

Lucas Gerrits / Henrik Scheller

Die Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen zur Bundestagswahl 2013 im Spiegel der Printmedien – Framing entlang »redaktioneller Linien«?

1. Einleitung

Im Bundestagswahlkampf 2013 wurden die steuerpolitischen Reformvorstellungen von Bündnis 90/Die Grünen zum Gegenstand einer medialen Kontroverse. Das Wahlprogramm der Partei sah eine stärkere steuerliche Belastung von Personen mit hohem Einkommen und Vermögen vor, während Geringverdiener entlastet werden sollten, um so die öffentliche Verschuldung abzubauen und diverse, vor allem ökologisch-nachhaltig ausgerichtete Projekte und Reformvorhaben gegenzufinanzieren. Von der damaligen Regierungskoalition wurden diese Pläne abgelehnt. Aber auch in der deutschen Presse stießen die Pläne auf ein geteiltes Echo. So titelte *Die Welt* ablehnend: »Bei der Bundestagswahl können die Bürger wählen zwischen unverändert hohen und noch höheren Steuern – ein epochaler Propagandasieg der Etatisten!«.¹ Dagegen begrüßte die *tageszeitung* die Pläne mit der kurzen Überschrift: »Danke, Grüne!«.² Bereits diese gegensätzlichen Bewertungen deuten darauf hin, dass die Divergenz der parteipolitischen Positionen, die nicht nur beim Thema Steuererhöhungen bestehen, auch durch die sogenannten »redaktionellen Linien« in der deutschen Presselandschaft abgebildet wird.³ Demnach werden politische Ereignisse in der medialen Berichterstattung offenbar – je nach politisch-ideologischer Ausrichtung der einzelnen Redaktionen – selektiert und durch je kontextspezifische Interpretationsmuster geframt. Die programmatische Parteienkonkurrenz spiegelt sich mithin auch im öffentlichen Diskurs wider, der über die Medien als Wettstreit um politische Deutungshoheit zu kontroversen Sachfragen ausgetragen wird.

Vor diesem Hintergrund soll hier mithilfe des Framing-Ansatzes zur Analyse der Medienberichterstattung des Bundestagswahlkampfes 2013 untersucht werden, inwieweit die Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen tatsächlich entlang der traditionellen redaktionellen Linien ausgewählter überregionaler Tageszeitungen (die *tageszeitung*, *Frankfurter Rundschau*, *Süddeutsche*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Die Welt*) vermittelt wurden. Als Untersuchungsgegenstand eignen sich steuerpolitische Pro-

1 Olaf Gersemann, »Hurra, die Steuern steigen!« in: *Die Welt* 108 (2013), S. 3.

2 Barbara Dribbusch, »Danke, Grüne!« in: *die tageszeitung* (2013), S. 14, <http://www.taz.de/115829/> (Stand: 2.4.2015).

3 Marcus Maurer, / Carsten Reinemann, *Medieninhalte. Eine Einführung*, Wiesbaden 2006, S. 129ff.

grammaussagen deshalb besonders gut, da sie sich aufgrund einer in der Bundesrepublik ausgeprägten Lagerbildung in finanzpolitischen Debatten meist klar im ideologischen Links-Rechts-Spektrum verorten lassen.⁴ Neben der Diskussion über die mögliche Einführung eines »Veggie-Days«, die der Partei den Vorwurf einer »Verbotspartei« einbrachte, und dem »Pädophilieskandal« werden vor allem auch die weitreichenden Steuerpläne für den schlechten Wahlausgang von Bündnis 90/Die Grünen verantwortlich gemacht.⁵⁶ Die hier vorgenommene Beschränkung auf die überregionalen Qualitätszeitungen als Quellenkorpus scheint trotz zurückgehender Markt- und Leseranteile gerechtfertigt. Denn nach wie vor erfüllen diese Zeitungen eine Leitfunktion auch für die anderen Medien, wie Fernsehen, Rundfunk und webbasierte Informationsangebote.⁷

Analyseleitend ist die These, dass die liberal-konservativen Tageszeitungen in ihrer Berichterstattung eher Frames mit einer negativen Konnotation verwandten, während die Tageszeitungen des linken publizistischen Spektrums eher Frames mit positiven Aspekten der grünen Steuerpläne vermittelten. Diese Gegensätzlichkeit in der medialen Bewertung von »Nutzen« und »Schaden« der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen war auch deshalb möglich – so die zweite These –, da bestimmte gesellschaftliche Gruppen in unterschiedlicher Weise von ihnen betroffen waren. Die strikte Ablehnung jeglicher Steuererhöhungen durch die damaligen Regierungsparteien von CDU/CSU und FDP befeuerte die Kontroverse zusätzlich. Eine Framing-Analyse kann mithin Aufschlüsse darüber liefern, welche Frames in der Berichterstattung eine besondere Dominanz entfalten konnten und inwieweit sich dabei einzelne Frames tatsächlich den traditionell zugeschriebenen redaktionellen Linien zuordnen lassen.

Im Folgenden soll deshalb zunächst der theoretische Rahmen abgesteckt werden, indem Rolle und Bedeutung von Massenmedien für die Politikvermittlung reflektiert werden. Ergänzend dazu werden theoretische Annahmen und empirische Befunde zur Selektion und Verarbeitung von politischen Inhalten aufgrund von »redaktionellen Linien« in der deutschen Presselandschaft präsentiert. Nach einer definitorischen Annäherung an die Termini »Frame« und »Framing« werden anschließend die Möglichkeiten und Grenzen der Framing-Forschung – insbesondere zur möglichen Erfassung von Medien-Frames – dargestellt und diskutiert. Anschließend erfolgt die empirische Untersuchung zur medialen Darstellung und Rezeption der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen im Bundestagswahlkampf 2013 mittels einer hierarchischen Cluster-

- 4 Henrik Scheller, »Finanzpolitik von Bund und Ländern – zwischen Konvergenz und Erhalt der Haushaltsautonomie« in: Henrik Scheller, / Josef Schmid (Hg.), *Föderale Politikgestaltung im deutschen Bundesstaat*, Baden-Baden, S. 86 ff.
- 5 Ralph Obermayer, »Das Bild der Grünen im Bundestagswahlkampf 2013 und seine Autoren« in: Jan Engelhardt, / Thomas Leif, (Hg.), *Medien im Wahlkampf. Macht ohne Verantwortung*, Berlin 2014, S. 16-36.
- 6 Reuters, mpi, »SPD erholt sich, Grüne unter zehn Prozent« in: *ZEIT Online* (11.09.13), <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2013-09/bundestagswahl-forsa-umfrage-spd-gruene> (Stand: 5.3.2016).
- 7 Daniel Müller, / Annemone Ligensa, / Peter Gendolla, (Hg.), *Leitmedien. Konzepte – Relevanz – Geschichte*, Band 2, Bielefeld 2009, S. 59 ff.

analyse von Berichten und Kommentaren innerhalb ausgewählter überregionaler Tageszeitungen. Der Beitrag schließt mit einer Zusammenfassung und Bewertung der zentralen Ergebnisse.

2. Theoretischer Rahmen: Politikvermittlung durch Massenmedien entlang redaktioneller Linien

Dem ehemaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder (SPD) wird der Satz zugeschrieben, zum Regieren brauche es nur »BILD, BamS und Glotze«. Dieser Ausspruch verdeutlicht, wie wichtig Massenmedien für die Politikvermittlung und das Bild der politischen Akteure in der Öffentlichkeit sind. Fernsehen, Internet, Hörfunk und Printmedien bilden heute die Arena für den politischen Diskurs.⁸ Angesichts eines sich verbreiternden und diversifizierenden Medienangebots, einer steigenden Mediennutzung sowie einer zunehmenden medialen Vernetzung der Gesellschaft selektieren und publizieren sie aktuelle Ereignisse, definieren die Agenda politisch relevanter Themen und interpretieren diese in Bezug auf allgemein anerkannte gesellschaftliche und politische Werte.⁹ Dadurch kanalisieren sie die öffentliche Meinung und signalisieren Problemlösungsbedarf für politische Streitfragen bzw. »issues«.¹⁰ Massenmedien sind damit zur entscheidenden Vermittlungsinstanz zwischen dem politisch-administrativen System und seiner Umwelt geworden. Die Medien als »Vierte Gewalt« erfüllen so nicht nur eine Kontroll-, sondern auch eine Legitimations- und Rückkopplungsfunktion an das politisch-administrative System.¹¹

Da die parteieigenen Medien aufgrund schwindender Parteienbindungen kaum mehr als die eigene Anhängerschaft erreichen, sind politische Akteure verstärkt auf mediale Vermittlungsleistungen angewiesen, um Informationen öffentlichkeitswirksam zu vermitteln.¹² Denn 91 % der Bürger nutzen das Fernsehen, 75 % Tageszeitungen, 70 % das Radio, 68 % das persönliche Gespräch und 60 % das Internet als Informationsquelle für politische Themen.¹³ Mit Blick auf die verschiedenen massenmedialen Angebote gaben im Nachgang zum Bundestagswahlkampf 2013 66 % der Befragten an, sich

8 Uwe Jun, »Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie« in: Frank Marcinkowski, / Barbara Pfetsch, (Hg.), *Politik in der Mediendemokratie*, PVS-Sonderheft 42, Wiesbaden 2009, S. 270-295.

