

Universität Freiburg i.Ü.
Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Forschungsseminar Inhaltsanalyse, FS 2014
Dr. Daniel Beck

Die Fusionsinitiative und ihr Pressespiegel

*Eine Medienresonanzanalyse des Themas „Fusionsinitiative beider Basel“ mit
Fokus auf die Vielfalt und Ausgewogenheit der Berichterstattung in der
TagesWoche, der Basler Zeitung, der Basellandschaftlichen Zeitung und der
Volksstimme im Januar und Februar 2014*

Eingereicht von:

Katrin Büchenbacher
Rue Georges-Jordil 3
1700 Fribourg
katrin.buechenbacher@unifr.ch
Matrikelnummer: 12-200-887

15. Juli 2014

A. Inhaltsverzeichnis

A. Inhaltsverzeichnis	2
B. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	3
<i>Abbildungen</i>	3
<i>Tabellen</i>	3
C. Abkürzungsverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Das Verhältnis von Medien und Politik	6
1.1 <i>Gewaltenteilung</i>	8
1.2 <i>Instrumentalisierung</i>	9
2.1 <i>Interdependenz</i>	10
3. Journalistische Kommunikation	10
3.1 <i>Gatekeeper-Ansatz</i>	10
3.2 <i>Nachrichtenwert-Theorie</i>	11
3.3 <i>Agenda Setting, Agenda Building, Priming und Framing</i>	12
5. Journalistische Qualität	15
4. Politische Kommunikation	17
4.1 <i>Politische PR</i>	18
4.2 <i>PR-Strategien politischer Organisationen</i>	19
4.3 <i>Instrumente der politischen PR</i>	20
6. Forschungsstand	21
7. Initiative „Für eine Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basellandschaft“: Geschichte, Akteure, Presse	22
7.1 <i>Trennung und Wiedervereinigungsbestreben</i>	22
7.2 <i>Gegner und Befürworter</i>	24
7.3 <i>Die Presselandschaft im Raum Basel</i>	24
8. Untersuchungsleitende Fragestellungen und Hypothesen	25
9. Methodisches Vorgehen	26
9.1 <i>Das Forschungsdesign</i>	27
9.2 <i>Von Fragestellungen zu Kategorien</i>	27
9.3 <i>Pretests, Validität und Reliabilität</i>	28
9.4 <i>Durchführung</i>	29
10. Die Medienresonanz der Fusionsinitiative anfangs 2014	29
10.1 <i>Die Stichprobe</i>	30
10.2 <i>Je mehr Resonanz, desto negativer die Berichterstattung</i>	31
11. Zusammenfassung und Fazit	39
D. Literaturverzeichnis	40
E. Anhang	44
I. <i>Codeplan</i>	44
II. <i>Tabellen aus SPSS</i>	53

B. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 1: Komponenten des Agenda-Setting Prozesses	12
Abbildung 2: Journalistische Qualitätskriterien	14
Abbildung 3: Darstellungsform der Artikel	31
Abbildung 4: Resonanz und Bewertungstendenz	31
Abbildung 5: Häufigkeit der Nennung von PR-Aktivitäten	33
Abbildung 6: Objektivität der Berichterstattung	35

Tabellen

Tabelle 1: Paradigmen des Verhältnisses zwischen Medien und Politik	8
Tabelle 2: Strategiealternativen politischer PR	19
Tabelle 3: Anzahl Artikel pro Zeitung und Ausgabe	30
Tabelle 4: Argumente	34
Tabelle 5: Themenvielfalt	37
Tabelle 6: Argumentvielfalt	38
Tabelle 7: Akteurvielfalt	39
Tabelle a: Darstellungsform des Artikels	53
Tabelle b: Position der Aussagen	53
Tabelle c: Hauptthema des Artikels	53
Tabelle d: Bewertungstendenz	54
Tabelle e: Öffentlichkeitsarbeit in allen Zeitungen	54
Tabelle f: Öffentlichkeitsarbeit in der TaWo	55
Tabelle g: Öffentlichkeitsarbeit in der bz	55
Tabelle h: Öffentlichkeitsarbeit in der BaZ	55
Tabelle i: Öffentlichkeitsarbeit in der Volksstimme	55
Tabelle j: Argumente in allen Zeitungen	56
Tabelle k: Themen in der TaWo	58
Tabelle l: Themen in der bz	59
Tabelle m: Themen in der BaZ	60
Tabelle n: Themen in der Volksstimme	61
Tabelle o: Argumente in der TaWo	62
Tabelle p: Argumente in der bz	63
Tabelle q: Argumente in der BaZ	65
Tabelle r: Argumente in der Volksstimme	66
Tabelle s: Akteure in der TaWo	68
Tabelle t: Akteure in der bz	69
Tabelle u: Akteure in der BaZ	70
Tabelle v: Akteure in der Volksstimme	71

C. Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BaZ	Basler Zeitung
BL	Baselland
BS	Basel-Stadt
bspw.	beispielsweise
bz	Baselbieter Zeitung/BZ Basel
bzw.	beziehungsweise
CVP	Christlich-demokratische Volkspartei
d.h.	das heisst
ebd.	eben dieser
et al.	et alii; et aliae – und weitere
etc.	et cetera
EVP	Evangelische Volkspartei
f.	folgende
FDP	Freisinnig-Demokratische Partei
ff.	fortfolgende
Hrsg.	Herausgeber
LDP	Liberal-Demokratische Partei
o.ä.	oder ähnliche
o.J.	ohne Jahr
PR	Public Relations
S.	Seite
SP	Sozialdemokratische Partei
SVP	Schweizerische Volkspartei
Tab.	Tabelle
TaWo	Tageswoche
u.a.	unter anderem
v.a.	vor allem
z.B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Die Volksinitiative gilt als machtvollstes politisches Instrument des einfachen Bürgers in der direkten Demokratie. Auch wenn nur jede Zehnte an der Urne Erfolg hat (Die Welt 2014), mobilisieren Volksinitiativen Massen. Ob dies nur die betroffenen Interessensgruppen sind oder die breite Öffentlichkeit, liegt zum grössten Teil an den Massenmedien. Sie stellen eben diese Öffentlichkeit her, in der ein politischer Diskurs stattfindet (Strohmeier 2004: 72). Den Medien kommt also eine zentrale Rolle in der politischen Meinungsbildung zu (Berens 2001: 20). Medien sind sogenannte intermediäre Gruppen, die zwischen dem Stimmvolk und den Politikern vermitteln. Denn für direkte Kommunikation zwischen diesen Akteuren ist das Gesellschaftssystem zu komplex (Koxeder 2007: 25). Dass die Schweizer Bundesverfassung die Medienfreiheit als Grundrecht verankert, spricht für ihre demokratische Schlüsselfunktion: „Die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist gewährleistet.“ (Art. 17 Abs. 1 BV). Damit sich die Stimmbürgerin jedoch eine eigene Meinung bilden kann und die demokratische Leistung der Medien spielt, reicht es nicht, dass die Medien staatsfern organisiert sind. Die Berichterstattung sollte keine Abhängigkeit zu Unternehmen oder politischen Interessegruppen durchscheinen lassen und die redaktionelle Linie oder die Meinung des Journalisten sollten ebenfalls keinen Einfluss haben. Themen, Meinungen und Akteure sollten vielfältig und ausgewogen sein.

Die vorliegende Arbeit prüft die Lokalberichterstattung vierer Zeitungen im Raum Basel auf eben diese Qualitätskriterien. Als politisches Thema wurden die „Volksinitiativen für die Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft“ gewählt, als Untersuchungszeitraum die Monate Januar und Februar 2014, als die Rechtsgültigkeit der Initiativen und somit die Volksabstimmung im Herbst 2014 definitiv wurden. Leitend ist dabei die Forschungsfrage, ob die Gegner oder Befürwortern der Initiative mit ihren Themen und Argumente gleichermassen Medienpräsenz haben, oder ob die eine Partei dominiert. Auch Unterschiede zwischen den vier Zeitungen interessieren.

Aus der Sicht des Pro- und Kontra-Komitees stehen andere Interessen als gesellschaftlich-politische im Zentrum. Sie wollen an der Urne gewinnen, und

müssen dafür das Stimmvolk überzeugen. Viel Medienpräsenz halten die politischen PR-Fachfrauen und Fachmänner für mehr Einflussmöglichkeit. Es interessiert sie, mit welchen Argumenten ihre Gegner in den Medien vorherrschen, damit sie ihre Kommunikationsstrategie entsprechend anpassen können. Sie möchten wissen, welches Medium ihre Position positiv bewertet, und wo noch Medienarbeit gefordert wird.

Die vorliegende Arbeit möchte nebst den Ansprüchen der Bevölkerung in der Region Basel auf unabhängige, vielfältige und neutrale Berichterstattung auch die Interessen der politischen Strategen befriedigen. Deshalb werden sämtliche Artikel inklusive Leserbriefe und Kolumnen analysiert und der Codeplan wurde sowohl aus Zeitungsartikeln wie auch aus den Argumentarien des Pro- und Kontra-Komitees zusammengestellt (Input). Analysiert wurde schliesslich der Output in den Zeitungen *Tageswoche*, *Basellandschaftliche Zeitung/BZ Basel*, *Basler Zeitung* und *Volksstimme*. Die Ergebnisse können einerseits zur Evaluation der Öffentlichkeitsarbeit der beiden Komitees dienen, aber sie geben vor allem Auskunft über die Qualität der politischen Berichterstattung zur Fusionsinitiative im Vorfeld des Abstimmungskampfs im Raum Basel. Als Methode fungiert eine Inhaltsanalyse, spezifisch eine Medienresonanzanalyse des Presse-Outputs.

2. Das Verhältnis von Medien und Politik

Bevor näher auf das Verhältnis von Medien und Politik eingegangen wird, folgt hier zunächst eine kurze Eingrenzung der drei Grundbegriffe Massenmedien, Politik und Öffentlichkeit.

Erstens, Medienorganisationen ermöglichen einen dauerhaften Prozess der Massenkommunikation. Sie sind Massenmedien, wenn sie in die Gesellschaft eingebettet sind und massenwirksam öffentlich kommunizieren. Gerhard Maltzke definiert Massenkommunikation als „jene Form von Kommunikation, bei der die Aussagen öffentlich durch technische Verbreitungsmittel einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden“ (1963: 28). Oft regen Inhalte der Massenmedien zu Anschlusskommunikation an (Merten 1977: 152).

