wollen der Öffentlichkeit unsere Tätigkeit erklären, aber nicht offensiv PR machen. Dies ist nicht Aufgabe der Verwaltung» (B-9). Ein anderer unterstrich: «Aktive Beziehungspflege betreibe ich keine» (B-21). Ein nächster hat eine klare Prioritätenordnung: «Hauptkunden sind Departement, Bundesrat und das Parlament. Diese haben Anrecht auf direkte Information aus erster Hand. Bei Anfragen von Medienvertretern wird aber auf die Anliegen der Medienschaffenden meist im gewünschten Sinn eingetreten» (B-24). Einer unterstrich: «Mediale Dauerpräsenz ohne konkrete Botschaften fördert auf die Dauer die Glaubwürdigkeit der Behörden nicht» (B-37).

Auf diese Grundüberzeugung wies früher schon Staatssekretär Franz Blankart hin:

> «Misstände aufzudecken und diese objektiv zu kritisieren, ist eine der nobelsten Aufgaben der Presse, eine ihrer staatserhaltenden Funktionen. – Von Staates wegen die Presse zu konditionieren, sie einseitig zu informieren oder gar anzulügen, ist somit e contrario eine staatszersetzende Tätigkeit [...] Für einen Magistraten oder Chefbeamten ist es empfehlenswert, gegenüber den Medien eine nicht-diskriminatorische Äquidistanz zu halten, sie eingehend und objektiv zu dokumentieren und auf besondere Interessen eines Medienvertreters oder einer Medienvertreterin sorgfältig einzugehen. Der Presse darf jedoch nicht nachgesprungen werden. Vielmehr sind die Vertrauensverhältnisse vom Journalisten und von der Journalistin aufzubauen. Wird dieses Vertrauen einmal missbraucht, ist der Medienperson die Büro-Türe lebenslänglich zu schliessen. Sie möge sich inskünftig mit Communiqués und Pressekonferenzen begnügen» (Blankart 2000: 216–217).

Das dritte Zwischenfazit geht dahin, dass sich die Spitzenbeamten meist nicht bemühen müssen, ihre Themen in die Medien zu bringen. Die

Themen sind von selber dort. Allerdings gibt es auch Themen, die zu kurz kommen. Gleichwohl lehnen Schweizer Chefbeamte offensive Public Relations und das Spindoctoring ab.

7. Aussagen der Sprecher

Auch viele der Informationschefs können sich über das Interesse der Medien nicht beklagen. « Oui, nous avons un très grand écho dans la presse », antwortete die Kommunikationschefin eines Bundesamtes (I-9). Ein Departementssprecher sagte : « Nous ne ‹lançons› pas de thèmes : ceux-ci s'imposent d'eux-mêmes. Il s'agit juste d'avoir le nez pour placer les messages au bon moment » (I-15). Ein weiterer Informationschef bemerkte, dass «unsere Themen ohne unser Zutun in den Medien sind» (I-10). Ein anderer sagte: «Die Themen aus unserem Amt schaffen es aus Aktualitätsgründen dauernd in die Medien. Hauptgrund ist die Politik, welche die Themen seit ein paar Monaten oft aufnimmt» (I-18). Noch jemand betonte: «Das hängt auch damit zusammen, dass die Themen unseres Amtes in der Öffentlichkeit auf grosses Interesse stossen» (I-19). Ein Departementssprecher gab aber fast ein wenig resigniert zu: «Die Gewichtung der Themen, die wir an die Medien herantragen, richtet sich in den seltensten Fällen nach der Wichtigkeit und Bedeutung der Botschaft, sondern nach dem Skandalisierungspotenzial und/oder dem Grundsatz ‹Good news are no news›» (I-1). Das fehlende Fachwissen der Medienschaffenden, das mangelnde Skandalisierungspotenzial, die nicht vorhandene brennende Aktualität, ein zu trockener Stoff, ein schwacher Schweiz-Bezug, zu spezialisierte Botschaften, schlecht mit saftigen Geschichten und Schicksalen zu illustrierende Themen und das aktuelle Agenda setting der Leitmedien beeinträchtigten den Erfolg. Ein anderer Departementssprecher stellte fest: «Unsere Veröffentlichungen werden aufgenommen. Sie werden aber nicht immer verstanden. Das liegt an der Komplexität der Materie» (I-4).