9 Winfried Schulz, *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*, Wiesbaden 2011 (3. Aufl.), S. 19 und 32; Layla Fawzi, »Chronisten, Agenda-Setter oder Politikmacher? Der Einfluss der Medien im politischen Prozess« in: *Zeitschrift für Politik* 61, Nr. 4 (2014), S. 437-460.

10 Barbara Pfetsch, »Themenkarrieren und politische Kommunikation. Zum Verhältnis von Politik und Medien bei der Entstehung der politischen Agenda« in: *APuZ* B 39-40, S. 11-20.

11 Schulz, *Politische Kommunikation*, aaO. (FN 9), S. 44ff.

12 Ulrich Sarcinelli, *Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System*, Wiesbaden 2011 (3. Aufl.), S. 198f.

13 BITKOM, *Demokratie 3.0. Die Bedeutung des Internets für die politische Meinungsbildung und Partizipation von Bürgern – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Wahlberechtigten in Deutschland*, 2013, S. 8, http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Studie_Demokratie_3.0_07-08-2013.pdf (Stand: 28.06. 2014).

durch das Fernsehen, 38 % durch Zeitungen, 23 % über das Internet, 16 % durch den Hörfunk und 9 % durch Zeitschriften über die Wahl informiert zu haben.¹⁴ Diese »Medialisierung« der Politik¹⁵ zeichnet sich durch eine zunehmende Verschmelzung von politischer und sozialer Wirklichkeit aus: Politik wird zunehmend medienvermittelt wahrgenommen und politische Akteure passen sich entsprechend der spezifischen Medienlogik an.¹⁶ Dadurch sei »die Wahrnehmung politischer Themen und Ereignisse inzwischen weitgehend [...] von den medialen Realitätskonstruktionen« abhängig und »medientypische Selektionen und Codierungen schlagen sich in den politischen Vorstellungen der Mediennutzer nieder«.¹⁷

Die Nachrichtenforschung erklärt mit Verweis auf verschiedene Nachrichtenfaktoren, die den Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmen, welche Ereignisse und Aspekte von Journalisten selektiert und vermittelt werden.¹⁸ Je mehr dieser Faktoren auf ein Ereignis zutreffen und je ausgeprägter diese sind, desto größer ist die Chance, dass das Ereignis als Nachricht medial kommuniziert wird. Der Konnex zwischen Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert ist in diversen empirischen Untersuchungen nachgewiesen worden.¹⁹ Kepplinger kritisiert jedoch die unterschiedliche Aussagekraft von Nachrichtenfaktoren, die in verschiedenen empirischen Untersuchungen herausgearbeitet wurde. Stattdessen entwickelt er ein Zwei-Komponenten-Modell. Während die Nachrichtenfaktoren dabei die erste Komponente bilden, umfasst die zweite Komponente die Selektionskriterien der Redaktionen bzw. Journalisten. Mit Hilfe dieser Unterscheidung will Kepplinger erklären, weshalb sich die Berichterstattung zu einzelnen Themen trotz gleichbleibender Ereignislage ändern kann.²⁰ Auf dieser Grundlage führen Reinemann und Baugut die Erkenntnisse verschiedener Studien verallgemeinernd zusammen. Nachrichtenfaktoren beinhalten danach spezifische Ereignismerkmale und situationsabhängige Faktoren wie Routinephasen, Schlüsselereignisse oder Skandale. Selektionskriterien von Journalisten werden dagegen auf der Makroebene durch die politische Kultur, auf der Mesoebene durch spezifische redaktionelle Linien

14 Claudia Gscheidle, / Heinz Gerhard, »Berichterstattung zur Bundestagswahl 2013 aus Sicht der Zuschauer« in: *Media Perspektiven* 12 (2013), S. 558-573.

15 Carsten Reinemann, »Medialisierung ohne Ende? Zum Stand der Debatte um Medieneinflüsse auf die Politik« in: *Zeitschrift für Politik* 57, Nr. 3 (2010), S. 278-293.

16 Ulrich Sarcinelli, »Mediatisierung« in: Otfried Jarren, / Ulrich Sarcinelli, / Ulrich Saxer, (Hg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*, Opladen 1998, S. 678-679; Thomas Meyer, *Mediokratie – Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*, Frankfurt a.M. 2002, S. 66ff.

17 Schulz, *Politische Kommunikation*, aaO. (FN 9), S. 36.

18 Lutz Hagen, »Nachrichtenfaktoren« in: Günter Bentele, / Hans-Bernd Brosius, / Otfried Jarren, (Hg.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, Wiesbaden 2013 (2. Aufl.), S. 240-241.

19 Schulz, *Politische Kommunikation*, aaO. (FN 9), S. 92f.; Claus-Erich Boetzkes, *Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnews beeinflusst*, Wiesbaden 2008; Ruth Flegel, / Steven Chaffe, »Influences of Editors, Readers, and Personal Opinions on Reporters« in: *Journal of Communication* 48, Nr. 4 (1971), S. 645-651.

20 Hans Kepplinger, »Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren« in: Christina Holtz-Bacha, / Helmut Scherer, / Norbert Waldmann, (Hg.), *Wie die Menschen die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben*, Opladen 1998, S. 19-38.

und Erwartungshaltungen des »Publikums« sowie auf der Mikroebene durch eigene Positionen und Einstellungen der Journalisten bestimmt. Beide Komponenten bestimmen wiederum die Nachrichtenentscheidungen und damit den Umfang, das Framing, die Bewertung und die Aufbereitung der politischen Berichterstattung.²¹ Dass politische Einstellungen von Journalisten Einfluss auf die Berichterstattung haben, ist in zahlreichen Untersuchungen nachgewiesen worden.²² Durch eine »instrumentelle Aktualisierung« von Informationen wird zudem der Kenntnisstand über ein politisches Thema bewusst herauf- bzw. heruntergespielt, um bestimmte Positionen, Vorstellungen und Meinungen in der medialen Auseinandersetzung einzunehmen und zu etablieren.²³ Dies kann beispielsweise durch eine gezielte Auswahl »opportuner Zeugen« erfolgen, deren Ansichten vermittelt werden, um bestimmte Positionen zu unterstreichen.²⁴ Je nach politischer Streitfrage werden dabei unterschiedliche Akteure aus politischen Parteien, Interessensverbänden, Gewerkschaften oder Think Tanks bemüht.

In verschiedenen empirischen Studien konnte nachgewiesen werden, dass sich in der deutschen Presselandschaft mit Blick auf die Selektion und Verarbeitung von politischen Inhalten unterschiedliche »redaktionelle Linien« ausmachen lassen.²⁵ Diese werden als eine »von der aktuellen Ereignislage unabhängige, grundsätzliche politische Tendenz eines Mediums«²⁶ definiert und begründen ein Links-Rechts-Kontinuum. Bei den Printmedien wird die redaktionelle Linie »vom Verleger oder Herausgeber weitgehend bestimmt und über die alltägliche Sozialisation in der Redaktion an die Redakteure weitervermittelt«. Das »publizistische Spektrum von links nach rechts« bilden in Deutschland die überregionalen Tageszeitungen Frankfurter Rundschau (FR), Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) sowie Die Welt. Inzwischen hat sich überregional außerdem die tageszeitung (taz) links von der Frankfurter Rundschau etabliert. Die durchschnittliche Auflagenzahl pro Tag lag dabei im 4. Quartal 2014 bei der BILD-Zeitung (einschließlich BZ) bei rund 2,219 Mio. verkauften Ex-

- 21 Carsten Reinemann, / Philip Baugut, »Alter Streit unter neuen Bedingungen: Einflüsse politischer Einstellungen von Journalisten auf ihre Arbeit« in: *Zeitschrift für Politik* Nr. 4 (2014), S. 480-505.
- 22 Thomas Patterson, / Wolfgang Donsbach, »News Decisions: Journalists as Partisan Actors« in: *Political Communication* 13, Nr. 4 (1996), S. 455- 468; Hans Kepplinger, *Journalismus als Beruf*, Wiesbaden 2011, S. 100 ff.; Schulz, *Politische Kommunikation*, aaO. (FN 9), S. 102 ff.
- 23 Kepplinger, *Journalismus als Beruf*, aaO. (FN 20), S. 154f.
- 24 Lutz Hagen, »Opportune Witnesses: An Analysis of Balance in the Selection of Sources and Arguments in the Leading German Newspapers' Coverage of the Census Issue« in: *European Journal of Communication* 8, Nr. 3 (1993), S. 317-343.
- 25 Jürgen Wilke, / Carsten Reinemann, *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung*, Köln 2000; Christiane Eilders, »Von Links bis Rechts – Deutung und Meinung in Pressekommentaren« in: Christiane Eilders, / Friedhelm Neidhardt, / Barbara Pfetsch, (Hg.), *Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik*, Wiesbaden 2004, S. 129-166.
- 26 Maurer, / Reinemann, *Medieninhalte*, aaO. (FN 3), S. 129ff.

emplaren, bei der Süddeutschen Zeitung bei 381.844, der FAZ bei 305.257, bei Die Welt bei 200.854 und bei der tageszeitung bei 53.812 Exemplaren.²⁷

3. Methodische Herangehensweise: Der Framing-Ansatz

Die Termini »Frame« und »Framing« werden in der Literatur unterschiedlich definiert.²⁸ Viele Autoren stützen sich dabei auf Entman: »Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communication text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described. [...] Frames, then, define problems [...]; diagnose causes [...]; make moral judgments [...]; and suggest remedies.«²⁹ Danach werden beim Framing bestimmte Aspekte eines wahrgenommenen Ereignisses in der Berichterstattung so ausgewählt und hervorgehoben, dass eine spezifische Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, moralische Bewertung und Handlungsempfehlung und/oder Lösungsvorschläge vermittelt werden.