Zweitens, Politik ist hingegen „jenes menschliche Handeln, das auf die Herstel-

lung und Durchsetzung allgemein verbindlicher Regelungen und Entscheidungen [...] in und zwischen Gruppen von Menschen abzielt“ (Patzelt 2001: 23). Menschliches Handeln ist soziales Handeln, also geprägt von Normen und bezogen auf andere Menschen. Menschliches Zusammenleben erfordert Regeln, die nur der Staat setzen kann – dies wird durch allgemein verbindliche Entscheidungen erreicht. Schliesslich hat sich in der Politikwissenschaft die Unterscheidung von drei Dimensionen von Politik etabliert (vgl. u.a. Jarron/Donges 2011: 143). „*Polity*“ bezeichnet den Rahmen von Politik, z.B. Institutionen, Gesetze oder die Verfassung. „*Politics*“ meint politische Prozesse, also wie Akteure politische Interessen durchzusetzen versuchen. „*Policy*“ schliesslich sind die Inhalte von Politik, konkrete Politikfelder, politische Probleme und ihre Lösung.

Drittens, die durch die Medien hergestellte Öffentlichkeit ermöglicht einerseits die Kontrolle staatlicher Organe und andererseits legitimiert sie das staatliche Herrschaftsmonopol. (Politische) Öffentlichkeit(en) definiert Jürgen Gerhards als eine Menge an „Kommunikationsforen, deren Zugang prinzipiell offen und nicht an Mitgliedschaftsbedingungen gebunden ist und in denen sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu politischen Themen äussern. Das Produkt der Kommunikationen in der Öffentlichkeit bezeichnet man als öffentliche Meinung, die man von den aggregierten Individualmeinungen der Bürger unterscheiden kann“ (1998: 694). Gerhards und vor allem Niklas Luhmann plädieren dafür, dass die Öffentlichkeit hauptsächlich eine Transparenzfunktion habe: Sie ermögliche die Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch die Veröffentlichung von Themen. Dies nennt Luhmann das „Spiegelmodell von Öffentlichkeit“ (Beck 2010: 107). Nach Luhmann machen die Massenmedien sichtbar, dass einzelne Funktions- oder Organisationssysteme (wie die Politik oder eine Partei) von anderen beobachtet werden. Gerhards und Friedhelm Neidhard schreiben der Öffentlichkeit zudem eine Vermittlungsfunktion zwischen dem politischen System und der Gesellschaft zu. Öffentlichkeit sei ein intermediäres Kommunikationssystem, in dem öffentliche Meinung entstehe (ebd.: 108-109). Die Bürger können durch die Berichterstattung in Massenmedien an Entscheidungsprozessen teilhaben, indem sie die in den Medien transparent gemachten Handlungen der Politik legitimieren oder in

Frage stellen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass den Medien bei der Herstellung von Öffentlichkeit eine Schlüsselfunktion zukommt. Sie sind somit Voraussetzung für demokratische Partizipation sowie Willens- und Meinungsbildung, gerade in modernen Demokratien wie in der Schweiz. Auch Jürgen Habermas kommt bei der normativen Betrachtung, welches die Folgen des Journalismus und seine Leistungen für die Gesellschaft sein sollen zu dem Schluss, dass das Publikum aufgrund der Rezeption medialer Inhalte zum Denken und Urteilen über relevante kollektive Probleme angeregt wird (Donsbach 2009: 111).

Nachdem die Grundbegriffe klar sind, nun drei Ansätze zum Verhältnis von Medien und Politik.

Paradigma	Dominanter Beziehungsmodus	Medien im politischen Prozess
Gewaltenteilung	Autonomie	Neutralität vs. Kontrolle, Kritik („Gegenmacht“)
Instrumentalisierung	Steuerung	Übermacht der Politik oder Übermacht der Medien
Interdependenz	Interaktion	Tauschbeziehung

Tab. 1: Paradigmen des Verhältnisses zwischen Medien und Politik (Quelle: Sarcinelli 1994: 39)

1.1 Gewaltenteilung

Das „Gewaltenteilungsparadigma“ geht von zwei voneinander unabhängigen Systemen aus (Tenscher 2003: 47). Die Medien üben eine Kritik- und Kontrollfunktion im Dienst der Bevölkerung und an der staatlichen Macht aus. Ulrich Sarcinelli spricht hier gar von einer anwaltlichen Funktion des Journalisten für sein Publikum (2009: 118). Der Politikwissenschaftler kommt zum Schluss, dass ein funktionierendes Mediensystem unverzichtbar sei für die Demokratie, da es Öffentlichkeit herstelle und Kritik und Kontrolle übe (ebd.: 10).

Voraussetzung dafür ist, dass Medien nicht vom Staat abhängig sind, zensuriert werden oder dessen Leitung unterstehen. Nur bei klarer Abgrenzung kann das Mediensystem glaubwürdige Legitimationsleistungen für das politische System erbringen. Sie sind aber keine „Vierte Gewalt“ im verfassungsrechtlichen Sinn, sondern stellen vielmehr Kommunikationsforen zur Verfügung, in denen auch Kritiker zu Wort kommen (Beck 2010: 99-100). Die Bezeichnung der „Vierten Gewalt“ ist auch deshalb unpassend, da Medienunternehmen heute stark vom ökonomischen System (v.a. der Werbewirtschaft) abhängig sind und dessen Zwänge unterliegen. Diese Abhängigkeit steht oftmals im Widerspruch zur Kritik- und Kontrollfunktion, denn seinen Geldgeber kritisiert man nur ungern.

Im Zusammenhang mit der Kritik- und Kontrollfunktion steht auch die Artikulationsfunktion der Medien: Sie sollen verschiedene Meinungen, auch jene von Minderheiten im Öffentlichkeitsforum zulassen und im Auftrag der Bürger Themen, Fragen und Meinungen artikulieren (ebd.: 100).

1.2 Instrumentalisierung

Das „**Instrumentalisierungsparadigma**“ geht davon aus, dass es eine Grenzverschiebung des einen Systems auf Kosten des anderen gibt. Die **Determinationsthese** postuliert, dass politische PR sowohl Themen der Berichterstattung vorgibt als auch Zeitpunkt der Erscheinung. Die Medien erleiden also einen Autonomieverlust aufgrund der Instrumentalisierungsstrategien des politischen Systems. Die These geht zurück auf Barbara Baerns (1974, 1979, 1985); sie führte dazu prominente Studien durch. Mit Input/Output-Analysen und Inhaltsanalysen befand sie unter anderem, dass 61 Prozent der Berichterstattung über die Landespolitik in Nordrhein-Westfalen auf politische PR der Behörden zurückzuführen war (ebd. 1985: 87). Pierre Saffarnia (1993) kam bei der Analyse der innenpolitischen Berichterstattung in der österreichischen Zeitung „Kurier“ aber zu gegenläufigen Ergebnissen. Kritisiert wurde an Baerns Studie unter anderem, dass sie nur den Einfluss von PR auf den Journalismus untersucht habe, und nicht umgekehrt.

Das „**Dependenzparadigma**“ geht von der Abhängigkeit des politischen Systems von den Massenmedien aus. In hoch differenzierten Mediengesellschaften sind politische Kommunikationsprozesse nicht mehr ohne Medien denkbar (Kamps 2007: 34). Eine solche „Mediengesellschaft“ sei nach Jarren und Donges im Rahmen der Medialisierung entstanden: immer mehr Medienangebote durchdringen immer mehr und immer schneller Teilbereiche der Gesellschaft. Gründe dafür seien die zunehmend ökonomische Bedeutung der Medien und Strukturveränderungen zwischen den Medien und der Gesellschaft (2011: 34). Auch Sarcinelli postuliert, dass das Mediale gegenüber Politik und Gesellschaft an Bedeutung gewonnen habe (2004: 11). Für das politische System seien die Medien unumgänglich geworden, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, denn Medien seien zur wichtigsten Quelle politischer Information geworden. Politische Akteure seien vermehrt auf Medienkompetenz angewiesen (Fengler/Vestring 2009: 35). Folglich gewinnt heute die politische PR, also

strategische politische Kommunikation und Lobbying immer mehr Bedeutung. Dies, nachdem sich die Medien vom politischen System emanzipiert und die Politik sich vollständig der Medienlogik angepasst und das Politische an Eigenlogik verloren habe (Sarcinelli 2004: 11). Sarcinelli warnt davor, dass aber mehr massenmediale (politische) Kommunikation nicht automatisch mehr Transparenz und Aufklärung schaffe (ebd.: 13).

2.1 Interdependenz

Das „**Symbioseparadigma**“ beschreibt den Ansatz, dass zwischen beiden Systemen eine wechselseitige Beeinflussung und Anpassung herrscht (Jarren/Donges 2006: 25). Dieser Ansatz von komplexer Interaktion dominiert heute in der Publizistikwissenschaft. Das Mediensystem ist auf Informationen aus dem politischen System angewiesen, dieses wiederum braucht die Publizität der Medien (Sarcinelli 2009: 119). So entsteht zwischen den beiden System ein drittes: Ein Tausch- oder Handlungssystem (Jarren/Donges 2011: 25).

3. Journalistische Kommunikation

3.1 Gatekeeper-Ansatz

Janowitz (1975) unterscheidet zwischen zwei gegensätzlichen Typen des Berufsverständnisses von Journalisten: Dem „*Gatekeeper*“ und dem „*Advocate*“. Während letzterer davon ausgeht, dass Journalisten im Auftrage ihres Publikums deren Interessen erkennen und vertreten, wählt der *Gatekeeper* als „Schleusenwärter im Nachrichtenstrom“ (Reumann 2009: 139) seine Nachrichten nur nach professionellen Kriterien wie z.B. deren Nachrichtenwert aus. Denn der *Gatekeeper* sieht sein Publikum als mündig an, der *Advocate* jedoch hält es für schützenswert. Er wählt deshalb bewusst Nachrichten aus, die jener schützenswerten Gruppe nützen (Donsbach 2009: 111). Die erste *Gatekeeper*-Studie im Journalismus (White 1950) befanden, dass die Journalisten bei der Nachrichtenauswahl von ihrer subjektiven Einstellung beeinflusst werden. White beobachtete, welche Nachrichten ein Redakteur auswählte und welche er verwarf. Tatsächlich wurden ungefähr 90 Prozent des Input-Materials nicht verwendet. Es findet also ein erhebliches *Gatekeeping* statt. Später fand man heraus, dass auch die redaktionelle Linie eine Rolle spielt. Journalisten wählen

eher Nachrichten aus und sprechen mit Menschen, die ihre eigene Meinung widerspiegeln und sie handeln ungern gegen die redaktionelle Linie, wie sie in Kommentaren zum Ausdruck kommt (Donsbach 2009: 116-117). Bei der Nachrichtenselektion kann es zu **Framing** kommen, d.h. die aktuellen Nachrichten (Input) werden in einem Interpretationsrahmen gedeutet, der durch vorherige Ereignisse geprägt ist. So können Journalisten für bestimmte Themen sensibilisiert werden und ihre Berichterstattung wird mehr oder minder konsonant (Beck 2010: 175; vgl. auch S. 14).