Eine Kommunikationschefin ortete die Ursachen dafür, dass die Verwaltung mit ihren Kommunikationsaktivitäten manchmal scheitert, in der Medienentwicklung: «Der wirtschaftliche Druck auf Traditionsblätter und der Trend hin Richtung Gratiszeitungen mit bisweilen geringem Informationsgehalt führt dazu, dass einerseits rennomierte und kompe-

tente Journalisten langsam in den Hintergrund geraten, weil sie niemand mehr bezahlen kann, und der Leser, die Leserin keine Zeit mehr hat, sich in die Beiträge zu vertiefen, und dass anderseits die schnelle Schlagzeile kurzfristig – wirtschaftlich – mehr bringt als längere und tiefergehende Beiträge» (I-8).

Die Informationschefs nehmen mittlerweile eine Schlüsselstellung ein. Praktisch alle Medienkontakte laufen über sie, es kommt kaum vor, dass die Vorgesetzten – Bundesräte, Staatssekretäre, Generalsekretäre, Amtsvorsteher – ohne ihr Wissen direkt mit den Medien anbandeln. Wenn Journalisten während der Parlamentssession Bundesräte direkt ansprechen, werden die Informationsdienste der Departemente in der Regel unverzüglich darüber informiert. Ein Departementssprecher sagte aber bedauernd über solche Direktkontakte: «Teilweise werde ich darüber informiert, teilweise leider auch nicht» (I-11). Ein anderer Departementssprecher betonte indessen: «Bei Direktkontakten schalten uns die Angefragten umgehend ein.» Und ein Informationschef eines Bundesamts sagte über seinen Amtschef: «Es kommt [...] auch vor, dass er Medienleute trifft und direkt mit ihnen etwas vereinbart. Das geht bei uns ziemlich locker und das ist auch gut so» (I-16). Die Hamburger Studie von Jarren, Grothe & Rybarczyk zeigte noch ein anderes Bild: Die Sprecher fühlten sich sowohl von ihren Chefs als auch von den Medien schlecht behandelt, sahen sich als quantité négligeable (Jarren, Grothe & Rybarczyk 1993: 28–37). Entweder sind die Verhältnisse in der Schweiz anders als in Hamburg oder es hat zwischen 1993 und 2009 ein Wandel stattgefunden.

Das vierte Zwischenfazit lautet, dass die Informationschefs die Medien gleich erleben wie die Chefbeamten: Viele Themen sind automatisch in den Medien, manchmal aber gelingt es nicht, Aufmerksamkeit zu erringen, und die Gründe dafür liegen im Charakter der Themen und in den Medienstrukturen. Bemerkenswert ist, dass die Informationsdienste mittlerweile eine Schlüsselstellung einnehmen: Im Prinzip läuft die ganze externe Kommunikation über sie.

8. Gesamtfazit

Die Äquidistanz zwischen Spitzenbeamten und Medienschaffenden ist relativ gross. Vieles wickelt sich über die Sprecher ab. Oft treten die

Spitzenbeamten im Schlepptau der Bundesräte vor die Medien. Sie erachten es mehrheitlich nicht als ihr vordringliches Ziel, in die Medien zu kommen. Dennoch bestehen Kontakte, vor allem, wenn die Aktualität es erfordert. Sie reduzieren sich aber meist auf den fachlichen Austausch und haben kaum je den Charakter von freundschaftlichen interpersonalen Beziehungen, wie sie teilweise zwischen Medienschaffenden und Politikern bestehen. Es gibt keine dichte Elite-Integration zwischen Spitzenbeamten und Medienleuten. Die forschungsleitende Hypothese, dass die Distanz zwischen Journalisten und Chefbeamten deutlich grösser ist als zwischen Journalisten und Parlamentariern, hat sich bestätigt.

Literatur

BLANKART, F. (2000). Vom amtlichen Umgang mit den Medien. In: G. BINDSCHEDLER & P. ZIEGLER (Hrsg.). Medien, Verleger und Unternehmertum. Festschrift für Charles von Graffenried zum 75. Geburtstag. Bern: Haupt: 215–229.

BLUM, R. (Hrsg.) (1990). Parlament und Öffentlichkeit in der Schweiz. Bern: Medienwissenschaft.