Die Problemdefinition zeigt auf, »über welchen Teilbereich eines Themas gesprochen wird, welche Akteure relevant sind und welche Informationen bzw. Fakten betont werden«³⁰ und bildet meist den »Kern des Rahmens«.³¹ Die Ursachenzuschreibung bestimmt, wem oder was die Verantwortung für ein politisches Ereignis zugesprochen wird. Innerhalb eines Frames können mehrere Ursachen genannt werden, die sich auf Personen oder Situationen beziehen können. Durch eine moralische Bewertung wird die vermittelte Problemdefinition eingeordnet und bewertet.³² Die Lösungszuschreibung und Handlungsaufforderung kann ebenfalls situativ oder personal erfolgen und bezieht sich auf geforderte und/oder »zu unterlassende Maßnahmen zur Behebung des Problems sowie für die Lösung des Problems fähigen Akteure«.³³

27 Statista, *Verkaufte Auflage der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland im 4. Quartal 2014*, 2015, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/73448/umfrage/auflage-der-ueberregionalen-tageszeitungen/> (Stand: 2.4.2015). Die *Frankfurter Rundschau* stellte die gesonderte Meldung der Auflagenzahlen an die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW) mit dem zweiten Quartal 2013 ein. Zuvor war die Auflagenzahl massiv gesunken und dürfte heute – laut verschiedener Medienberichte – bei rund 85.000 Exemplaren liegen.

28 Bertram Scheufele, »Framing as a Theory of Media Effects« in: *Journal of Communication* 49, Nr. 1 (1999), S. 103-122; Matthias Potthoff, *Medien-Frames und ihre Entstehung*, Wiesbaden 2012, S. 29ff.

29 Robert Entman, »Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm« in: *Journal of Communication* 43, Nr. 4 (1993), S. 52.

30 Jörg Matthes, *Framing*, Baden-Baden 2014, S. 11.

31 Lars Harden, *Rahmen der Orientierung. Eine Längsschnittdanalyse von Frames in der Philosophieberichterstattung deutscher Qualitätsmedien*, Wiesbaden 2002, S. 86.

32 Jörg Matthes, / Matthias Kohring, »Die empirische Erfassung von Medien-Frames« in: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 52, Nr. 1 (2004), S. 61ff.

33 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 12.

Nach Entman muss nicht jedes dieser vier Elemente vorkommen, damit tatsächlich von einem Frame gesprochen werden kann.³⁴ Auch Matthes konstatiert, dass bereits die Existenz von zwei der vier Elemente hinreichend sei, da dadurch eine Grundhaltung zu einem Thema offenbart werde.³⁵ Harden hingegen fügt zu den vier Elementen das Element »Akteure« hinzu, die Aussagen treffen, Argumente formulieren und damit den Frame prägen.³⁶ Ein Frame setzt sich in diesem Verständnis immer aus allen fünf Frame-Elementen zusammen, wobei sie nicht in einem Text vorkommen müssen, sondern sich auch über mehrere Artikel entwickeln können.

»Frames« – verstanden als »Interpretationsmuster« – bilden »Sinnhorizonte« von Akteuren [...], die gewisse Informationen und Positionen hervorheben und andere ausblenden.«³⁷ Die mehr oder minder strategische Nutzung von Frames lässt sich »in allen Phasen von massenmedialen Kommunikationsprozessen [...] identifizieren.«³⁸ Dabei kann zwischen vier verschiedenen Frames unterschieden werden, die sich »sowohl im kognitiven Apparat des Menschen [...] als auch in kommunizierten Inhalten« ausmachen lassen und sich in einem dynamischen Prozess gegenseitig beeinflussen.³⁹ Durch strategisches Framing versuchen verschiedene Kommunikatoren, wie Parteien, soziale Bewegungen oder Verbände, sich mit ihrer Sicht auf bestimmte Themen öffentlich durchzusetzen. Ihre Deutungsmuster stehen dabei im Wettbewerb mit Frames anderer Akteure und können im Verlauf des öffentlichen Diskurses neu definiert, angepasst und ausgetauscht werden. Journalistische Frames bestimmen dagegen, wie Journalisten bestimmte Aspekte eines Themas selektieren und in der Berichterstattung wiedergeben. Dafür sind das Wissen, die Vorstellungen und die Einstellungen der Journalisten gegenüber dem jeweiligen »issue« oder den (politischen) Kommunikatoren ausschlaggebend. Medien-Frames beschreiben die dadurch entstandenen Deutungsmuster innerhalb der Medienberichterstattung, die beispielsweise in journalistischen Texten vorzufinden sind. In welches Interpretationsmuster die Rezipienten die vermittelten Informationen einordnen und welche Aspekte von ihnen verstärkt wahrgenommen und vernachlässigt werden, bestimmen Rezipienten-Frames.

Innerhalb der Framing-Forschung lässt sich zwischen drei sich überschneidenden Hauptsträngen unterscheiden, die verschiedene Perspektiven des Kommunikationsprozesses in den Fokus stellen⁴⁰: Bei der Kommunikationsperspektive steht die journa-

34 Entman, »Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm« aaO. (FN 29), S. 52.

35 Jörg Matthes, *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellung der Rezipienten*, München 2007, S. 145.

36 Harden, *Rahmen der Orientierung*, aaO. (FN 31), S. 87f.

37 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 10.

38 Urs Dahinden, *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*, Konstanz 2006, S. 308; Bertram Scheufele, »Framing-Effekte auf dem Prüfstand. Eine theoretische, methodische und empirische Auseinandersetzung mit der Wirkungsperspektive des Framing-Ansatzes« in: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 52, Nr. 1 (2004), S. 30-55.

39 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), 10ff; Schmid-Petri, Hannah, *Das Framing von Issues in Medien und Politik. Eine Analyse systemspezifischer Besonderheiten*, Wiesbaden 2012, S. 64 ff.

40 Scheufele, »Framing-Effekte auf dem Prüfstand«, aaO. (FN 28), S. 31f.

listen- und inhaltszentrierte Perspektive im Zentrum. Erstere fragt danach, wie journalistische Frames die Nachrichtenproduktion beeinflussen und in der Medienberichterstattung zustande kommen. Letztere untersucht dagegen die Berichtsstruktur an sich. Bei der öffentlichkeits- und bewegungstheoretischen Perspektive wird analysiert, welche politischen und gesellschaftlichen Akteure ihre Frames in den Medien durchsetzen können. Mit der wirkungszentrierten Perspektive soll dagegen herausgefunden werden, »wie die Rahmung eines Themas in den Medien [...] die Vorstellungen, Urteile, Bewertungen, Affekte und Entscheidungen von Rezipienten« beeinflusst.⁴¹

Da im Folgenden Medien-Frames sowie strategische Frames verschiedener Akteure in ausgewählten Tageszeitungen untersucht werden sollen, wird hier eine inhaltszentrierte Kommunikations- sowie eine öffentlichkeits- und bewegungstheoretische Perspektive eingenommen. Generell können dabei generische und themenspezifische Frames erfasst werden.⁴² Bei generischen Frames stehen Struktur und Präsentationsform einer bestimmten Botschaft – wie beispielsweise »Verantwortungszuschreibung«, »Konflikt«, »wirtschaftliche Auswirkung«, »menschliche Dimension« und »Moral« – im Vordergrund, wobei die ermittelten Frames unabhängig vom jeweiligen »issue« zum Tragen kommen können. Bei themenspezifischen Frames werden dagegen inhaltliche Aspekte eines bestimmten »issues« in der Berichterstattung analysiert. Da hier Frames mit Blick auf spezifische Interpretationsmuster der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen analysiert werden, gilt es, themenspezifische Frames zu ermitteln. Diese lassen sich mithilfe verschiedener inhaltsanalytischer Methoden erfassen.⁴³

Bei qualitativen Zugängen werden Frames induktiv erfasst, mit Textbeispielen beschrieben, Ergebnisse jedoch nicht quantifiziert. Der Vorteil liegt in der detaillierten Darstellung des Textmaterials. Ein Nachteil bildet die subjektive Vorgehensweise, da die Herausarbeitung von Frames im interpretatorischen Ermessen des Forschenden liegt. Mit dem manuell-holistischen Ansatz werden Frames – entweder deduktiv oder induktiv – »als Variablen nach ihrem Vorhandensein in einem Text« codiert und anschließend quantifiziert.⁴⁴ Frames können so schnell ermittelt werden und die Quantifizierung ermöglicht den Vergleich zwischen verschiedenen Texten. Problematisch ist jedoch, dass Frames aus verschiedenen Elementen bestehen, die bei einer solchen Codierung objektiv schwer nachvollziehbar sind. Auch hier kann das Problem unzureichender intersubjektiver Nachprüfbarkeit auftreten. Bei der manuell-dimensionsreduzierenden Framing-Analyse werden verschiedenen Frame-Elementen Variablen mit jeweils unterschiedlichen Ausprägungen zugeordnet und entsprechend codiert. Nach Erfassung dieser Merkmalsausprägungen werden die verschiedenen Fälle durch einen Fusionsalgorithmus der hierarchischen Clusteranalyse dimensionsreduzierend zusammengefasst und als Frames interpretiert. Dahinter steht die Vorstellung, dass Frames und ihre Elemente als empirisch bestimmbare Muster in journalistischen Texten vorzu-

41 Scheufele, »Framing-Effekte auf dem Prüfstand«, aaO. (FN 28), S. 32.

42 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 59.