3.2 Nachrichtenwert-Theorie

Der Nachrichtenwert eines Ereignisses entscheidet darüber, ob die Medien darüber berichten und auch wie sie darüber berichten – welche Platzierung, welchen Umfang und welche Aufmachung das Ereignis im Medium zugesprochen wird (Schulz 2009: 389). Warren (1934) und Östgaard (1965) gehörten zu den frühesten Autoren, die sich damit beschäftigten. Warren befand, dass je mehr Neuigkeit, Nähe, Tragweite, Prominenz, Dramatik, Kuriosität, Konflikt, Sex, Gefühle und Fortschritt eine Nachricht enthält, desto grösser ihr Nachrichtenwert. Östgaard fügte dem hinzu, dass diese Elemente nicht nur Entscheidungshilfe für Journalisten sind, etwas interessantes für ihr Publikum auszuwählen, sondern sie verzerren die Berichterstattung zugleich sodass sie keine Wirklichkeitsabbildung sein kann. Galtung und Ruge entwickelten 1965 zwölf Determinanten des Nachrichtenwerts, die sogenannten „Nachrichtenfaktoren“, die für die Selektion und Verzerrung von Nachrichten verantwortlich sind: Frequenz, Schwellenfaktor, Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz, Überraschung, Kontinuität, Variation, Bezug auf Elite-Nation und –Person, Personalisierung und Negativismus. Kepplinger (1989) und Stab (1990) brachten schliesslich die Politik in die Erklärung für die Rolle der Nachrichtenfaktoren ins Spiel. Die Auswahlentscheidung sei primär durch politische Ziele der Journalisten bestimmt, die Nachrichtenfaktoren würden lediglich zu deren Legitimation dienen.

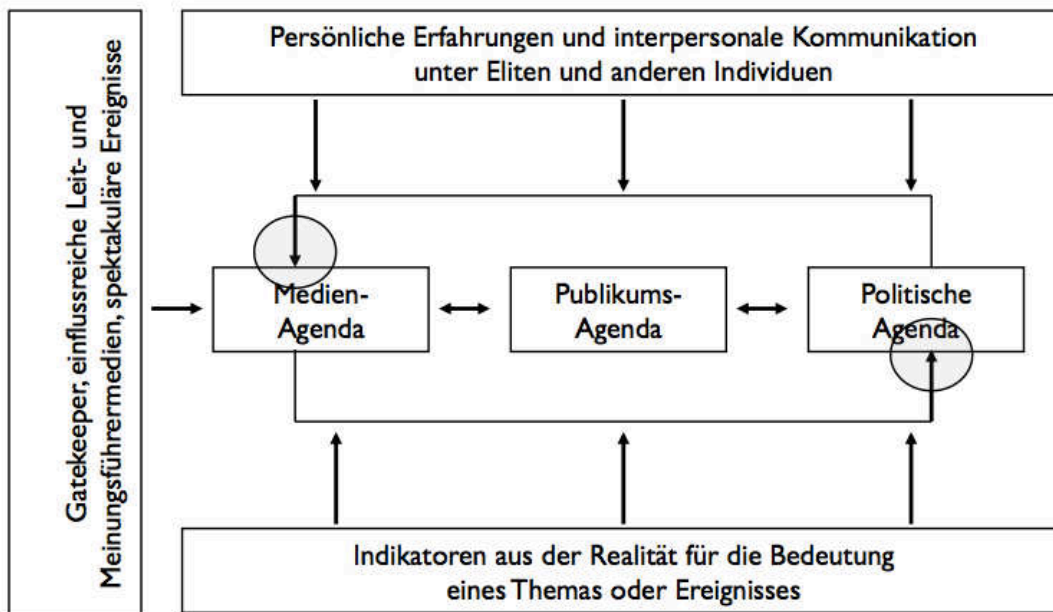


Abbildung 1: Komponenten des Agenda Setting-Prozesses (Rogers/Dearing 1988: 557)

3.3 Agenda Setting, Agenda Building, Priming und Framing

Die **Agenda Setting**-Forschung ging von der Forschungsbilanz aus, dass Medien in der Regel nur geringe Wirkungseffekte, bspw. Persuasion, erzielen können bei ihren Rezipienten. Allerdings können die Medien sehr wohl steuern, worüber die Menschen nachdenken – denn sie wählen die Themen aus, die in die Öffentlichkeit gelangen, über die allenfalls in der Öffentlichkeit diskutiert wird und über die sich eine öffentliche Meinung herausbildet. Zu diesem Schluss kamen auch Shaw/McCombs (1977), die die Wirkung kognitiver Effekte auf geringer Effektdimension wie Information und Aufmerksamkeit höher befanden als Veränderungen von Einstellung oder Verhalten; Cohen hielt schon vorher prägnant fest (1963: 13): „*The Press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it stunningly successful in telling readers what to think about.*“ Die **Agenda Setting**-Hypothese hatte also die Thematisierungs- bzw. Themenstrukturierungsfunktion der Massenmedien zum Gegenstand und fragte sich, wie Massenmedien beeinflussen, was in der Öffentlichkeit als wichtiges Thema angesehen wird. Warum sind gewisse Themen nur selten zugänglich für die Öffentlichkeit? Und wie wird öffentliche Meinung geformt (Dearing/Everett 1996: 2)? Eine Agenda definieren Dearing und Everett (ebd.) als ein Themenset, die mit einer bestimmten Priorisierung zu einem bestimmten Zeitpunkt kommuniziert werden. Forschungsfelder der **Agenda Setting**-

Forschung sind der Vergleich der subjektiven Agenden der *Gatekeeper* mit der Medienagenda, die Medienagenda mit der Publikums- oder Politik-Agenda (vgl. Abb. 1). Eichhorn (1996: 22) stellte vier sogenannte „Effektebenen“ des *Agenda Setting*-Prozesses zusammen:

1. *Awareness*-Modell: Die Betonung von Themen in den Massenmedien führt dazu, dass die Rezipienten auf eben diese Themen aufmerksam werden.
2. *Salience*-Modell: Je mehr über ein Thema berichtet wird, desto wichtiger wird es in der Einschätzung der Rezipienten.
3. *Priorities*-Modell: Die Rezipienten übernehmen die Rangfolge der Wichtigkeit, in der Themen in den Medien behandelt werden.

Die vorliegende Arbeit macht einen Teil der Methodik für eine *Agenda-Setting*-Forschung: Sie untersucht die Themenstruktur der Fusionsinitiative mit einer Inhaltsanalyse. In einem späteren Zeitpunkt könnte man die Themenstruktur beim Publikum oder bei den politischen Akteuren analytisch erfassen und vergleichen.

Agenda Building beschäftigt sich nun mit der Frage, wie ein solches Themenset bei den Medien zustande kommt, wo die Themen her kommen und geht von der normativen Prämisse aus, dass den Medien in einer Demokratie die Aufgabe zukommt, das Publikum über die Polit-Agenda zu informieren (Rössler 1997: 37 ff.). *Agenda Building*-Forschung kam zu folgenden Ergebnissen: In den meisten Fällen beeinflussen die Medien die Publikumsagenda. Der Einfluss der Publikumsagenda auf die Polit-Agenda ist gering. Jedoch haben die Massenmedien einen herausragenden Einfluss auf die Agenda der Politiker, jene beeinflussen aber die Medien auch, indem sie Informationen kontrolliert verfügbar machen (vgl. ebd.: 93-42). Der Einfluss der Polit-Agenda auf die Medienagenda ist insbesondere in Routinezeiten und während Wahl- und Abstimmungskämpfen gross, während in Krisenzeiten die Medienagenda einflussreicher ist. Diese Folgerungen deuten auf die Gültigkeit der Interdependenz-These hin (siehe S. 10). Interessant für die vorliegende Arbeit ist auch der Einfluss von PR auf das *Agenda-Setting* der Medien, wie ihn Albritton und Manheim (1983:34 f.) belegen.

Insbesondere Rahmen der politischen Kommunikationsforschung und somit

dieser Arbeit bewegt sich nun die nächste Theorie: das **Medien-Priming** und das **Framing**. *Priming* ist bestimmte Hervorhebung oder Positionierung bestimmter Aussagen, *Framing* der Interpretationsrahmen, in dem die Aussage gestellt und/oder wahrgenommen wird (Beck 2010: 200 f.). *Priming* oder *Framing* im Kontext von Berichterstattung über Politik bezieht sich auf die Veränderung von Standards, die Personen verwenden, um politische Bewertungen abzugeben (Iyengar/Kinder 1987: 63). Solche Bewertungen beziehen sich vor allem auf die Bewertung der Leistungen von politischen Akteuren. Jochen Peter (2002: 22) definiert *Priming* als ein Prozess, in dem massenmedial vermittelte Informationen als *Primes* im Gedächtnis von Rezipienten bereits verfügbare Wissensseinheiten leichter zugänglich machen. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die nun leichter zugänglichen Wissensseinheiten bei der Beurteilung nachfolgender Umweltinformationen eher aktiviert und benutzt werden als weniger leicht zugängliche Wissensseinheiten. Je kürzer der Medien-Prime zurückliegt und je häufiger er auftritt, desto höher die Wahrscheinlichkeit der Benutzung der Wissensseinheit, postuliert Peter. Voraussetzung dafür ist, dass die Wissensseinheit überhaupt auf den nachfolgenden Zielstimulus anwendbar ist. Ein Beispiel: Die Baselbieterin Barbara hat die Lokalzeitung *Volksstimme* abonniert und liest jede Ausgabe aufmerksam. Dort erschienen im Januar und Februar mehrere Artikel und Reportagen über den Musiker Florian Schneider, der mit einem Lied gegen die Kantonsfusion durch die Beizen zieht. Der Interpretationsrahmen der Artikel nahm Barbara als angenehm und positiv wahr. In Barbaras Gedächtnis war Schneider schon als Musical-Star gespeichert, aber in Vergessenheit geraten. Durch das Lesen der Artikel wurde diese Wissensseinheit aktiviert, sie ist nun auf Schneider „geprimet“. Nun sieht sie auf der Roseneck-Kreuzung in Gelterkinden ein Plakat der Fusionsgegner mit dem Schriftzug „Baselbiet bleibt selbstständig“. Diese Umweltinformation beurteilt Barbara positiv, denn die Wissensseinheit, dass auch Schneider gegen die Kantonsfusion singt, wurde bei ihr als erstes aktiviert.

