



Stücheli-Herlach | Röсли | Novak [Hrsg.]

Praxis politischer Kommunikation

Wege zur Professionalisierung
in der Schweizer Demokratie



Nomos

Peter Stücheli-Herlach | Stephan Rösl
Martina Novak [Hrsg.]

Praxis politischer Kommunikation

Wege zur Professionalisierung
in der Schweizer Demokratie



Nomos

Coverbild:

Neugestaltung des Giebel-Dreiecks am Parlamentsgebäude der Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bundeshaus, Bern) zum 175-Jahre Jubiläum der Bundesverfassung im Jahr 2023: 246 Keramik-Kacheln, entsprechend der Zahl der Sitze im Bundesparlament, benannt als „Tilo“; der Name ist eine Referenz an Tilo Frey (1923-2008), die Tochter einer Kamerunerin und eines Schweizers, die als Stadt- und Kantonsparlamentarierin in Neuenburg wirkte und nach Einführung des Frauenstimmrechts als eine der ersten elf Frauen im Nationalrat sass, in der FDP-Fraktion wirkte und sich für Lohngleichheit, ein besseres Erbrecht für Frauen und Entwicklungszusammenarbeit einsetzte; gestaltet durch das Studio Renée Levi (Ausschnitt).

© Rob Lewis, Bern

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage 2024

© Die Autor:innen

Publiziert von

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-7560-1358-6

ISBN (ePDF): 978-3-7489-1886-8

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748918868>



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Vorwort

Der Beginn des 21. Jahrhunderts war in Europa geprägt durch den Aufbruch in eine globalisierte, von Demokratie, Rechtsstaat und Völkerrecht und entsprechend freiem Handel gestaltete Zukunft. Nach dem ersten Vierteljahrhundert finden sich der Kontinent und mit ihm die Schweiz in Spannungen zwischen demokratischen und autokratischen Systemen wieder, die sogar kriegerische Formen angenommen haben.

In genau diesem Zeitabschnitt (genau ab dem Jahr 2004 bis heute) ist an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in der Schweiz ein berufsbegleitender Zertifikatslehrgang (Certificate of Advanced Studies, kurz CAS) für politische Kommunikation entwickelt, regelmässig durchgeführt und programmatisch wie personell laufend erneuert worden. Hunderte von Berufsleuten aus Betriebswirtschaft, staatlicher Verwaltung, Organisationskommunikation und Journalismus haben den Lehrgang absolviert. Sie professionalisierten ihre individuelle Berufstätigkeit und das strategische Management politischer Kommunikation in ihren Organisationen im direkten Austausch mit Dozierenden aus wissenschaftlicher Forschung und erfolgreicher Praxis.

Einen Ertrag aus diesen Jahren angewandter Forschung und Lehre präsentiert diese Publikation. Sie zeichnet Wege der Professionalisierung politischer Kommunikation im schweizerischen Kontext mit ihren föderalistischen Strukturen und gesellschaftlichen Problemlagen nach.

Die Herausgebenden danken allen Dozierenden und Teilnehmer:innen des Zertifikatslehrgangs für ihre Mitwirkung. Besonderen Dank verdienen jene unter ihnen, die Beiträge zu dieser Publikation beigesteuert haben. Zudem sind die Herausgebenden dankbar für das Engagement aller Kolleg:innen im Bereich Weiterbildung des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft (IAM) der ZHAW: Sie haben den grösseren organisatorischen und curricularen Rahmen für den Lehrgang aufgebaut und verlässlich betrieben. Schliesslich sprechen die Herausgebenden einen besonderen Dank an Daniela Baumann aus, die als wissenschaftliche Assistentin entscheidend zur Redaktion und Publikation beigetragen hat.

Der vorliegende Band kann nur eine Momentaufnahme liefern und einzelne Schlaglichter auf den Professionalisierungsprozess politischer Kommunikation in der Schweiz werfen. Damit veranschaulicht er indes sehr

Vorwort

konkret die Herausforderungen, denen sich eine Demokratie am Beginn des 21. Jahrhunderts gegenüber sieht. Und er zeigt mögliche Wege auf, um diese Herausforderungen im Interesse einer selbstbestimmten Zukunft zu meistern.

Winterthur, im November 2024

Peter Stücheli-Herlach

Stephan Rösli

Martina Novak

Inhaltsverzeichnis

I Einleitung

1.	Strategisches Management politischer Kommunikation <i>Peter Stücheli-Herlach</i>	12
-	Fallbeschreibung: Politische Kommunikation eines Wirtschaftsverbands	30

II Perspektiven einzelner Akteursgruppen

2.	Der Auftrag der Behördenkommunikation <i>Stephan Rösli</i>	36
-	Fallbeschreibung: Kantonale „Siedlungsentwicklung nach innen“	46
-	Fallbeschreibung: Gemeindekommunikation	50
3.	Intermediäre Macht der Verbände in der Schweiz <i>Urs Bieri und Cloé Jans</i>	53
-	Fallbeschreibung: Kommunikation von Unternehmen in Abstimmungskämpfen	61
-	Fallbeschreibung: Medienarbeit gegen eine Volksinitiative	64
4.	Die Einflussnahme der politischen Parteien <i>Claude Longchamp</i>	67
5.	Politische Kommunikation im Spiegel der journalistischen Logik <i>Vinzenz Wyss</i>	90

Inhaltsverzeichnis

III Praktiken strategischen Managements politischer Kommunikation

6.	Praktiken der Diskursanalyse <i>Philipp Dreesen</i>	102
-	Fallbeschreibung: Kommunikation für die Gleichstellung der Geschlechter	111
7.	Public Storytelling in der politischen Kommunikation <i>Ursina Ghilardi und Birgitta Borghoff</i>	114
8.	Die Kunst der politischen Kampagnenführung <i>Laura Zimmermann</i>	125
9.	Mehr als Lobbying – Public Affairs in der Praxis <i>Andreas Hugi und Claudio Looser</i>	132
-	Fallbeschreibung: Regierungslobbying am Beispiel des Kantons Bern	140
-	Fallbeschreibung: Strategisches Kommunikationskonzept für Public Affairs	144
-	Fallbeschreibung: Lobbying-Konzept des Vereins Street Parade	147

IV Umsetzungen auf einzelnen Handlungsfeldern

10.	Online Campaigning <i>Alessandro Iacono</i>	152
11.	Medienarbeit: Politische Botschaften in der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie <i>Oliver Classen</i>	164
-	Fallbeschreibung: Strategie der kleinen Schritte für die Behördenkommunikation	169

12. Klima-Kampagnen für Schweizer Städte <i>Colette Schneider Stingelin und Claudia Naegeli</i>	172
- Fallbeschreibung: Social Media-Kampagnen von Parteien	182
- Fallbeschreibung: Hochschulkommunikation in einem Abstimmungskampf	185
Autor:innenverzeichnis	189