43 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 39ff.; Matthes / Kohring »Die empirische Erfassung von Medien-Frames«, aaO. (FN 32), S. 56ff.

44 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 40.

finden sind, die bei der Selektion und Verarbeitung von politischen Ereignissen entstanden sind. Wenn jene Muster in mehreren Texten vorzufinden sind, kann von einem »Frame« gesprochen werden.⁴⁵ Der Vorteil ist, dass sich Frames durch intersubjektiv nachvollziehbare Elemente bestimmen lassen. Allerdings lassen sich nicht immer eindeutig interpretierbare Ergebnisse generieren.⁴⁶ Außerdem werden bestimmte Metaphern und ausdrucksstarke Wörter, die einem Text eine bestimmte Tonalität verleihen, nicht hinreichend erfasst. Anhand der computerbasierten Framing-Analyse erfolgt das sogenannte »Frame-Mapping«. Danach werden aus dem gesamten Untersuchungsmaterial einzelne Wörter extrahiert, in einer »multidimensionalen Skalierung graphisch visualisiert«⁴⁷ und anhand von Wortclustern zu einem Frame zusammengesetzt. Dadurch werden Objektivität und Reliabilität erhöht. Problematisch ist jedoch, dass einzelne Wörter nicht oft auftreten müssen, damit von einem Frame gesprochen werden kann. Zudem können bestimmte Wörter unterschiedliche Bedeutungen im jeweiligen Kontext haben.

Um den vermittelten Gesamtkontext, die Tonalität und die Bewertungen des hier zu untersuchenden Textkorpus erfassen zu können, erscheint der manuell-dimensionsreduzierende Zugang am geeignetsten, zumal er eine hohe intersubjektive Nachvollziehbarkeit durch Codierung einzelner Merkmalsausprägungen der Frame-Elemente mittels eines computerbasierten Fusionsalgorithmus ermöglicht. Gleichzeitig bleibt eine qualitative Komponente erhalten, da die verschiedenen Frame-Elemente separat operationalisiert und codiert werden. Hier wird von der Annahme ausgegangen, dass ein Frame nicht erst dann vermittelt wird, wenn dessen Merkmalsausprägungen in mehreren Texteinheiten ermittelt werden kann. So lassen sich übergeordnete Frames erfassen, die auch Rückschlüsse auf die jeweiligen redaktionellen Linien der ausgewerteten Printmedien erlauben.

4. Mediales Framing der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen

Im Bundestagswahlkampf 2013 sprachen sich die damaligen Oppositionsparteien (SPD, Die Linke und Bündnis 90/Die Grünen) – wenn auch mit unterschiedlichen Akzenten – für Steuererhöhungen aus. CDU/CSU und FDP lehnten dies ab. Die verschiedenen Ansätze der Nachrichtenwert-Theorie sowie die Überlegungen zu den redaktionellen Linien in der (deutschen) Presselandschaft legen den Schluss nahe, dass auch die Wahlkampf-Berichterstattung durch die Vermittlung dieser konträren Positionen geprägt wurde.

45 Simone Schlosser, »Verkauft doch eure Inseln ihr Pleitegriechen«. Die Darstellung Griechenlands in ausgewählten deutschen Medien während der Eurokrise und ihr Einfluss auf die Meinung der deutschen Öffentlichkeit« in: *Arbeitspapiere zur Internationalen Politik und Außenpolitik*, Köln 2013 (4), S. 41.

46 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 43.

47 Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 45.

a) Die Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen

Auf dem Bundesparteitag im April 2013 beschlossen Bündnis 90/Die Grünen umfassende steuerpolitische Maßnahmen als Teil des eigenen Wahlprogramms. In den Medien und parteiintern wurden vor allem die Pläne zur individuellen Einkommensbesteuerung kontrovers diskutiert. So forderte die Partei, den Spitzensteuersatz der Einkommensteuer ab einem zu versteuernden Jahreseinkommen von 60.000 Euro auf 45 % und von 80.000 Euro auf 49 % anzuheben.⁴⁸ Das steuerfreie Existenzminimum sollte dagegen auf mindestens 8.700 Euro angehoben werden. Alleine dadurch sollte der Bund 3 Mrd. Euro Mehreinnahmen generieren. Bürger mit einem jährlich zu versteuernden Einkommen unter 60.000 Euro sollten entsprechend entlastet werden. Um Erwerbsanreize für Frauen zu erhöhen und ihr Armutsrisiko zu senken, forderten Bündnis 90/Die Grünen das Ehegattensplitting durch eine Deckelung des Splittingvorteils ab 60.000 Euro gemeinsamen Haushaltseinkommens zu begrenzen, um es dann innerhalb von zehn Jahren abzuschmelzen und durch eine »Individualbesteuerung mit übertragbarem Existenzminimum« zu ersetzen.⁴⁹

Durch die Erhebung einer einmaligen Vermögensabgabe sollte der Staat zudem insgesamt 100 Mrd. Euro zum Abbau der öffentlichen Verschuldung einnehmen. Diese Abgabe sollte »weniger als 1 % der Bürger mit jeweils einem Nettovermögen von mehr als 1 Mio. Euro« betreffen und beim Betriebsvermögen auf maximal 35 % des Gewinns begrenzt sein.⁵⁰ Nach Erhebung der Vermögensabgabe sollte eine verfassungskonforme Vermögensteuer wiederbelebt und die Erbschaftsteuer erhöht werden, um deren Gesamteinnahmen auf 8,6 Mrd. Euro zu verdoppeln.⁵¹ Dabei sollten die Bevorzugung von Schenkungen und Erbschaften gegenüber anderen Einkunftsarten durch eine Festsetzung von Freibeträgen »auf ein vernünftiges Maß« eingeschränkt und die Bemessungsgrundlage verbreitert werden, während kleine Erbschaften weiterhin nicht besteuert werden sollten. Statt der Befreiung von Betriebsvermögen sollten gesonderte Freibeträge und Stundungsregelungen eingeführt werden. Darüber hinaus forderte die Partei, die Abgeltungsteuer abzuschaffen, Kapitaleinkommen wieder progressiv zu besteuern und die »Abzugsfähigkeit von Gehältern und Boni als Betriebsausgaben [...] auf 500.000 Euro [zu] beschränken«.⁵² Der umfassende Anspruch des Programms wurde durch Forderungen nach einer Reform des Länderfinanzausgleichs, einer Überführung der Einnahmen aus dem Solidaritätszuschlag in einen Altschuldentilgungsfonds, einer Reform der Gewerbesteuer, der Einführung einer Bundessteuer-

48 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel. Teilhaben. Einmischen. Zukunft schaffen*. Bundestagswahlprogramm 2013 von Bündnis 90/Die Grünen, 2013, S. 82, http://www.gruene.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Wahlprogramm/Wahlprogramm-barrierefrei.pdf (Stand: 24.6.2014).

49 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 85.

50 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 83.

51 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 79.