5. Journalistische Qualität

„Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln“ schrieb Stephan Russ-Mohl (1992: 85), was ihn jedoch nicht daran hinderte, ein „magisches Vieleck“ journalistischer Qualitätskriterien aufzustellen (vgl. Abb. 2). Anzahl und Ausprägungen der Qualitätskriterien unterscheiden sich je nach Autor. Einige Kriterien sind jedoch in den meisten Katalogen zu finden und sie stimmen oft auch mit professionellen Normen überein. Dieser gemeinsame Nenner kann im Objektivitätskonzept zusammengefasst werden.



Abbildung 2: Journalistische Qualitätskriterien (Quelle: Russ-Mohl 1992: 85)

Der Begriff der Objektivität ist ein als Berufsnorm verankertes Qualitätskriterium im Journalismus, jedoch bestehen unterschiedliche Auffassungen davon. Meist werden damit die Begriffe Faktentreue, Fairness, Ausgewogenheit, Unparteilichkeit und Neutralität in Verbindung gebracht (vgl. Schulz 2009: 393-396 und Donsbach 2009: 121 f.). Damit verbunden ist auch die **publizistische Vielfalt** als anerkanntes Kriterium. Maurer (2005: 93) zufolge ist die Kommunikationsvielfalt als Voraussetzung für das Funktionieren einer Demokratie. Ein Bürger könne sich am Besten eine eigene Meinung bilden, wenn er Zugang zu vielfältigen Interessen und Meinungen im demokratischen Diskurs hat. Die Vielfalt kann jedoch auf verschiedenen Bezugsebenen untersucht werden, wie zum Beispiel auf struktureller Ebene. Hier interessieren u.a. die Anzahl publizistischer Einheiten, die Vielfalt von Medienschaffenden oder unterschiedliche Medientypen (vgl. Bonfadelli 2002: 120). Die vorliegende Arbeit setzt den Schwerpunkt auf die inhaltliche Vielfalt: die Vielfalt an Akteuren, Informationen, Meinungen, Standpunkten, Ideen, Themen und die Quellenvielfalt. Quantität alleine macht jedoch noch kein Qualitätskriterium, deswegen muss die Vielfalt auch an Relevanz gekoppelt sein. Idealerweise wählen also

die *Gatekeeper* eine Vielfalt an relevanten Nachrichten aus (vgl. Köchli 2011: 28-30).

Vielfalt kann ausserdem als gleiche oder proportionale Vielfalt (Voltmer 1998: 40) verstanden werden. Im ersten Fall geht es darum, ob die Medien offen sind für alle relevanten Gesellschaftlichen Positionen und **ausgewogen** berichten – es geht um die Chancengleichheit. Im zweiten Fall, ob die Medien die Quantität und den Einfluss bestimmter Gruppen in der Realität auch in den Medien entsprechend spiegeln (vgl. Köchli 2011: 31). Für die politische Berichterstattung sieht es Voltmer (1998: 40) als essentiell an, dass die proportionale Vielfalt durchbrochen wird und auch Minderheitenmeinungen Zugang zu Medienöffentlichkeit haben, denn so könnten festgefahrene Machtverhältnisse und Meinungen verändert werden. Dies ist vor allem im Vorfeld von Wahlen und Abstimmungen von Bedeutung. Für die vorliegende Arbeit würde das Bedeuten, dass Fusionsbefürworter im oberen Baselbiet, wo sie in der Minderheit sind, Medienresonanz erhalten sollten, während im unteren Baselbiet und in Basel-Stadt Fusionsgegner ebenfalls entsprechend zu Wort kommen sollten. Nicht politische organisierte Akteure wie der Musiker Florian Schneider, einzelne Leser oder der Verein „Mir Baselbieter“ sollten Resonanz erhalten, und nicht nur die Regierungen, etablierten Parteien und die Initiativkomitees.

Weiter unterscheidet das Vielfaltskonzept zwischen Aussen- und Binnenpluralität (Voltmer 1998: 41). Im aussenpluralen Modell wird die Vielfalt allein schon durch verschiedene Medienangebote und ihre Unterschiede gewährleistet. Ein Rezipient sollte also, um umfassend vielfältig informiert zu werden, mehrere Medien konsumieren. Im binnenpluralen Modell sollte Vielfalt schon im einzelnen Medium grösstmöglich verwirklicht werden.

4. Politische Kommunikation

Zunächst soll eine Eingrenzung des Begriffs der „politischen Kommunikation“ folgen, danach wird auf relevante Teilbereiche letzterer eingegangen: die politischen PR oder Öffentlichkeitsarbeit, Abgrenzung zu politischer Propaganda, Werbung, Politmarketing und schliesslich Strategien und Instrumente politischer PR.

Politische Kommunikation ist aus der Sichtweise des Politikwissenschaftlers Sarcinelli (2009: 17-24) vor allem die Darstellung von Politik, nicht aber die Herstellung. Gleichzeitig ging Sarcinelli früher (1998: 702) vom Konstruktivismus aus und postuliert, dass „Politik [...] ein überwiegend massenmedial ‚vermitteltes‘ Geschehen ist, das politische Realität nicht einfach abbildet, sie vielmehr [...] erst durch Publizität mitkonstruiert.“ Aus der Sicht der Kommunikationswissenschaft wird teils davon ausgegangen, dass Themen, die sich nicht mediengerecht darstellen lassen, gar nicht erst in den politischen Entscheidungsprozess gelangen würden (Jarren/Donges 2011: 20). Ulrich Saxer geht soweit dass er sagt, politische Kommunikation sei nicht nur ein Mittel der Politik, sondern Politik schlechthin (1998: 22). Dies wäre zu bestätigen, wenn man der These der Medialisierung der Politik folgt (siehe dazu auch S. 7-8).

Die vorliegende Arbeit folgt dem Ansatz von Jarren und Donges (2011: 25-28), die politische Kommunikation als Handlungssystem beschreiben. Dieser Ansatz setzt den Schwerpunkt bei den Strukturen, Prozessen und Akteuren politischer Kommunikation, die durch die Interaktion zwischen sich das Handlungssystem norm- und regelgeleitet (re-)produzieren (ebd.: 25). Politische Akteure haben bestimmte Ziele, die sie durch Strategien und Ressourcen durchzusetzen versuchen. Dafür sind sie auf die Medien als Vermittler angewiesen, ohne sie können sie nur einen Teil ihrer Anspruchsgruppen erreichen. Dafür müssen sie mit medialen Akteuren zusammenarbeiten: sie suchen persönliche Gespräche, versenden Medienmitteilungen und veranstalten Medienkonferenzen. Dabei versuchen Politiker oder ihre PR-Fachleute Themen, Zeitpunkt und Deutung zu steuern. Sie kennen das Mediensystem und versuchen, ihre Themen und Deutungen in den von ihnen gewünschten Medien zu lancieren. Journalisten sorgen durch die Veröffentlichung oder nicht-Veröffentlichung, das *Framing* und *Agenda-Setting* ihrerseits für Einfluss. Ob nun ein Thema zu einem politisch

relevanten wird ist das Ergebnis dieses Interaktionsprozesses zwischen den teilautonomen Systemen Medien und Politik und ihren Akteuren (ebd.: 26-27).

4.1 Politische PR

Politische Public Relations oder Öffentlichkeitsarbeit wird als Organisationsfunktion und Teil des Kommunikationsmanagements aufgefasst, die den Akteuren politische Handlungsspielräume verschaffen soll (Jarren/Donges 2011: 170). Politische PR richtet sich an den Erwartungsstrukturen der Öffentlichkeit und somit an den Medien aus. Ziele politischer PR-Akteure sind Medienresonanz, Durchsetzung von Themen und die Vermeidung von Veröffentlichung schädlicher Themen; allenfalls Umdeutung letzteren als Reaktion auf Kritik oder Krise (Jarren/Donges 2011: 169). In Anlehnung an Sarcinelli (1993: 496) gehe es in der politischen PR vor allem um die Informationsfunktion, aber mit dem Ziel, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Die Abgrenzung von **politischer Propaganda**, die im Gegensatz zu PR vom Anspruch auf Wahrhaftigkeit absieht (Jarren/Donges 2011: 177) oder **politischer Werbung** ist dabei nicht einfach zu ziehen. Deshalb ist in der Schweiz bspw. die politische Werbung für Themen, welche Gegenstand von Abstimmungskämpfen sind, unzulässig (Art. 10 Abs. 1 Buchst. d RTVG). Aber selbst Informationsbroschüren können Werbewirkungen für politische Parteien, Politiker oder Themen haben.

Weiter kennzeichnend für politische PR ist ihr relativ schwach ausgeprägter Professionalisierungsgrad. Politische Organisationen sind stark Aussenorientiert und oft regional differenziert, deshalb ist die *corporate identity* nur gering. Umso wichtiger sind in der politischen PR die Köpfe: Personen stehen für Regionen, politische Richtungen und bestimmte Politikfelder (vgl. Jarren/Donges 2011: 171-173). Oftmals werden professionelle PR-Aufträge wie Beratungen oder Medienbeobachtung an externe Unternehmen erteilt. Bentele (1998: 136) unterscheidet zudem funktionale PR, die jede öffentlichkeitsrelevante Aktivität eines Politikers mit einschliesst und organisierte PR, unter der er Tätigkeiten von PR-Abteilungen versteht. Die geringe Wichtigkeit organisierter PR führt zur Dominanz kurzfristig-taktischer Personenzielen gegenüber langfristigen strategischen Organisationszielen (Jarren/Donges 2011: 174). PR-Stellen,

wenn vorhanden, haben wenig Autonomie und sind oft undifferenziert. In der Schweiz ist dies insbesondere der Fall, da eine staatliche Parteienfinanzierung fehlt und somit Budgets für eine professionelle PR-Abteilung. In der Kampagnenführung auf nationaler Ebene lassen sich aber einige Parteien von PR-Agenturen beraten, die sich im **politischen Marketing** auskennen und sich den beiden Instrumenten PR und Werbung bedienen (zu Polit-Marketing vgl. Jarren/Donges 2011: 175-176)

4.2 PR-Strategien politischer Organisationen

Die Wahl der PR-Strategie sei nach Jarren und Donges (2011: 179) abhängig von Normen und Regeln, dem Grad der Institutionalisierung einer politischen Organisation, den Zielen letzteren und von Situationen und Akteurkonstellationen. Oft würden mehrere Strategien gleichzeitig verfolgt. Hazleton (1992: 41 ff.) unterscheidet folgende fünf informatorische und kommunikative Strategiealternativen:

Informationsstrategie	Übermittlung von Daten und Fakten
Persuasionsstrategie	Überredung der Anspruchsgruppen
Zwangsstrategie	Einsatz von Machtressourcen zur Durchsetzung von Interessen
Vehandlungsstrategie	Aushandlung von Kompromissen zur Durchsetzung von Interessen

Tab. 2: Strategiealternativen politischer PR (Quelle: Hazleton 1992: 41 ff.)

