
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 Zugangserschwerungsgesetzes.....	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	371
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	395
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	419
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 ...	427
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	439
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		