52 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 84.

verwaltung, einem Abbau umweltschädlicher Subventionen sowie nach diversen finanz- und steuerpolitischen Forderungen für die gesamte EU unterstrichen.⁵³

Zusammengenommen zielte der steuerpolitische Maßnahmenkatalog der Partei auf die Generierung zusätzlicher Einnahmen zum Abbau öffentlicher Schulden und zur Haushaltskonsolidierung. Mit den zusätzlichen Einnahmen sollte zudem nicht nur der Auseinanderentwicklung von privatem Einkommen und Vermögen entgegengesteuert werden.⁵⁴ Vielmehr sollten nach Vorstellung der Partei auch die Energiewende, Programme für den Klimaschutz und mehr Geschlechtergerechtigkeit sowie Investitionen in die öffentliche Infrastruktur und Bildung finanziert werden.⁵⁵ Damit wollten Bündnis 90/Die Grünen den Wählern »als einzige Partei ein Programm« bieten, »in dem zusätzliche Ausgaben und Kürzungen, Einsparungen und Steuererhöhungen gegenfinanziert« sind und damit ein Angebot für eine »klare und ehrliche Politik« machen.⁵⁶ Im Wahlkampf argumentierte die Partei, dass die anvisierten Steuererhöhungen lediglich die oberen 10 % der Bürger mit Spitzeneinkommen belasten würden. Für rund 90 % der Bevölkerung sei hingegen eine Entlastung vorgesehen.⁵⁷ Wirtschaftspolitisch positionierten sich Bündnis 90/Die Grünen damit links von der Mitte, da individuelle Mehrbelastungen vorgenommen werden sollten, um staatliche Einnahmen zu erhöhen, öffentliche Investitionen zu fördern und eine Umverteilung von oben nach unten vorzunehmen.⁵⁸ Gemäß der Nachrichtenwerttheorie und dem Zwei-Komponenten-Modell war die Vielzahl dieser Detailforderungen geradezu prädestiniert für eine selektive mediale Verarbeitung. Insofern stellt sich die Frage, inwieweit die Medienberichterstattung in den überregionalen Tageszeitungen tatsächlich entlang der redaktionellen Linien verlief oder ob womöglich die Einschätzungen einer parteinahen Nachwahlanalyse zutreffend ist. Demnach hätten sich nicht nur die »konservativen Zeitungen wie FAZ und Welt«, sondern auch »sämtliche Medien der links- und rechtsliberalen Mitte (SPIEGEL, Süddeutsche Zeitung, DIE ZEIT, Der Tagesspiegel etc.) als nicht ansprechbar für die Problematik der Finanzierung öffentlicher Güter und der Schuldenexplosion« erwiesen.⁵⁹

53 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 80, 78, 74ff. und 84.

54 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 74 ff.

55 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 78.

56 Bündnis 90/Die Grünen, *Zeit für den Grünen Wandel*, aaO. (FN 48), S. 76.

57 Elisabeth Niejahr, »Unser Konzept entlastet 90 Prozent der Steuerzahler – Stimmt das?« in: *ZEITmagazin* 23 (29.05.13), <http://www.zeit.de/2013/23/faktomat-bundestagswahl-gruene-steuerkonzept> (Stand: 18.7.2014).

58 Matthias Bianchi, / Steffen Bender, / Karina Hohl, / Andreas Juschke, / Jan Schoofs, / Susanne Steitz, / Jan Treibel, *Der Duisburger-Wahl-Index (DWI) zur Bundestagswahl 2013. Policy-Positionen von CDU/CSU, SPD, Grünen, FDP, Linke und Piraten zur Bundestagswahl 2013 im Vergleich*, 2013, S. 6, http://rgf.kr8.me/wp-content/uploads/2014/05/110913regierforschung.de_dwi_bt2013.pdf (Stand: 5.8.2014).

59 Ralph Obermaier, »Das Bild der Grünen im Bundestagswahlkampf 2013 und seine Autoren« in: Jan Engelhardt, / Thomas Leif, (Hg.), *Medien im Wahlkampf. Macht ohne Verantwortung*, Berlin 2014, S. 16-36.

b) Auswahlinheit und Zeitraum

Für die vorliegende Framing-Analyse wurden die überregionalen Tageszeitungen die tageszeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung sowie Die Welt einschließlich ihrer Sonntagsausgaben untersucht. Diese bilden das publizistische Spektrum auf einem politisch-ideologischen Links-Rechts-Kontinuum ab. Die Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen wurden bereits im Vorfeld der Bundesdelegiertenkonferenz vom 26. bis 28. April 2013 sowohl innerparteilich als auch in den Medien diskutiert. Das entsprechende mediale Framing setzte mithin schon vor dem Parteitag ein. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich deshalb vom 10. April bis zum Wahltag am 22. September 2013.

Zur Ermittlung des relevanten Untersuchungsmaterials wurden für die SZ und die FAZ das Pressearchiv der Staatsbibliothek Berlin und für die taz, FR und Die Welt die Datenbank LexisNexis genutzt. Dort wurden die Wortkombinationen »Grün* und Steuer*«, »Grün* und Vermögensabgabe«, »Grün* und Ehegattensplitting«, »Grün* und Soli*«, »Grün* und Länderfinanzausgleich« sowie »Grün* und Subvention*« eingegeben. So konnten alle Artikel ermittelt werden, in denen Bezug auf die verschiedenen steuerpolitischen Aspekte des Wahlprogramms der Partei genommen wurde. In einer Voruntersuchung wurden alle Artikel aussortiert, in denen entweder die steuerpolitischen Forderungen von Bündnis 90/Die Grünen bzw. von SPD und Grünen oder der gesamten Opposition nicht Hauptgegenstand waren oder die sich lediglich auf aktuelle Gesetzesvorlagen von Bündnis 90/Die Grünen bezogen. Außerdem blieben alle Artikel unberücksichtigt, die sich auf die Landtagswahlen in Bayern und Hessen am 15. bzw. 22. September 2013 bezogen. Um Dopplungen zu vermeiden, wurden zudem die Artikel aussortiert, die auf den Titelseiten der jeweiligen Tageszeitung auf ausführliche Artikel in einzelnen Rubriken gleichlautenden Inhalts verwiesen. Den Auswahlkriterien im genannten Untersuchungszeitraum entsprachen damit insgesamt 150 Berichte und Kommentare – 18 in der tageszeitung (von 13 verschiedenen Autoren), 16 in der Frankfurter Rundschau (von acht verschiedenen Autoren), 26 in der Süddeutschen Zeitung (von 14 verschiedenen Autoren), 54 in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (von 24 verschiedenen Autoren) und 36 in Die Welt (von 18 verschiedenen Autoren). Bereits diese Verteilung lässt erste Rückschlüsse auf die Relevanz zu, die dem Thema durch die unterschiedlichen Printmedien beigemessen wurde. Dieser Textkorpus wurde von einer Person codiert. Zur Sicherstellung der Reliabilität wurde die Codierung von einem zweiten Codierer stichprobenartig geprüft.

c) Operationalisierung der Frames für die hierarchische Clusteranalyse

Da hier ein manuell-dimensionsreduzierender Zugang gewählt wird, werden die Frames des Untersuchungsmaterials als Muster erfasst, die jeweils aus verschiedenen Frame-Elementen bestehen. In einem Artikel können deshalb durchaus mehrere Frames identifiziert und von verschiedenen Akteuren artikuliert werden. Dabei ist zu prüfen, inwieweit bei der Auswahl dieser Statements »opportune Zeugen« bemüht

wurden, die möglicherweise ebenfalls Rückschlüsse auf die redaktionellen Linien der jeweiligen Zeitungen liefern. In der vorliegenden Untersuchung besteht daher ein Frame – in Anlehnung an Entman und Harden – aus den bis zu fünf Frame-Elementen »Problemdefinition«, »Akteur«, »Ursachenzuschreibung«, »Handlungsempfehlung bzw. Lösungszuschreibung« und »Bewertung«. Zur Identifizierung von Frames in einem Artikel muss deshalb mindestens ein Akteur mit Blick auf die grünen Steuerpläne eine Problemdefinition kommunizieren, die Ursachenzuschreibung bzw. Verantwortung ex- oder implizit Bündnis 90/Die Grünen zuschreiben sowie eine positive, ausgewogene/sachlich-neutrale oder negative Bewertung der Forderungen vermitteln. Eine positive Bewertung bildet beispielsweise die Aussage: »Das Wahlprogramm der Partei sehe mehr Netto vom Brutto für neun von zehn Bundesbürgern vor.«⁶⁰ Im Gegensatz dazu ist eine typisch negative Bewertung: »Dumm ist nur, dass der Griff ins Portemonnaie nicht nur ein paar ›Superreiche‹ trifft, sondern vor allem die Wirtschaft und die Mitte der Gesellschaft – und damit die eigene Klientel.«⁶¹ Bei einer sachlich-neutralen Bewertung werden dagegen nur die Forderungen vermittelt oder abgewogen ohne einen expliziten Nutzen oder Schaden damit in Verbindung zu bringen. Tabelle 1 zeigt – in Anlehnung an Matthes/Kohring sowie Matthes⁶² – die verschiedenen inhaltsanalytischen Kategorien und deren Ausprägungen, die durch die induktive Analyse des Untersuchungsmaterials ermittelt und zusammengefasst wurden.

Tabelle 1: Operationalisierung der Frame-Elemente

Frame-Elemente	Kategorien	Ausprägungen
Problemdefinition	Auswirkung auf	Staat/Wirtschaft/Bevölkerung, ideologische Ausrichtung/Koalitionsfrage/Umfragewerte
Problemdefinition	betroffene Akteure	Belastung obere 10% und Entlastung untere 90% der Einkommenssteuerzahlenden und Vermögenden, Wirtschaft/Mittelschicht, Bündnis 90/Die Grünen/Wählerschaft
Akteur	positiv äuernd	Journalisten, Vertreter der Grünen, Wirtschaftsakteur/-institut/Experte, politischer Gegner, Bevölkerung

60 DPA, »Grüne verteidigen Steuerpläne« in: *Süddeutsche Zeitung* (2013), S. 6.

61 Joachim Jahn, »Klassenkampf« in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 17 (2013), S. 17.

62 Matthes / Kohring »Die empirische Erfassung von Medien-Frames«, aaO. (FN 32), S. 56-75; Matthes, *Framing*, aaO. (FN 30), S. 43.