Wichtige Strategien von politischen PR-Akteuren zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung ist das Setzen von Themen in dem Massenmedien (**Agenda Setting**). Dafür müssen sie mit den Journalisten kooperieren. Eine besondere Form davon ist das **Newsmanagement**: der Versuch, politische Entscheidungen vorzubereiten und beschlossene Massnahmen kommunikativ zu legitimieren (Pfetsch 1999: 6). Diese Strategie ist vor allem in der Regierungskommunikation vorzufinden. Die vielleicht am häufigsten verwendete Strategie, auch in Verbindung mit anderen, ist die **Personalisierungsstrategie** (vgl. Jarren/Donges 2011: 187-189). Prominenz ist ein Nachrichtenfaktor für die Medien, und somit ist die Thematisierung beinahe sicher. Mit Führungspersonen sind politische Programme und Themen verbunden, daneben lassen sich Vertrauen aufbauen und ein Image bilden. Personen stehen für Stabilität in einer politischen Organisation, die meist eine schwache *corporate identity* aufweist (vgl. S. 18). Diese Strategie birgt das Risiko, dass Änderungen nur mit

Schwierigkeit aufgebaut werden können, wenn eine Person zu stark mit der Organisation in Verbindung gebracht wird – wie z.B. Christoph Blocher mit der SVP.

4.3 Instrumente der politischen PR

Besondere Bedeutung für alle politischen Akteure hat die Beziehungspflege zu den Medien und das Themenmanagement, postulieren Jarren und Donges (2011: 190). Daneben gibt es die Instrumente der

- *Personality PR* (Pflege der Images von Führungspersonen der Organisation)
- Beziehungspflege zu Zielgruppen wie Mitgliedern oder anderen Organisationen
- das Lobbying (Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse v.a. im Parlament) und das
- Krisenmanagement (Entwicklung von Szenarien zur Bearbeitung von Krisen).

Nebst der persönlichen Kommunikation in Gesprächen schlagen Jarren und Donges (2011: 191-192) folgende Instrumente vor, die in der politischen PR besondere Bedeutung haben, weil sie medienrelevant sind: **Reden und Anlässe**. Damit kann nicht nur öffentliche Legitimation erreicht werden, sondern politische Vorhaben wie Initiativen können auch auf ihre Zustimmung hin getestet werden. Zudem sind Reden und Anlässe ein Instrument der Image- und Vertrauenspflege. Dazu gehören auch Vorträge bspw. anlässlich einer Eröffnung. Sie werden genutzt, um Kompetenz zu zeigen und Zielgruppen direkt anzusprechen. Ereignisse wie Staatsbesuche können als politische Bühnen genutzt werden, bei denen sich das Führungspersonal öffentlich zeigt.

6. Forschungsstand

In folgendem Kapitel werden zwei grundlegende Studien zu ähnlichen Fragestellungen und methodischem Vorgehen vorgestellt, danach eine Forschungsarbeiten zur Schweiz und zum Schluss Argumente für die Forschungsrelevanz der vorliegenden Arbeit.

Denis McQuail (1992) entwickelte in seiner Studie zur Leistung und Qualität von Medien einen Kategorisierungsvorschlag für das Vielfaltskonzept. Er unterteilte die Vielfalt in Meinungsvielfalt, Zugangsoffenheit und Chancengleichheit für alle wesentlichen gesellschaftlichen Positionen und Angebotsvielfalt für Rezipienten. Heribert Schatz und Winfried Schulz (1992) knüpften an diese Überlegungen an, als sie ein Qualitätskonzept für die Beurteilung von Fernsehprogrammen in Deutschland entwickelten. Inhaltliche Vielfalt umfasst bei den beiden Autoren sowohl Meinungs- als auch Informationsvielfalt. Sie definieren Berichterstattung unter folgenden Bedingungen als vielfältig:

- Ereignisse, Themen und Informationen für verschiedene Lebensbereiche sollen berücksichtigt werden.
- Bezug auf verschiedene geografische Räume soll vorgenommen werden.
- Verschiedene soziale, kulturelle und ethnische Gruppen sollen Raum erhalten.
- Interessen verschiedener politischen und sozialen Akteuren sollen zum Ausdruck kommen (vgl. ebd.: 694). Hiermit ist sowohl Themen-, Meinungs-, und Akteurvielfalt gemeint.

Ursula Schwarb (2007) untersuchte die Vielfalt der Schweizer Presse mit Schwerpunkt auf die Lokalmedien. Quantitativ erhob sie die Kategorien Informationsangebot für die Region, Themenvielfalt, politische und kulturelle Relevanz, Formenvielfalt, geografischer Bezug zur Region, Akteurs- und Perspektivenvielfalt und Publikumszuwendung. Gemäss ihren Ergebnissen erbringt die Lokalpresse eine gute Vielfaltsleistung.

Die vorliegende Arbeit analysiert die inhaltliche Vielfalt im Raum Basel bezogen auf die kantonale Initiative zur Kantonsfusion. Auch das Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich interessiert sich für

die Region Basel. Das Institut beobachtet zu jeder nationalen Abstimmung die jeweilige Berichterstattung. Zur Abstimmung über die „Masseneinwanderungsinitiative“ der SVP vom 9. Februar führte das fög eine Zusatzanalyse in der „publizistisch umkämpften Region Basel“ (fög 2014) durch, da über die Rolle der Medien bei dem Erfolg der Initiative diskutiert worden sei und die Berichterstattung sehr unterschiedlich war – gerade im Raum Basel. Die *BaZ* berichtete im Vorfeld deutlich zustimmend zur Initiative, während in der *TagesWoche* und der *bz* Ablehnung dominierten. Das fög hält auf ihrer Website (2014) dazu fest: „Weder die Tatsache, dass in der Region Basel viele Grenzgänger arbeiten noch dass in der Stadt Basel die Zustimmung zur SVP und zur Initiative relativ gering ist, erklärt die Berichterstattung. Vielmehr scheinen die redaktionellen Linien der Medienorganisationen im umkämpften publizistischen Raum die Berichterstattung zu beeinflussen.“

Die vorliegende Arbeit möchte auch gleichzeitig evaluieren, wie erfolgreich die politische PR der Fusionsbefürworter und Gegner ist. Dafür hätte sich am Besten eine Input/Output-Analyse geeignet, wie dies z.B. Florian Schwab (2009) für die PR der Staatskanzleien in Nidwald und Obwald und der Berichterstattung in der lokalen Presse vorgenommen hat. Dies könnte in einem weiteren Schritt auch für diese Arbeit erfolgen, nach der Abstimmung im Herbst. Die vorliegende Medienresonanzanalyse des Outputs ist allerdings für die beiden Initiativkomitees schon jetzt aussagekräftig.

7. Initiative „Für eine Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basellandschaft“: Geschichte, Akteure, Presse

Im folgenden Kapitel folgen Ausführungen zum Untersuchungsgegenstand. Zur Kontextualisierung schildert dieses Kapitel zunächst die Geschichte der Kantone und seinen Wiedervereinigungsbestreben bis zur aktuellen Initiative, danach geht es auf die Gegner und Befürworter der Initiative ein und zuletzt zeichnet es ein Bild der Presselandschaft Basel, fokussiert auf die analysierten Zeitungen.

7.1 Trennung und Wiedervereinigungsbestreben

Anfangs des 19. Jahrhunderts wurde aus dem Kanton Basel zwei Halbkantone: Basel-Stadt und Baselland. Basel-Landschaft hatte vorher mehrmals um ange-

messene Repräsentation im Grossen Rat gebeten, dies wurde jedoch nicht gewährt. Um 1830 erhielt der Landteil 79 der 154 Parlamentssitze, obwohl er beinahe doppelt so viel Bevölkerung hatte (Staatsarchiv Baselland 2010a: 1). Es kam zu mehreren militärischen Konflikten zwischen den beiden Parteien, unter anderem der Schlacht am auf der „Hüftenschanz“ bei Frenkendorf am 3. August 1833, bei der die Stadt geschlagen wurde. Noch 1831 stimmten die meisten Gemeinden für den Verbleib bei der Stadt. Doch die Stadt wollte jenen, die dagegen gestimmt hatten, den Verbleib beim Kanton verwehren, indem sie ihnen die Verwaltung entzog. Daraus entwickelte sich jener Widerstand, der schliesslich am 4. Mai 1832 zur ersten basellandschaftlichen Kantonsverfassung führte (Staatsarchiv Baselland 2010a: 2). Seither kamen immer wieder Vorschläge zur Wiedervereinigung auf. 1932 wurde eine entsprechende Initiative eingereicht. Gegner hatten sich formiert und die Regierung Baselland war kritisch, trotzdem erhielt das Vorhaben vom Volk Zustimmung und auch die 1936 vom Verfassungsrat ausgearbeiteten Wiedervereinigungsartikel (Staatsarchiv Baselland 2010b: 5). Der National- und Ständerat lehnten die Wiedervereinigung aber rund 10 Jahre aus „politischen Gründen“ ab (ebd.). Aber das Vorhaben gewann 1960 mit einer weiteren erfolgreichen Initiative erneut an Fahrt. Der Bund stimmte schliesslich den Verfassungsartikeln aus dem Jahre 1936, die er vorher abgelehnt hatte, doch noch zu (Staatsarchiv 2010c: 2). Ein Verfassungsrat arbeitete an der Umsetzung, die aber 1969 von der Stimmbevölkerung deutlich mit 59 Prozent abgelehnt (ebd.: 5) wurde. Die Bevölkerung war also doch gegen eine Wiedervereinigung.

