
Inhaltsverzeichnis

Teil I System und Kultur

Die Referendumsdemokratie	3
Hanspeter Kriesi und Laurent Bernhard	
1 Einleitung	3
2 Die direktdemokratischen Institutionen der Schweiz	4
3 Die Praxis der direktdemokratischen Instrumente: Anwendung und Erfolg.	7
4 Die Meinungsbildung der Stimmbürger	12
5 Auswirkungen der direkten Demokratie	15
Literatur.	17
Moderne Demokratie im 21. Jahrhundert.	19
Bruno Kaufmann	
1 Weltweite Ausbreitung	20
2 Die Bedeutung einer regelmäßigen Praxis	24
3 Eine transnationale direkt-demokratische Infrastruktur.	25
Literatur.	26
Politische Kultur in Wahl- und Referendumsdemokratien	27
Susanne Pickel	
1 Einleitung	27
2 Wahl- und Referendumsdemokratien	28
3 Wahldemokratie und Referendumsdemokratie in der Bundesrepublik und der Schweiz	31
4 Unterschiedliche demokratische politische Kulturen als Spielarten der Civic Culture	36
5 Operationalisierung.	39
6 Die politische Kultur in Deutschland und der Schweiz	41
7 Fazit: Kritische Deutsche – zufriedene Schweizer?	48
Literatur.	51

Politische Kommunikation in Wahl- und Referendumsdemokratien	53
Klaus Kamps und Heike Scholten	
1 Einleitung	53
2 Politische Kommunikation: Grundlagen	55
3 Politische Kommunikation im Vergleich	62
4 Akteur-Struktur-Dynamiken in der politischen Kommunikation	68
5 Akteur-Struktur-Dynamiken und politische Kommunikation: ein Beobachtungsmodell	71
Literatur	74
Politische Bildung und direkte Demokratie	77
Petra Huth	
1 Partizipation ist alles	77
2 Eine unberührte Jugend oder Zufriedenheit als Bremsklotz	79
3 Die Echtzeit-Generation in der Referendumsdemokratie: Kein Anschluss garantiert!	81
4 Politik als Naherfahrung: Partizipation kann gefördert werden	85
5 Würdigung und Ausblick: Das System sollte um sich selbst besorgt sein . . .	89
Literatur	91
Europa als Herausforderung für die Demokratie	93
Katja Gentinetta	
1 Die schweizerische Zustimmung zu Europa	94
2 Europäische Abstimmungen zu Europa	96
3 Demokratie und Krisenbewältigung: zwischen Technokratie und Verfassungsgericht	98
4 Zwei und dieselben Geschichten?	101
5 Vertrauen verlangt Zutrauen	103
Literatur	106
Referendumskampagnen in internationaler Perspektive	107
Claes de Vreese	
1 Referendum: Ein Wort, viele Begriffe	108
2 Kontext, politische Eliten, Medien, öffentliche Meinung und Bürgerschaft . . .	110
Literatur	117
Teil II Akteure: Rationalitäten und Konstellationen	
Elite und Basis im Spannungsfeld	123
Michael Hermann	
1 Wenn Parlament und Stimmbevölkerung auseinanderdriften	124
2 Im Konkreten und Lokalen verankert	126
3 Die Gründe: Soziales Profil und Erfahrungshorizont	127
4 Zwei Parlamentskammern, zwei Profile	127

5	Dominanz der Wirtschaftsverbände	128
6	Abstimmungen lassen sich nicht kaufen	130
7	Kulturelle Eliten und Medien.	132
8	Dialektik zwischen Elite und Basis	133
9	Zwei Arten von Weisheit	135
	Literatur.	136
Der schweizerische Stimmbürger im Bundesratszimmer		139
Oswald Sigg		
1	Die direkte Demokratie im Bundesratszimmer.	139
2	Das Verhältnis des Bundesrates zu Referendum und Volksinitiative	140
3	Die Kommunikation des Bundesrates in der Referendumsdemokratie	141
4	Keine Parteinahme des Bundesrates in Abstimmungskämpfen	142
5	Volkswahl des Bundesrates als Vollendung der direkten Demokratie?.	143
	Literatur.	144
Politikvermittlung und staatliche Kommunikation		
auf kantonaler Ebene		145
Peter Grünenfelder		
1	Der rechtliche Rahmen der staatlichen Kommunikation bei der Politikvermittlung.	147
2	Stimmbeteiligung und Informationsquellen zur Meinungsbildung	149
3	Neue Kanäle der staatlichen Politikvermittlung	151
	Literatur.	153
Die schweizerischen Parteien als Akteure der Referendumsdemokratie		155
Guido Schommer		
1	Die Rolle der Parteien in der schweizerischen Referendumsdemokratie.	155
2	Koalitionen auf Zeit.	157
3	Die Umsetzung von Kampagnen aus der Sicht der Parteien.	158
4	Rhythmus und Intensität der Kampagnen.	159
5	Finanzierung und Transparenz	160
6	Bedeutung der Kampagnenführung für die Parteiarbeit	162
	Literatur.	164
Wirtschaftlicher Erfolg und direkte Demokratie: (k)ein ungleiches Paar		165
Pascal Gentinetta		
1	Wirtschaftsverband und Kampagnenakteur	167
2	Wechsel und Breite der Allianzpartner	170
3	Populär und persönlich sein – die Kommunizierbarkeit des Abstimmungsgegenstands	170
4	Direkte Demokratie – Fluch oder Segen für die Wirtschaft?	171
	Literatur.	172