Frame-Elemente	Kategorien	Ausprägungen
Akteur	negativ äußernd	Journalisten, Vertreter der Grünen, Wirtschaftsakteur/-institut/Experte, politischer Gegner, Bevölkerung
Ursachen-zuschreibung	Zustimmung aufgrund von	Schuldenabbau/Mehreinnahmen für Investitionen/Entlastung/Gerechtigkeit
Ursachen-zuschreibung	Ablehnung aufgrund von	guter Konjunkturlage/zu hoher Belastung/ Ungerechtigkeit
Ursachen-zuschreibung	Verantwortung Akteur	Grüne/Rot-Grün/Opposition, politischer Gegner, Gesellschaft, Aussage/Studie von Experte
Handlungsempfehlung	geforderte Maßnahmen	keine Steuererhöhung/Alternativforderung, Steuererhöhung, keine Schwarz-Grüne Koalition, keine Rot-Grün-Rote Koalition, keine Rot-Grüne Koalition
Lösungszuschreibung	Kompetenz-zuschreibung	Grüne/Rot-Grün/Opposition, politischer Gegner/Experte
Lösungszuschreibung	Kompetenz-abschreibung	Grüne/Rot-Grün/Opposition, politischer Gegner/Experte
Bewertung	Gesamttonalität	positiv, ausgewogen/sachlich neutral, negativ

Quelle: Eigene Zusammenstellung.

Eine Voruntersuchung ergab, dass die Unterscheidung zwischen den einzelnen steuerpolitischen Forderungen von Bündnis 90/Die Grünen nicht zielführend sein würde. Denn in den Artikeln wurden entweder die gesamten Steuerpläne als Umverteilungsmaßnahme bzw. Mehrbelastung oder einzelne Forderungen, wie die Abschmelzung des Ehegattensplittings, die Erhöhung des Spitzensteuersatzes, die Erbschaftsteuerreform oder die Einführung der Vermögensteuer, exemplarisch für eine Mehrbelastung genannt und dementsprechend mit ähnlicher Konnotation vermittelt und bewertet. Die steuerpolitischen Forderungen mit Europabezug, die Maßnahmen zur Bekämpfung der Steuerhinterziehung sowie der Vorschlag zur Reform des Länderfinanzausgleichs waren bemerkenswerterweise überhaupt nicht Gegenstand der Berichterstattung.

Die »Problemdefinition« in den untersuchten Texten beinhaltete daher die Steuerpläne in ihrer Gesamtheit oder einzelne Forderungen, die mit Auswirkungen für die

individuellen Steuerzahler verbunden waren. So wurden entweder die Auswirkungen der Steuerpläne auf den Staat, die Wirtschaft und die Bevölkerung oder auf die ideologische Ausrichtung, die Umfragewerte und die damit verbundenen Regierungsoptionen von Bündnis 90/Die Grünen nach der Bundestagswahl problematisiert. Als betroffene Akteure wurden im ersten Fall zwischen den, von Bündnis 90/Die Grünen genannten, belasteten oberen 10% und entlasteten unteren 90% der Einkommenssteuerzahlenden und Vermögenden und der belasteten Wirtschaft und Mittelschicht unterschieden, die von ablehnenden bzw. kritisierenden Akteuren benannt wurden. Wenn in der Berichterstattung die ideologische Ausrichtung der Steuerpläne problematisiert wurde, ging es immer um Bündnis 90/Die Grünen als Partei und ihre Wählerschaft. Für entsprechende Bewertungen der »Akteure« wurden dabei entweder Journalisten, Parteimitglieder oder Vertreter anderer Parteien, die Bevölkerung oder Experten von Forschungsinstituten, Vertreter der Wirtschaft oder Demoskopien bemüht.

Die »Ursachenzuschreibung« für die kommunizierten Auswirkungen erfolgte entweder zustimmend aufgrund des Zwecks der Steuerpläne oder mit Blick auf die gute konjunkturelle Lage und/oder die zu hohen steuerlichen Belastungen ablehnend. Da auch die anderen Oppositionsparteien Steuererhöhungen forderten, wurde die Verantwortung immer ex- oder implizit Bündnis 90/Die Grünen, Rot-Grün oder gar der gesamten Opposition zugeschrieben. Die Verantwortungsattribution für vermeintlich erwartbare Negativfolgen stützte sich oft auf Meinungsumfragen bzw. das »gesellschaftliche Klima«, Aussagen und Argumentationen der politischen Gegner und/oder Studien von Experten. Bei den Frame-Elementen »Handlungsempfehlung« und »Lösungszuschreibung« wurden die Steuerpläne entweder begrüßt oder abgelehnt bzw. Alternativmaßnahmen formuliert. Zudem wurden verschiedene Koalitionsoptionen genannt. Die Kompetenz wurde Bündnis 90/Die Grünen oder dem politischen Gegner zu- oder abgesprochen. Das Element »Bewertung« wurde hier zudem im Hinblick auf die Gesamttonalität operationalisiert, die mit dem jeweiligen Frame vermittelt werden sollte. Dieser konnte entweder positiv, ausgewogen/sachlich neutral oder negativ erfolgen und bestimmt, ob die Auswirkungen der Steuerpläne eher mit einem Nutzen oder einem Schaden in Verbindung gebracht wurden.

Mit Blick auf das Vorkommen der verschiedenen kategorialen Ausprägungen wurde jeder Fall mit Hilfe von SPSS für die hierarchische Clusteranalyse binär codiert. Um mögliche Überschneidungen in den Argumentationsmustern zu identifizieren und um gleichzeitig eine subjektive Verzerrung der Ergebnisse möglichst weitgehend zu vermeiden, wurde – trotz der vergleichsweise geringen Fallzahl – anstelle einer rein deskriptiven Vorgehensweise das Verfahren einer Cluster-Analyse gewählt. Ein Fall stellte dabei einen ermittelten Frame dar, der einem Akteur in einem analysierten Artikel zugeordnet werden konnte. Da das Frame-Element »Bewertung« am ehesten Rückschlüsse auf die redaktionellen Linien der hier untersuchten Printmedien liefert und die jeweils zusammengefassten Cluster dieses Merkmal einheitlich für eine sinnvolle Interpretation beinhalten sollten, wurde die Ausprägung dieser Variable mit dem Faktor drei höher gewichtet. Dies mag auf den ersten Blick willkürlich erscheinen, erlaubt jedoch am ehesten, Muster mit gleicher Gesamttonalität zu bilden, die Rückschlüsse

auf das Framing entlang der redaktionellen Linien liefern. Nach der Codierung wurden die Fälle mit den Merkmalsausprägungen mit dem geringsten Abstand durch die hierarchische Clusteranalyse mit Hilfe der WARD-Methode zu Clustern zusammengefasst, um übergeordnete Frames zu eruieren. Die Anzahl der Cluster lieferten sogenannte Dendogramme, die die Abstände zwischen den zusammengefassten Fällen aufzeigen. Da die Frames mit den jeweiligen redaktionellen Linien verglichen werden sollen, wurde das Verfahren separat je nach Zeitung durchgeführt. Aussagen und Argumentationen verschiedener Akteure der gleichen Partei wurden zusammengefasst, um Verzerrungen des Ergebnisses zu vermeiden. Außerdem wurden Statements und Positionen von Bündnis 90/Die Grünen, auf die die Journalisten nur verwiesen, um sie mit Hilfe einer Gegenposition zu entkräften, nicht als Frames codiert, um auch hier eine Verzerrung zu vermeiden. Um den Anteil der jeweiligen Cluster bzw. Frames in der Berichterstattung der einzelnen Zeitungen vergleichen zu können, wurden die je nach Frame zugeordneten Fälle quantifiziert und deren prozentuale Anteile berechnet. Die Analyse erfolgt dabei auf der Ebene der insgesamt vermittelten Frames, sodass das Untersuchungssample größer ist als die Summe der identifizierten Zeitungsbeiträge.