Rund 50 Jahre später, am 3. August 2013, zum Jahrestag der Schlacht auf der „Hüftenschanz“ reichte der Verein „ein Basel“ in Basel-Stadt und Baselland die formulierte Kantonsfusionsinitiative „Für die Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft“ ein. Sie möchte wiederum die Wahl eines Verfassungsrats, der eine Fusion prüfen soll.¹

¹ Inzwischen wurde die Initiative aber zurückgezogen; am 28. September 2014 wird über den Gegenvorschlag der Regierungen abgestimmt. Der Gegenvorschlag sieht Vertretung im Verfassungsrat gemäss Bevölkerungsanzahl vor und definiert präzise die Gesetzgebungskompetenz des Verfassungsrats (vgl. Regiokommission des Grossen Rats Basel-Stadt 2014).

7.2 Gegner und Befürworter

Die Gegner dieser Initiative hatten sich rasch gebildet und auch schon PR-Events wie bspw. die Pflanzung eines „Freiheitsbaums“ oder ein Fest zum „180-jährigen Bestehen des Kantons Baselland“ organisiert. Das Kontra-Komitee „Pro Baselbiet“ besteht hauptsächlich aus Mitgliedern der SVP Baselland. Eine professionelle PR-Abteilung hat das Kontra-Komitee nicht. Ausser oben genannten Events und Reden gegnerischer Politiker ist PR-Kommunikation wie Medienmitteilungen eher selten. Aber auch jenseits der organisierten Politik erhalten die Gegner Unterstützung. Der Jurist Simon Schweizer aus Sissach im Oberbaselbiet gründete einen Verein mit dem Namen „Mir Baselbieter“ und der Musical-Star Florian Schneider geht selbstständig mit einem Lied gegen die Kantonsfusion auf eine Tournee durch Baselbieter Beizen.

Der Verein, der die Initiative lanciert hat, ist auch das Pro-Komitee „ein Basel“ und das Jugend-Komitee „Jugend für ein Basel“. Es wird breit unterstützt in beiden Kantonen, zum grossen Teil seitens der Linken, aber auch von bürgerlichen Parteien wie der CVP. Die PR-Abteilung des Pro-Komitees ist professionell organisiert, sie verschickt bspw. regelmässig Medienmitteilungen anlässlich politischer Entscheidungen.

7.3 Die Presselandschaft im Raum Basel

Die **Basler Zeitung** vom Unternehmen „Basler Zeitung Medien“ gehört zu einem Drittel des Zürcher SVP-Politiker Christoph Blocher und zu einem weiteren Drittel dem Chefredaktor und Verleger Markus Somm, dessen politisch rechte Gesinnung ebenfalls bekannt ist. Die redaktionelle Linie der *BaZ* kann dementsprechend als „Rechts“ beschrieben werden (sda 2014). Die Zeitung erscheint sechsmal pro Woche und hat eine Sonntagsausgabe. Sie hat laut Beglaubigung der WEMF AG für Werbemediainforschung (2013) eine Auflage von rund 59'000 Exemplaren.

Die **TagesWoche** der „Neue Medien Basel AG“ wurde gegründet auf Reaktion des Rechtsrutschs der *BaZ* nach der Bekanntgabe der Beteiligung durch Blocher. Finanziert wird die Zeitung vor allem durch Basler Kultur-Mäzenin Beatrice Oeri (Knechtli 2014). Redaktionelle Linie ist klar Links. Es ist eine Wochenzeitung mit kostenloser *Online*-Ausgabe, die täglich aktualisiert wird. Die Qualität

der Zeitung ist in der Kritik, unter anderem wegen schlechter Personalführung und oberflächlich recherchierten Artikeln (Knechtli 2014). Sie hat eine Print-Auflage von rund 26'000 Exemplaren (WEMF 2013).

Die **Basellandschaftliche Zeitung** war die erste Zeitung im Kanton Baselland. Sie ist heute im Besitz der „AZ Medien“, die sich mit der plump scheinenden Verkaufsstrategie, den genau gleichen Inhalt auch unter dem Namen „BZ Basel“ abzusetzen, Auflagensteigerung im Raum Basel errang. Sie hat eine Auflage von rund 25'000 Exemplaren (WEMF 2013) und erscheint sechsmal pro Woche.

Die **Volksstimme**, eine Lokalzeitung für das obere Baselbiet (44 dem Bezirk Sissach angrenzende Gemeinden), wird herausgegeben von der „Schaub Medien AG“ in Sissach. Sie erscheint dreimal pro Woche mit einer Auflage von rund 8'000 Exemplaren (Schaub Medien AG 2010).

8. Untersuchungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Die vorliegende Untersuchung der Medienresonanz der Fusionsinitiative beider Basel liess sich von folgenden Forschungsfragen leiten:

Haben die Fusionsgegner oder –befürworter mehr Medienpräsenz? Welche Themen, Argumente und Akteure stehen im Vordergrund? Welche kommunikativen Handlungen der beiden Gegnerparteien erzielen die meiste Medienresonanz? Wie werden die jeweiligen Akteure und ihre Handlungen in den Medien bewertet? Welche Akteure werden in den Medien am meisten erwähnt?

Aus diesen Fragestellungen und aus persönlicher Erfahrung der Verfasserin wurden folgende Hypothesen formuliert:

H1: Die Fusionsgegner erhalten insgesamt eine stärkere Medienresonanz.

H2: Die linke Basler *TagesWoche* bewertet die Fusionsbefürworter mehrheitlich positiv und erwähnt sie häufiger.

H3: In der *Volksstimme* dominieren und Aspekte der Fusionsgegner.

H4: Das «Rotstablied» des Fusionsgegners und Musikers Florian Schneider erhielt von allen PR-Aktivitäten der Gegner und Befürworter am meisten Medienresonanz.

H5: In der Argumentation der Gegner dominieren ideelle und finanzielle Aspekte; in der Argumentation der Befürworter dominieren strukturelle Aspekte.

H6: Am neutralsten berichtet die *Basellandschaftliche Zeitung* über die Fusionsinitiative.

H7: Im Raum Basel ist bezüglich der Fusionsinitiative Aussenpluralität über die vier untersuchten Zeitungen festzustellen, jedoch weniger Binnenpluralität innerhalb der Zeitungen.

9. Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung der Fragestellungen eignet sich eine Inhaltsanalyse, spezifischer eine Medienresonanzanalyse des Medienoutputs. Susanne Femers und Joachim Klewes definieren die Medienresonanzanalyse als ein empirisches Instrument der PR-Branche, um die Effizienz bzw. Wirkungen von Massnahmen durch die Analyse von Medienresonanz zu messen und darzulegen. Aus dessen Evaluation sollen dann Schlussfolgerungen für die Veränderung von PR-Massnahmen gezogen werden können (1995: 115). Der Öffentlichkeitsarbeit liegt die Auffassung zugrunde, dass die veröffentlichte Meinung durch die Journalisten und Medien zur Bildung der Meinung bei den Rezipienten beitrage. Die Aussenwirkung einer Organisation **oder auch die gesellschaftliche Relevanz eines Themas**, z.B. die Fusionsinitiative, könne also am einfachsten und schnellsten an den Medien ablesen (ebd.: 117). Eine Medienresonanzanalyse bietet den Überblick über das Was, Wer, Wie und Wo der Berichterstattung über ein Thema. Damit Schlussfolgerungen auf die Wirkung von PR-Arbeit gemacht werden kann, sollen bestimmte Bedingungen gewährleistet werden wie a) nachvollziehbare Analyseschritte, b) Zuordnung von Massnahmen zu Berichterstattungen und c) Verknüpfung von Medieninhalten, PR-Massnahmen und Zielgruppe (ebd.). Punkt b) und c) sind in dieser Arbeit nicht gewährleistet, da auf eine Input-Analyse verzichtet wurde. Deshalb ist die Aussagekraft über die PR-Wirkung begrenzt. Die vorliegende Untersuchung macht jedoch Aussagen, was auf der Medien-Agenda vorzufinden ist zur Fusionsinitiative, deshalb ist sie für die beiden Komitees und ihre PR-Abteilungen interessant. Über die Vielfalt und Objektivität des Pressejournalismus im Raum Basel macht die

Arbeit jedoch Aussagen ohne Vorbehalte. Fermers und Klewes (1995: 132) warnen selber davon, dass man mit Ergebnissen der Medienresonanzanalyse nicht automatisch auf Rezipienten bzw. die Zielgruppe schliessen kann. Sie sei lediglich ein Instrument, den *Agenda Setting*-Effekt zu kontrollieren. Entwicklungsmöglichkeiten sehen die Autoren in der Darstellung einer Korrelation von Daten aus der Meinungsforschung und der Medienresonanzanalyse erlauben würden. Diese beiden Bilder würden dann aussagekräftigere Schlüsse über die öffentliche Meinung zulassen (ebd.: 133).

9.1 Das Forschungsdesign

Dieses Unterkapitel handelt vom spezifischen Projekt, es nennt Stichprobe und den Untersuchungszeitraum.

Die vorliegende Untersuchung verglich die Medienresonanz von Gegnern und Befürwortern der Initiative „Für die Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basellandschaft“ in den Zeitungen *TagesWoche*, *Basellandschaftliche Zeitung/BZ Basel*, *Basler Zeitung* und *Volksstimme*. Der Untersuchungszeitraum waren die Monate Januar und Februar 2014.

Ausgewählt wurden redaktionelle Artikel und abgedruckte Leserbriefe aus zwei Basler und zwei Baselbieter Tageszeitungen vom Januar und Februar 2014 mit dem Kriterium, dass die Begriffe „Fusionsinitiative“, „Kantonsfusion“ und in diesem Zusammenhang „Gegenvorschlag“ implizit oder explizit genannt werden. Als Artikel galten umbruchstechnisch abgegrenzte Beiträge wie Kurzmeldungen, Nachrichten, Berichte, Interviews, Porträts, Reportagen, Kommentare und Kolumnen. Die Fusionsinitiative musste in mindestens einer Aussage des Artikels oder Leserbriefs thematisch vorkommen, sonst wurde der Artikel nicht codiert. Innerhalb des Artikels weiter abgegrenzte Beiträge wie Infoboxen wurden separat codiert. Nicht-redaktionelle Artikel ohne Eigenleistung des Journalisten (wie Publireportagen) wurden niemals codiert, ausser es handelte sich um einen Leserbrief oder eine Kolumne.