Gewerkschaften und direkte Demokratie	173
Pietro Cavadini	
1 Einleitung	173
2 Organisation und Kommunikation	174
3 Unabhängige Kampagnenstrukturen	176
4 Neue Kampagnenstrategien	178
5 Fazit und Ausblick	181
Literatur	182
Politische Kommunikation von Unternehmen in einer Referendumsdemokratie	183
René P. Buholzer	
1 Herausforderungen der politischen Kommunikation	183
2 Spezielle Herausforderungen in einer Referendumsdemokratie	184
3 Chancen und Risiken für die politische Kommunikation in einer Referendumsdemokratie	186
4 Fazit	188
Literatur	188
Von Jägern und Gejagten	189
Antonio Antoniazzi	
1 Von Jägern	190
2 ... trojanischen Pferden und Luftballons	191
3 ... und Gejagten	191
4 Justitia soll es richten	193
5 Die SRG-Meinungsumfragen	194
6 Werden die Meinungen beeinflusst?	195
7 Die „Mutter aller Urnengänge“	196
8 Unabhängigkeit, das A und O	197
Der Journalist	199
Georges Wüthrich	
1 Am Schluss wird abgestimmt	199
2 Wenn alles nicht mehr nützt	200
3 Der späte Beitritt zur UNO	202
4 Als die SVP Krähen beleidigte	203
5 Auf die Medien ist kein Verlass mehr	204
Emotionen, Masse(n) und Referendumsdemokratie	207
Helena Flam und Sebastian Schönemann	
1 Einleitung	207
2 Politik und Emotionen im Bild der Masse	208
3 Der Diskurs über die Massen	209

4	Aus der Massenpolitik.	214
5	Massen, Demokratie, Wohlfahrtsstaat	215
6	Elite, Emotion, Referendum.	217
7	Schlussfolgerung.	220
	Literatur.	222

Teil III Politikvermittlung und Kampagnenführung

Policy Campaigning – Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie 227

Heike Scholten

1	Referendumskampagnen: Themenzentrierte Politikvermittlung.	228
2	Wirkungen themenzentrierter Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie.	230
3	Der Politikprozess als Kommunikationsprozess in der Referendumsdemokratie.	238
4	Handlungsfelder des Policy-Campaignings.	243
5	Policy-Campaigning in der Referendumsdemokratie: Ein Beitrag an die sachpolitische Politikvermittlung.	256
	Literatur.	257

Umfragen in Abstimmungskämpfen in der Schweiz 261

Claude Longchamp

1	Einleitung	261
2	Stand der Theorieentwicklung in der Umfrageforschung zu Volksabstimmungen.	262
3	Die Nutzung der Umfrageforschung in Abstimmungskämpfen	267
4	Synthese und Ausblick	273
	Literatur.	276

Issues- und Reputationsmonitoring. 279

Mark Eisenegger und Daniel Künstle

1	Einleitung	279
2	Das Konzept des Issues Managements	281
3	Issues Monitoring	286
4	Fazit	299
	Literatur.	300

Medienarbeit ist Medienarbeit. 303

Urs Rellstab

1	Medienarbeit als Fertigsuppe.	303
2	Kampf um Aufmerksamkeit.	304
3	Opportunitäten nutzen.	304
4	Fortsetzungsgeschichten und Medienkampagnen	306