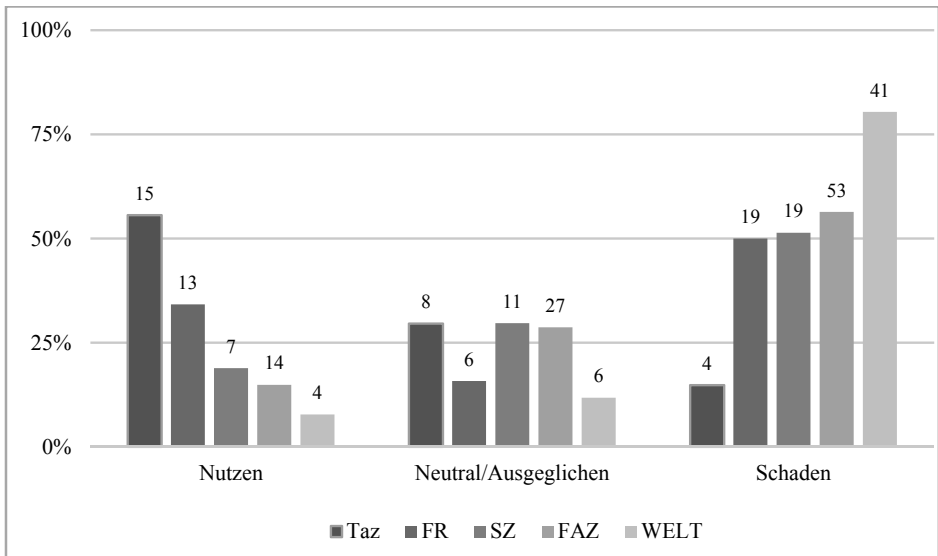
d) Ergebnisse der hierarchischen Clusteranalyse

Durch die Analyse des Untersuchungsmaterials konnten 27 Fälle in der taz, 38 in der FR, 37 in der SZ, 94 in der FAZ und 51 in Die Welt ermittelt werden, die mit der hierarchischen Clusteranalyse zu insgesamt acht übergeordneten Frames zusammengefasst wurden: »Richtige politische Maßnahmen« (Fallzahl: taz (8), FR (10)), »Richtige ideologische Positionierung« (Fallzahl: taz (7), FR (3)), »Schaden für Wirtschaft, Mittelschicht und Partei« (Fallzahl: taz (4), FR (19)), »Richtige politische Maßnahmen und ideologische Positionierung« (Fallzahl: SZ (7), FAZ (14), Die Welt (4)), »Schaden für Wirtschaft und Mittelschicht« (Fallzahl: SZ (9), FAZ (33), Die Welt (26)) und »Falsche ideologische Positionierung« (Fallzahl: SZ (10), FAZ (20), Die Welt (15)), »Ausgewogene bzw. neutrale Bewertung der ideologischen Positionierung« (Fallzahl: FR (6), Die Welt (6)) sowie »Ausgewogene bzw. sachlich neutrale Gesamtbewertung« (Fallzahl taz (8), SZ (11), FAZ (27)). Diese Verteilung der Interpretationsmuster liefert bereits erste Hinweise darauf, dass das Framing der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen durch die einzelnen Tageszeitungen stark den redaktionellen Linien folgte. Gleichwohl lassen sich interessante Abweichungen feststellen. So fasst die Clusteranalyse die Fälle mit positiven Interpretationsmustern bei der taz und der FR – also den Zeitungen, die im linken publizistischen Spektrum zu verorten sind – zu zwei unterschiedlichen Frames zusammen, während sie für SZ, FAZ und Die Welt – den Zeitungen des mittleren bzw. konservativen publizistischen Spektrum – zu einem Frame zusammengefasst wurden. Genau umgekehrt wurden die Fälle mit negativen Interpretationsmustern bei der taz und der FR einem und bei SZ, FAZ und Welt zwei unterschiedlichen Frames zugeordnet. Grund dafür ist, dass in der taz und der FR die Auswirkungen auf die Wirtschaft und die Bevölkerung sowie auf die ideologische Positionierung von Bündnis 90/Die

Grünen eher positiv und in SZ, FAZ und Die Welt auffallend negativ interpretiert wurden.

Noch deutlichere Rückschlüsse auf ein Framing entlang der traditionellen redaktionellen Linien liefert eine Gegenüberstellung der je nach Tageszeitung ermittelten Fälle (in Prozent), die die Gesamttonalität der Frames in Bezug auf die Schadens- und Nutzenbewertung der Steuerpläne bestimmen. Durch eine Unterscheidung zwischen Frames, die einerseits von Journalisten selbst und andererseits von zitierten Experten oder Politikern vermittelt wurden, kann zudem der Auswahl »opportuner Zeugen« nachgegangen werden.

Abbildung 1: Nutzen- und Schadensbewertung aller Frames im Vergleich

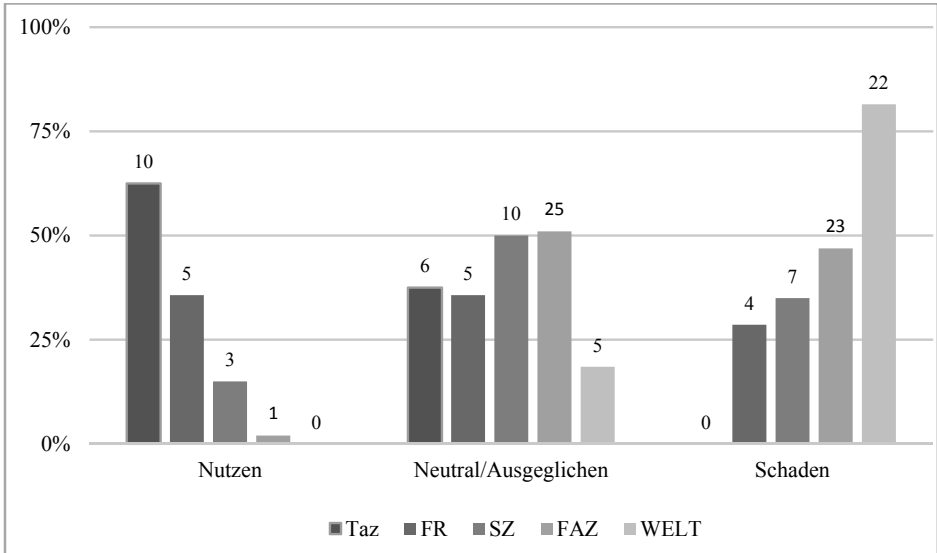


Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

Entsprechend des publizistischen Spektrums vermittelte die tageszeitung, gemessen an den untersuchten Gesamtfällen, am häufigsten Frames mit einer positiven Bewertung über die Auswirkungen der Steuerpläne (55,5 %), gefolgt von der FR (34,2 %), der SZ (18,9 %), der FAZ (14,9 %) und Die Welt (7,8 %). Genau umgekehrt vermittelte mit weitem Abstand Die Welt am häufigsten Frames mit negativen Bewertungen (80,4 %), gefolgt von der FAZ (56,4 %), der SZ (51,4 %), der FR (50 %) und der taz (14,8 %). Diese zum Teil sehr eindeutige Dominanz negativ konnotierter Frames muss ein stückweit relativiert werden, da sich in den untersuchten Artikeln gleichzeitig auch oft Frames mit einer ausgewogenen bzw. sachlich-neutralen Bewertung finden. Diese bewegen sich in einem Bereich zwischen 11,8 % (Die Welt) und immerhin 29,7 % (SZ). Lediglich in der Berichterstattung der links-alternativen taz wurden mehrheitlich Fälle mit positiven Interpretationsmustern vermittelt, während in Die Welt, FAZ, SZ und

selbst der Frankfurter Rundschau Darstellungen zu den negativen Auswirkungen in der Berichterstattung überwogen.

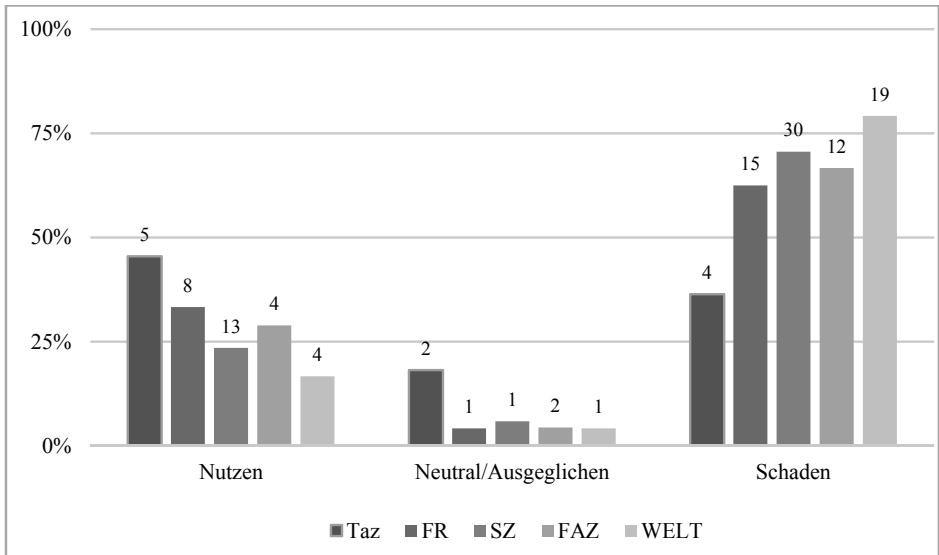
Abbildung 2: Nutzen- und Schadensbewertung der Frames der Journalisten



Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

Ein ähnliches Bild ergibt sich mit Blick auf die von den Journalisten der jeweiligen Tageszeitungen kommunizierten Frames. Während die Journalisten der taz am häufigsten Frames mit positiven Interpretationsmustern (62,5 %) nutzten, sind bereits die Redakteure der Frankfurter Rundschau mit der Benutzung solcher Frames deutlich zurückhaltender (35,7 %). Noch deutlicher lässt sich das für die SZ (15 %) und die FAZ (2 %) konstatieren. Journalisten der Die Welt verzichteten gänzlich auf Frames, mit denen ein möglicher Nutzen der Steuerpläne hätte kommuniziert werden können. Umgekehrt verwendeten die Welt-Journalisten in 81,5 % bzw. in 22 Fällen am häufigsten Frames mit einer negativen Bewertung der Steuerpläne, gefolgt von der FAZ mit 46,9 % bzw. 23 Fällen, der SZ mit 35 % bzw. sieben Fällen und selbst der FR mit immerhin noch 28,6 % bzw. in vier Fällen. Dagegen verzichteten die Redakteure der taz vollständig auf eine Nutzung von Frames mit einer negativen Bewertung. Eine ausgewogene bzw. sachlich-neutrale Bewertung erfolgte am häufigsten in der FAZ (51 %) sowie der SZ (50 %), gefolgt von taz (37,5 %), FR (35,7 %) und Welt (18,5 %). Zusammengefasst zeigt auch dieser Vergleich ein erkennbares Framing entlang der traditionellen redaktionellen Linien.