9.2 Von Fragestellungen zu Kategorien

Im Codeplan wurden zuerst Indikatoren wie Laufnummer, Datum und Medium erstellt, die bereits über Resonanz und Erscheinungszeitpunkt Auskunft geben können. Ein weiteres formales Kriterium ist die Darstellungsform. Spezifischer

unterscheiden lassen einem die Kriterien, welche die Position der Aussage definieren und ob die Fusionsinitiative Haupt- oder Nebenthema ist im Artikel. Zudem wurde noch unterschieden, wo im Artikel die Aussagen vorkommen: Titel, Lead, Fliesstext oder Infobox. Unparteilichkeit bzw. Objektivität oder Neutralität messen lässt es sich mit der Bewertungsvariable, mit der definiert wurde, ob mehr Argumente und Themen der Fusionsgegner oder der Befürworter im Artikel genannt werden.

Für den inhaltlichen Teil, der stärker in die Details der Berichterstattung geht, wurden die Kategorien induktiv entwickelt aus der Lektüre von 20 Artikeln (je fünf pro Medium) und aus dem Argumentarium des Pro- und Kontra-Komitees. Damit lässt sich die Themen-, Meinungs- bzw. Argument- und Akteurvvielfalt messen. Birgit Stark (2008) machte sich Gedanken zur methodischen Umsetzung des Vielfaltsbegriffs. Sie folgte dem Konzept, das Ausmass zu messen, in dem sich Medien hinsichtlich bestimmter erkennbarer Merkmale unterscheiden. Auch White (1950) machte die sogenannte „Konsensprüfung“ – ob die Häufigkeit der Nachrichten über bestimmte Sachverhalte in einem Medium mit der Häufigkeit der Nachrichten in anderen Medien übereinstimmt. Dies lässt sich mit den Variablen „Medium“ und der Themen-, Argument- und Akteurvariablen durchführen.

9.3 Pretests, Validität und Reliabilität

Der Codeplan wurde mit 20 Artikeln (5 pro Medium) über die Fusionsinitiative getestet. Es ergaben sich einige Schwierigkeiten und Erkenntnisse, und so wurde der Codeplan induktiv erweitert und angepasst. Aufgrund der Erkenntnisse aus dem Pretest wurde auch der Untersuchungszeitraum, der anfänglich ein halbes Jahr betrug, auf zwei Monate gekürzt. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war, dass sehr stark auf der inhaltlichen Ebene der Aussagen codiert und jede Aussageposition noch separat erfasst wurde.

Massstäbe wie ein Codeplan sind auch nur mehr oder minder gute Annäherung an die Wirklichkeit. Die Kategorien wurden nicht aufgrund empirischer Daten von der Wirklichkeit entwickelt. Die Messung des journalistischen Qualitätskriteriums der Objektivität und Vielfalt ist nur Bestätigung, dass journalistische Praxis von der Norm abweicht. Wenn das nicht so wäre, bräuchte es keine Berufsnorm. Aber der Vielfalts- und Objektivitätstest ist trotzdem nützlich, da sie

nun genau und rational belegt, in welchem Masse, wie und von welchen Medien von der Norm abgewichen wird. Die Aussagekraft für die Evaluation der PR-Massnahmen ist wegen einer fehlenden Input-Analyse gering, jedoch erfasst die Analyse für das Pro- und Kontra-Komitee den Status quo. Da mit dem vorhandenen Kategorien im Codeplan die Forschungsfragen beantwortet werden können, kann er als valide bezeichnet werden.

Entscheidend für die Reliabilität ist, dass ein zweiter Codierer nochmals zum selben Messergebnis kommen würde. Dies geschah durch die Definition und Erläuterungen zu den Kategorien im Codeplan, den Codieranweisungen.

9.4 Durchführung

Die Aussagen in den Medien über die Fusionsinitiative wurden zuerst mit den Suchbegriffen „Fusion“, „Fusionsinitiative“ und „Kantonsfusion“ aus den relevanten Medien herausgefiltert. Diese themensspezifischen Presseauschnitte oder *Clippings* stellten das Rohmaterial der Analyse dar. Die *Clippings* wurden dann einer quantitativen und qualitativen Analyse unterzogen – im Codeplan festgelegte Merkmale eines Berichtes wurden formal registriert oder einer inhaltsanalytischen Bewertung unterzogen (siehe Codeplan im Anhang). Konkret: Jeder Artikel wurde mit dem Codeplan codiert, d.h. die vorkommenden Variablen wurden ins Statistik-Programm SPSS, indem der Codeplan umgesetzt worden war, eingetragen. Nach Ablauf des Analysezeitraums wurden die Ergebnisse graphisch und tabellarisch aufbereitet und kommentiert. Dies bildet die Grundlage für eine Reflexion von Medienresonanz und journalistischer Qualität; es können (strategische) Empfehlungen abgeleitet werden für die Komitees sowie für die Presseunternehmen.

10. Die Medienresonanz der Fusionsinitiative anfangs 2014

Dieses Kapitel zeigt die Auswertung der Daten, die mithilfe dem Codeplan in die SPSS-Datenbank eingetragen wurden. Es gibt einen kurzen Überblick der Stichprobe, stellt die Ergebnisse tabellarisch oder grafisch dar und kommentiert sie. Gleichzeitig beantwortet das Kapitel die Forschungsfragen, indem die Hypothesen bestätigt oder negiert werden.

10.1 Die Stichprobe

Im Januar und Februar wurden für die Untersuchung alle Artikel der *TaWo*, der *BaZ*, der *bz* und der *Volksstimme* ausgewählt, welche die Fusion beider Basel erwähnten. Für die *TaWo*, die sich selbst als „Hybridform“ (Knechtli 2014). einer Wochenzeitung mit täglicher Online-Ausgabe versteht, wurde dafür nicht nur die Print- sondern auch die *Online*-Ausgabe ausgewertet. Aus der *TaWo* wurden schliesslich zehn Artikel codiert. Von der *BaZ* wurden 38 Artikel codiert aus den Wochen- und der Samstagsausgaben, ohne die Sonntagszeitung. Aus der *bz* codiert wurden 20 Artikel und aus der *Volksstimme*, welche dreimal pro Woche erscheint, 37 Artikel. Dies ergibt insgesamt 105 codierte Artikel (N=105). Da Titel, Lead, Fliesstext und Infobox nach Codeplan separat codiert werden, gab es schlussendlich 189 codierte Einheiten (N=189).

	TW	BZ	BaZ	VS
Anzahl Artikel	10	20	38	37
Artikel/Ausgabe	0,17	0,39	0,75	1,5

Tab. 3: Anzahl Artikel pro Zeitung und Ausgabe²

Schaut man sich die Häufigkeit der Darstellungsform an, in der die codierten Artikel vorkommen, fällt auf, dass am zweithäufigsten die Darstellungsform „Leserbrief“ – also nicht-redaktionelle Meinungsbeiträge von Lesern – codiert wurden (siehe Abb. 3). An vierter Stelle steht die Kolumne, ebenfalls ein Meinungsbeitrag eines wechselnden Kolumnisten, nicht eines Redaktors. Dies muss unbedingt zur Kenntnis genommen werden für die Interpretation der folgenden Ergebnisse. Bei den Fragestellungen ging es nämlich darum, welche Meinungen und Themen in den Zeitungen Raum zugesprochen bekommen, und nicht nur wie die Journalisten berichten.

² Für die Berechnung wurde jede Laufnummer nur einmal gezählt, d.h. Gesamtzahl der Codierungen pro Zeitung minus die Anzahl der Fälle, bei denen eine Laufnummer mehrmals vorkommt. Für die Tageswoche wurden die Gesamtzahl der Anzahl Tage in den Monaten Januar und Februar 2014 gerechnet (59), da bei der Codierung sowohl die gedruckte Wochenzeitung wie die täglich aktualisierten Online-Inhalte berücksichtigt wurden. Die BZ sowie die BaZ erschienen 51 Mal (ohne Sonntagsausgabe). Die Volksstimme erschien 25 Mal.

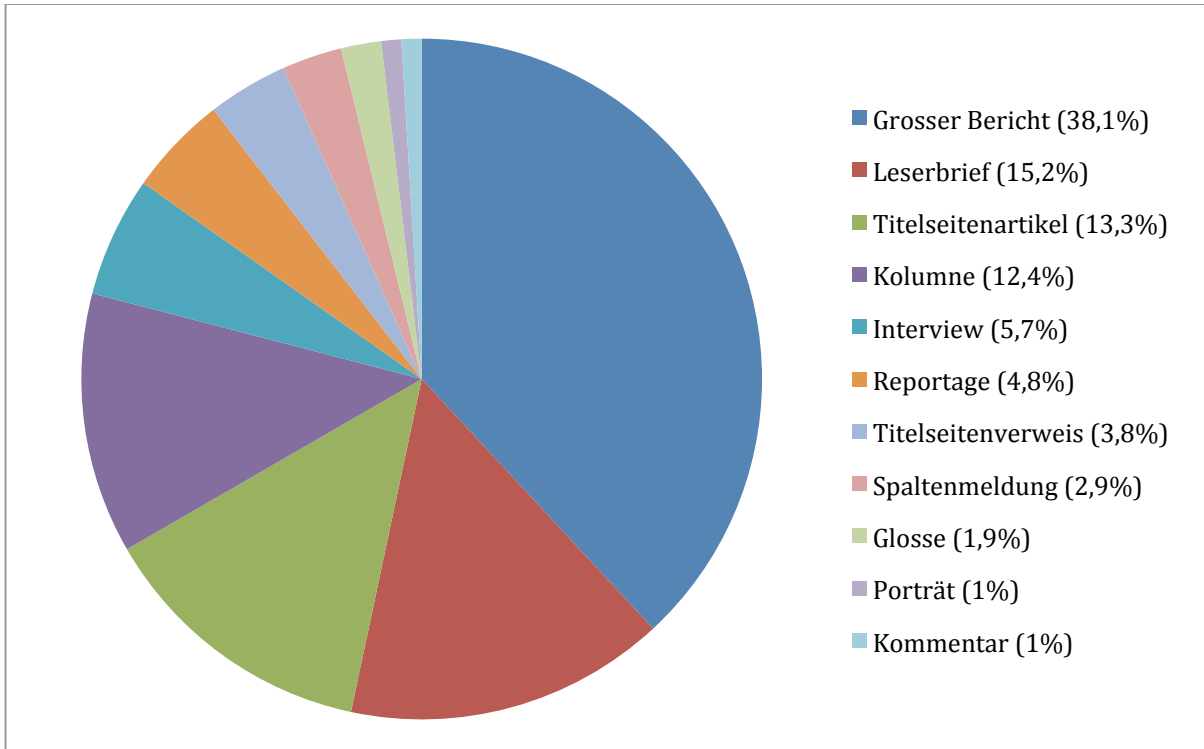


Abbildung 3: Darstellungsform der Artikel (siehe Tab. a im Anhang)

Die Aussagen fanden sich zu rund 50 Prozent im Fliesstext, zu rund 40% im Titel und Untertitel und zu knapp 10 Prozent im Lead (siehe Tab. b im Anhang). Die Fusionsinitiative war in knapp 80 Prozent der Artikel das Hauptthema, in rund 15% ein Nebenthema und in rund 5 Prozent der Fälle wurde die Fusionsinitiative nur erwähnt (siehe Tab. c im Anhang).