5	Die Summe möglicher Geschichten	306
6	„Bad News“ im Kampagnenkontext	307
7	Kampagnen im Nacktscanner der Medien.....	308
8	Über die Medien den Alltag erobern.....	309
	Politische Werbung: die Kunst der kreativen Verdichtung.....	311
	Hermann Strittmatter	
1	Eigenheiten und Eigenarten.....	311
2	Klassische Vorgehensweise.....	312
3	Der Kommunikations-Kompatibilitätstest	312
4	Die ambivalente Effizienz des Plakates	315
5	Wozu das Key-Visual gut ist und wie man es findet.....	315
	„NoBailout“ und „Zensursula“: Online-Kampagnen in der	
	Referendumsdemokratie.....	323
	Christoph Bieber	
1	Einleitung	323
2	Die „NoBailout“-Kampagne in den USA.....	326
3	Die Kampagne im Umfeld des Zugangerschwerungsgesetzes.....	329
4	Online-Kampagnen: Ankerpunkte in der digitalen	
	Referendumsdemokratie?.....	335
	Literatur.....	337
	Beziehungsspiele in der nervösen Zone – Herausforderungen und Strategien. . .	339
	Jörg-Uwe Nieland	
1	Ausgangslage	339
2	Von der Bonner zur Berliner Republik – eine Positionsbestimmung.....	341
3	Das neue Selbstbewusstsein der Berater.....	344
4	„Duell der Sekundanten“ – Beraterwahlkämpfe nach US-Vorbild?.....	348
5	Ausblick.....	350
	Literatur.....	351
	Teil IV Kampagnen und Referenden	
	Qualität der Medienberichterstattung zur Minarett-Initiative	357
	Patrik Ettinger und Kurt Imhof	
1	Grundfunktionen öffentlicher Kommunikation und ihre	
	Operationalisierung zur Messung der Qualität der	
	Medienberichterstattung.....	358
2	Methode und Quellenbasis.....	359
3	Kontext und Dynamik der Berichterstattung zur Minarett-Initiative.....	360
4	Akteurs- und Meinungsvielfalt	362
5	Qualitätsindikator Aktualität.....	367

6	Zusammenfassung	368
	Literatur	368
Nationale Veto-Öffentlichkeit oder: Wenn das Orchester		
im „3K-Klang“ spielt		
Stefan Tobler		
1	Konfliktinduzierte Veto-Öffentlichkeiten im Kontext der Verhandlungen über die Einführung einer europäischen Zinsbesteuerung	371
2	Bedingungen und Merkmale nationaler Veto-Öffentlichkeiten	380
3	Politische Kampagnen und konfliktinduzierte Bedrohungsperzeption. ...	389
	Literatur	392
Europapolitik und europapolitische Kampagnen in der Schweiz		
Heike Scholten		
1	Der europapolitische Sonderfall Schweiz	395
2	Europapolitik in der Referendumsdemokratie	398
3	Europapolitische Ja-Kampagnen: Schengen/Dublin und Personenfreizügigkeit	404
4	Die „Bewährten Bilateralen“ – Markenbildung in der themenzentrierten politischen Kommunikation.	415
	Literatur	417
Von der Straße auf die Schiene		
Adrian Schmid		
1	Einleitung	419
2	Analyse der Abstimmung	420
3	Zur Strategie und Umsetzung der Kampagne	422
4	Fazit	424
	Literatur	425
Bürger bestimmen die politische Agenda – Regierung schmolzt und behindert ...		
Matthias Wambach		
1	Rechtliche Aspekte eines Volksgesetzgebungsverfahrens in Berlin	427
2	Das Volksgesetzgebungsverfahren in der Praxis: zwei Beispiele.	430
3	Ausblick: Die Volksgesetzgebung als Teil der politischen Kultur in Deutschland?	437
Wählen, bis der Arzt kommt? Irlands „Nein-Ja“ zum EU-Reformvertrag		
von Lissabon		
Klaus Kamps		
1	Einleitende Anmerkungen	439
2	Das Referendum in Irland	440

3	Die irischen Kampagnen zu den EU-Referenden 2008 und 2009	442
4	Diskussion.	448
	Literatur.	451
	Volksinitiativen und Referenden in Kalifornien	453
	Klaus Kamps	
1	Einleitung	453
2	Direkte Demokratie in den USA	455
3	Referenden in Kalifornien	462
4	Kommunikative Dimensionen der Referendumskampagnen in Kalifornien	466
5	Fazit	469
	Literatur.	471
	 Teil V Schluss	
	Die sanfte Gewalt des besseren Arguments.	475
	Kurt Imhof, Heike Scholten und Klaus Kamps	



<http://www.springer.com/978-3-531-16660-5>

Abstimmungskampagnen

Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie

Scholten, H.; Kamps, K. (Hrsg.)

2014, XIX, 490 S. 69 Abb., 8 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-531-16660-5