Abbildung 3: Frames mit Nutzen- und Schadensbewertung von präsentierten Akteuren (»oportunen Zeugen«)



Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

Dieses Ergebnis wird zwar durch den Vergleich von Positionen der präsentierten Akteure etwas abgeschwächt, aber dennoch bestätigt. So bezogen lediglich die in der taz vertretenen Akteure mehrheitlich Positionen, die die Auswirkungen der grünen Steuerpläne positiv bewerteten (45,5 %). Anschließend kamen am häufigsten in der FR (33,3 %), der FAZ (28,9 %), der SZ (23,5 %) und in der Welt (16,7 %) Akteure mit positiven Interpretationsmustern der grünen Steuerpläne zu Wort. Wiederum vertraten die Akteure, deren Positionen in der Welt transportiert wurden, am häufigsten Frames mit einer negativen Bewertung (79,2 %), gefolgt von denen in der SZ (70,6 %), in der FAZ (66,7 %), in der FR (62,5 %) und in der taz (36,4 %). Akteure mit einer ausgewogenen oder sachlich-neutralen Bewertung kamen mit 18,2 % bzw. zwei Fälle am häufigsten in der taz zu Wort. Bei der SZ (5,9 %), der FAZ (4,4 %), der FR (4,2 %) und der Welt (4,2 %) blieb der Anteil ausgewogener bzw. sachlich-neutral wertender Akteure im einstelligen Prozentbereich.

4. Fazit und Ausblick

Das Framing der Steuerpläne von Bündnis 90/Die Grünen im Bundestagswahlkampf 2013 erfolgte weitgehend entlang der traditionellen redaktionellen Linien der untersuchten Tageszeitungen. Positive Bewertungen der Reformvorschläge waren dabei in der medialen Berichterstattung umso häufiger anzutreffen, je weiter die jeweilige redaktionelle Linie im linken publizistischen Spektrum verortet werden kann. Dies bele-

gen insbesondere die Verteilung aller vermittelten Frames sowie die von den Journalisten der jeweiligen Tageszeitung selbst verwendeten Interpretationsmuster. Trotzdem bedarf es einer Differenzierung hinsichtlich der These, wonach liberal-konservative Zeitungen eher Frames mit negativen und Tageszeitungen des linken publizistischen Spektrums eher Frames mit positiven Konnotationen der bündnisgrünen Steuerpläne vermittelten. Zwar konnten in der Berichterstattung von FAZ und Die Welt tatsächlich mehrheitlich Frames mit negativen Interpretationsmustern ermittelt werden, doch traf dies auch auf die Süddeutsche Zeitung und selbst die Frankfurter Rundschau zu, die eigentlich in der Mitte bzw. im linken publizistischen Spektrum verortet werden. Welche Dominanz die kritischen Stimmen in der Medienberichterstattung erlangten, konnte auch anhand der Auswahl »opportuner Zeugen« in den untersuchten Tageszeitungen nachgewiesen werden. Denn insgesamt finden sich dort kaum Aussagen und Argumentationen von Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft, die die Forderungen von Bündnis 90/Die Grünen positiv unterstützten. Darüber hinaus kritisierten verschiedene Parteimitglieder die eigenen Steuerpläne und erhöhten dadurch den Anteil negativer Interpretationsmuster.

Im Wettstreit um die mediale Deutungshoheit sah sich Bündnis 90/Die Grünen deshalb mit einer Vielzahl kritischer Akteure konfrontiert. Da das Framing allein in der Berichterstattung der links-alternativen Tageszeitung mehrheitlich positiv verlief, war diese Auseinandersetzung von Beginn an nahezu ausweglos: Die Partei konnte mit ihren umfassenden Steuerplänen keine breite positive Resonanz in den ausgewählten Printmedien erzeugen bzw. lediglich das linke politische Wählerspektrum ansprechen. In fachpolitischer Hinsicht zeigte sich zudem, dass Forderungen nach Steuererhöhungen, die im finanzpolitischen Dogmenstreit »Ausgabenkürzungen« versus »Einnahmensteigerung« der öffentlichen Hand immer wieder erhoben werden⁶³, letztlich nur schwer mehrheitsfähig sind – selbst wenn sie, wie von Bündnis 90/Die Grünen vorgeesehen, zur Haushaltskonsolidierung eingesetzt werden sollten.

Das hier konstatierte Framing steuerpolitischer Maßnahmen entlang spezifischer redaktioneller Linien bestätigt die Ergebnisse früherer Untersuchungen. Darin wurde auf issue-spezifische Abhängigkeiten in der medialen Berichterstattung einzelner Redaktionen verwiesen.⁶⁴ So ist bereits früher für das Politikfeld der Steuerpolitik und insbesondere die Frage möglicher Steuererhöhungen festgestellt worden, dass die Süddeutsche Zeitung zusammen mit FAZ und Die Welt das konservative politische Lager bildet, obwohl ihre redaktionelle Linie im Querschnitt eher in der Mitte des publizistischen Spektrums verortet wird.⁶⁵ Insgesamt liefert der Framing-Ansatz Erkenntnisse über die ideologische Einordnung von Policy-Forderungen sowie für die Ausrichtung

63 Henrik Scheller, »Auf dem Weg zum fiskalischen Kontrollföderalismus? Leitbilder und Argumentationslinien als Verhandlungsrestriktionen im neuen Finanzausgleichsdiskurs« in: *dms – der moderne Staat* 7, Nr. 1 (2014), S. 137-156.

64 Eilders, »Von Links bis Rechts – Deutung und Meinung in Pressekommentaren«, aaO (FN 25), S. 162.

65 Eilders, »Von Links bis Rechts – Deutung und Meinung in Pressekommentaren«, aaO (FN 25), S. 146 f.

von redaktionellen Linien. Die Tatsache, dass auch die Frankfurter Rundschau zunehmend kritisch über diese Fragen berichtet, könnte außerdem auf einen Wandel der redaktionellen Linie hinweisen. Abschließend bestätigen die Ergebnisse jedoch den Befund, dass redaktionelle Linien einzelner Medien Auskunft über ihre grundlegende politische Tendenz geben, die unabhängig von der aktuellen Ereignislage eine gewisse Konstanz in der ideologischen Ausrichtung aufweisen.⁶⁶

Zusammenfassung

Der steuerpolitische Teil des Wahlprogramms von Bündnis 90/Die Grünen zur Bundestagswahl 2013 stieß auf Ablehnung des politischen Gegners, wurde aber zum Teil auch parteiintern kritisch diskutiert. Inwieweit erfolgte die Rezeption dieser gegensätzlichen Positionen in den überregionalen Tageszeitungen spiegelbildlich zur ideologischen Links-Rechts-Ausrichtung der deutschen Parteienlandschaft? In einer Framing-Analyse zeigt sich tatsächlich, dass die Printmedien, die sich eher im konservativen Teil sowie der Mitte des publizistischen Links-Rechts-Spektrums verorten lassen, Steuererhöhungen – selbst zum Abbau öffentlicher Schulden und für nachhaltige Investitionen – weitgehend ablehnten. Überraschendweise erfuhren die Reformpläne von Bündnis 90/Die Grünen jedoch auch von der Frankfurter Rundschau mit ihrer eher linken redaktionellen Orientierung eine kritische Kommentierung. Die Analyse zeigt, dass sich der Wettstreit um die mediale Deutungshoheit über bestimmte politische Vorhaben nicht gegen die Dominanz einer kritischen Mehrheitsmeinung gewinnen lässt.

Summary

The part about tax issues in the manifesto of the Greens for the federal parliamentary election in 2013 met with rejection of political opponents and was also discussed within the party itself. To what extent did the reception of these opposing positions in the national daily newspapers reflect the ideological left-right orientation of the political party landscape in Germany? A framing analysis actually shows that print media with a conservative or moderate imprint of the journalistic left-right spectrum, largely rejected tax increases. Surprisingly, however, the reform plans of the Greens also learned a critical commentary from the Frankfurter Rundschau with its more left-wing editorial orientation. The analysis gives evidence that the competition about policy-interpretation cannot be won against the dominance of a published majority opinion that is critical.

Lucas Gerrits / Henrik Scheller: The Tax Plans of the German Greens for the Federal Parliamentary Election in 2013 Reflected in the Print Media – Framing Along »Editorial Lines«?

66 Maurer / Reinemann, *Medieninhalte. Eine Einführung*, aaO. (FN 3).