BLUM, R. (1991). Parlament und Massenmedien. In: M. BOVEY LECHNER, M. GRAF & A. HUBER-HOTZ (Hrsg.). Das Parlament – «Oberste Gewalt des Bundes»? Bern: Paul Haupt: 89–104.

BLUMLER, J.G. & GUREVITCH, M. (1995). The Crisis of Public Communication. London/New York: Routledge.

BRUNS, T. (2007). Republik der Wichtigtuer. Ein Bericht aus Berlin. Freiburg: Herder.

CAMKIR, K. (1995). Rollenkumulation und Rollentrennung zwischen Politik und Journalismus. Bern: Institut für Medienwissenschaft.

CARTON, D. (2003). «Bien entendu… c'est off». Ce que les journalistes politiques ne racontent jamais. Paris: Albin Michel.

DAHRENDORF, R. (2006, EA 1965). Homo sociologicus. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle. Opladen: Westdeutscher Verlag.

DONSBACH, W. et al. (Hrsg.) (1993). Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Fallstudien und Analysen. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

ELSEN, A. (2004). Journalisten und Politiker im Kommunikationsraum Luxemburg. Eine Befragung. Reihe Medien-Skripten 42. München: Reinhard Fischer.

FORCELLA, E. (2004, EA 1959). Millecinquecento lettori. Confessioni di un giornalista politico. Roma: Donzelli.

GOFFMAN, E. (2005). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper.

HESS, ST. (1981). The Washington Reporters. Washington: The Brookings Institution.

HOFFMANN, J.(2003). Inszenierung und Interpenetration. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

JARREN, O.; GROTHE, TH. & RYBARCZYK, CH. (1993). Medien und Politik – eine Problemskizze. In: W. DONSBACH et al. (Hrsg.). Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Gütersloh: Bertelsmann: 28–37.

KEPPLINGER, H.M. & MAURER, M. (2008). Das fragmentierte Selbst. Rollenkonflikte im Journalismus – das Beispiel der Berliner Korrespondenten. In: B. PÖRKSEN, W. LOOSEN & A. SCHOLL (Hrsg.). Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS-Verlag: 165–182.

KRAMP, L. & WEICHERT, ST. (2008). Journalismus in der Berliner Republik – Wer prägt die politische Agenda in der Bundeshauptstadt? Wiesbaden: Netzwerk Recherche.

KUHN, R. (2007). Politics and the Media in Britain. Houndsmills: Palgrave Macmillan.

MANCINI, P. (2005). Mediensystem und journalistische Kultur in Italien. Berlin: Vistas.

NEGRINE, R. (1998). Parliament and the Media. A Study of Britain, Germany and France. London: Royal Institute of International Affairs.

PARSONS, T. (1968). Der Stellenwert des Identitätsbegriffs in der allgemeinen Handlungstheorie. In: R. DÖBERT, J. HABERMAS & G. NUNNER-WINKLER (Hrsg.). Entwicklung des Ichs. Köln: Kiepenheuer und Witsch

PATZELT, W.J. (1991). Abgeordnete und Journalisten. *Publizistik* 36(3): 462–502.

RIDDEL, P. (2000). Parliament under Blair. London: Politico's.

SAXER, U. (1992). Bericht aus dem Bundeshaus. Eine Befragung von Bundeshausjournalisten und Parlamentariern in der Schweiz. Diskussionspunkt 24. Zürich: Seminar für Publizistikwissenschaft.

SAXER, U. (1995). Politische Elite und Medienelite. Das schweizerische Bundeshaus als Beispiel. In: K. ARMINGEON & R. BLUM (Hrsg.). Das öffentliche Theater. Politik und Medien in der Demokratie. Bern: Paul Haupt: 131–150.

SCHATZ, H.; RÖSSLER, P. & NIELAND, J.-U. (2002). Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

SCHALLER, B. (1988). Wechselseitige Wahrnehmungsmuster zwischen Journalisten und Parlamentariern. Ein theoretischer Ansatz mit einer empirischen Anwendung. *Publizistik* 33: 651–664.

SCHNEIDER, V. (2001). La déprime des politiques. Paris: Seuil.

STAMM, L. (2000). Wer hat die Macht in Bern? Zofingen: Selbstverlag.

STAUDACHER, A.(1997). «Geh, samma per du!» Die Symbiose zwischen Journalist und Politiker in Österreich. Wien: Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Submitted: 30 August 2009. Resubmitted: 8 March 2010. Accepted: 4 March 2010.