10.2 Je mehr Resonanz, desto negativer die Berichterstattung

H1: Die Fusionsgegner erhalten insgesamt eine stärkere Medienresonanz.

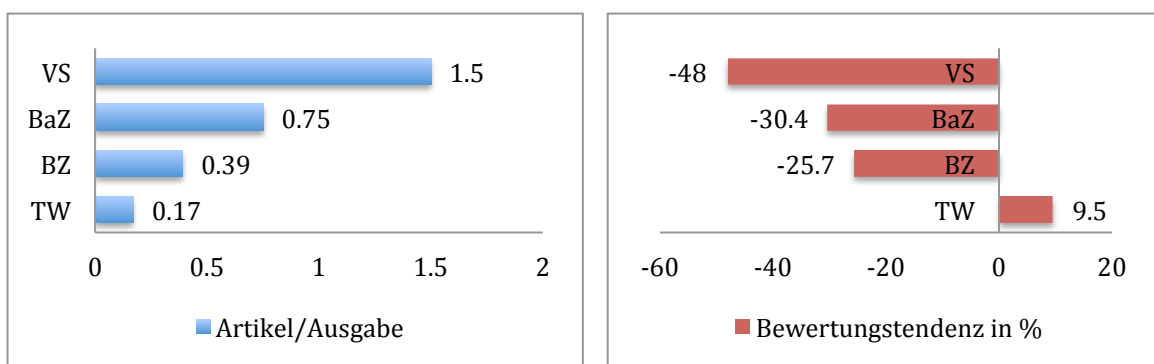


Abbildung 4: Resonanz und Bewertungstendenz (siehe Tab.d im Anhang)

Die Medienresonanz der Befürworter und Gegner kann am Einfachsten an der Bewertungsvariable abgelesen werden. Die Bewertungsvariable misst für den gesamten Artikel, ob Aspekte der Befürworter oder jene der Gegner überwiegen (siehe Codeplan im Anhang). Kommen nur Aspekte der Gegner vor, würde bspw. eine -2 codiert. Nennt der Autor mehrheitlich Aspekte der Gegner, aber auch einige der Befürworter, codiert man eine -1; dasselbe gilt umgekehrt für die Befürworter. Bei neutraler Berichterstattung codiert man eine 0.

Sieht man sich die Bewertungstendenz in Tabelle 1 an, kann die Hypothese H1 klar bestätigt werden. Verrechnet man den Prozentteil positiver Bewertungen mit dem Prozentteil an negativer, erreicht nur die *TagesWoche* einen positiven Wert. Bei allen anderen Zeitungen überwiegt die negative Berichterstattung, d.h. die fusionskritische, am stärksten bei der *Volksstimme*.

H2: Die linke Basler TagesWoche bewertet die Fusionsbefürworter mehrheitlich positiv und erwähnt sie häufiger.

Auch diese Hypothese kann somit bestätigt werden. Die *TagesWoche* erhält als einzige der Zeitungen einen positiven Bewertungswert.

H3: In der Volksstimme dominieren und Aspekte der Fusionsgegner.

Diese Hypothese kann ebenfalls anhand der Bewertungsvariable deutlich mit „Ja“ beantwortet werden.

Stellt man die Resonanz der Bewertungstendenz gegenüber (siehe Abb. 4), kann festgestellt werden, dass mit mehr Resonanz auch die fusionskritische Berichterstattung steigt. So hat die *TagesWoche* mit 0.17 Artikeln über die Fusionsinitiative pro Ausgabe mehr positive statt negative Berichterstattung, während bei der *Volksstimme* mit 1.5 Artikeln pro Ausgabe die negative Berichterstattung stark überwiegt.

H4: Das «Rotstablied» des Fusionsgegners und Musikers Florian Schneider erhielt von allen PR-Aktivitäten der Gegner und Befürworter am meisten Medienresonanz.

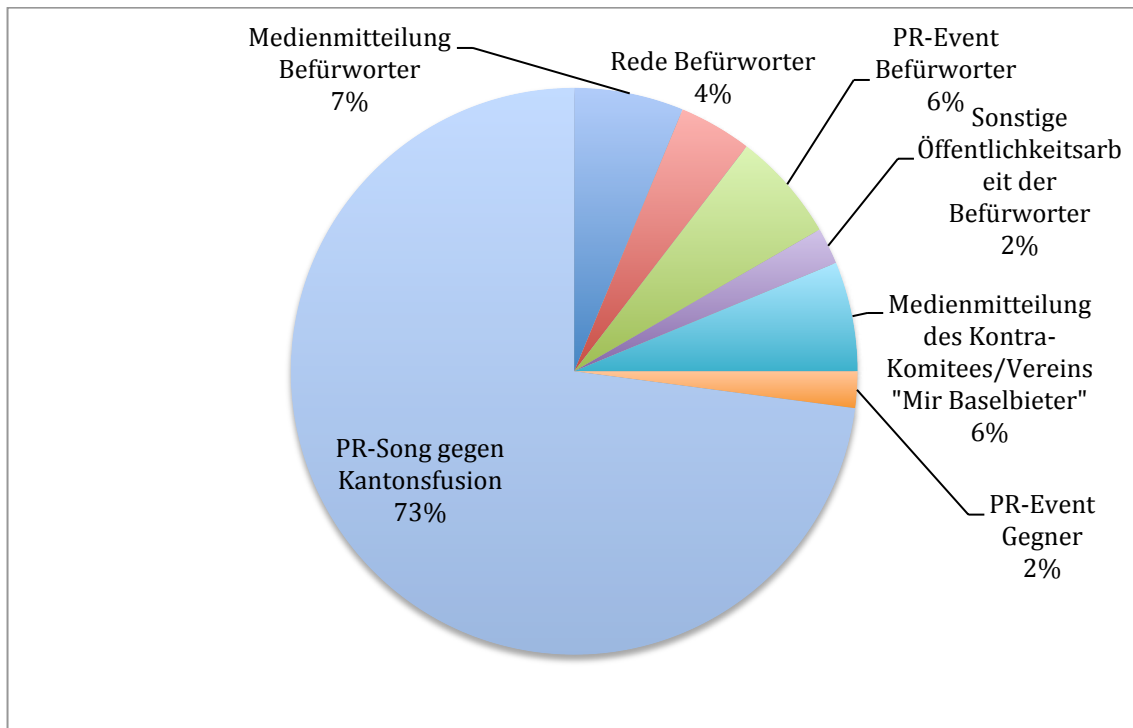


Abbildung 5: Häufigkeit der Nennung von PR-Aktivitäten (siehe Tab. e im Anhang)

Auch diese Hypothese kann mit „Ja“ beantwortet werden. Wie Abb. 5 entnommen werden kann, dominiert von allen codierten PR-Aktivitäten das „Rotstablied“ mit 73 Prozent. Dies ist bemerkenswert, da es nicht zu den PR-Massnahmen des Kontra-Komitees gehört, sondern zu denen des Musiker Florian Schneider, der mit diesem Song vielleicht nicht nur PR für die Fusionsgegner, sondern auch für seine Person macht – mit Erfolg platziert er sich in der Berichterstattung zur Fusionsinitiative.

Differenziert man nach Medium, so erhält das „Rotstablied“ im Vergleich zu anderen PR-Aktivitäten in der *TagesWoche* 50 Prozent an Gewicht, in der *bz* 83,3 Prozent, in der *BaZ* sowie in der *Volksstimme* 70 Prozent (siehe Tab. f-i im Anhang).

H5: In der Argumentation der Gegner dominieren ideelle und finanzielle Aspekte; in der Argumentation der Befürworter dominieren strukturelle Aspekte.

Wenn man sich anschaut, welche zehn Argumente am häufigsten vorkommen, sind dies (N=130):

1. Sonstige ideelle Argumente der Befürworter
2. Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden
3. Kooperation statt Fusion
4. Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht
5. BS/BL soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben
6. Hoher Ressourcenkonsum der Fusion
7. Sonstige ideelle Argumente der Gegner
8. Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative
9. Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt
10. Sonstige strukturelle Argumente der Gegner

In den zehn am häufigsten genannten Argumenten kommen zwei Argumente der Befürworter vor, davon sind die häufigsten ideelle Argumente, am zweithäufigsten strukturelle. Die restlichen acht Argumente sind jene der Gegner, vier ideell, drei strukturell und eines finanziell.

	Gegner	Befürworter
Ideelle Argumente	65	55
Finanzielle Argumente	22	8
Strukturelle Argumente	74	43
Total: N = 267	161	106

Tab. 4: Argumente (siehe Tab. j im Anhang)

In der gesamten Argumentation (N=267) dominieren die Gegner mit 161 Argumenten gegenüber den Befürwortern mit 106. In der Argumentation der Gegner herrscht strukturelle Argumentation vor gefolgt von ideeller, während die Befürworter am häufigsten ideell und dann strukturell argumentieren. Bei beiden kommen eher selten finanzielle Argumente zum tragen. Somit muss die Teilhypothese zum grossen Teil abgelehnt werden, dass bei den Gegnern ideelle und finanzielle Aspekte dominieren. Auch dass bei den Befürwortern strukturelle Aspekte vorherrschen ist nur teilweise richtig.

H6: Am neutralsten berichtet die Basellandschaftliche Zeitung über die Fusionsinitiative.

Die Hypothese ist zu verneinen. Wenn man sich die Bewertungsvariable ansieht und die Zeitungen vergleicht (siehe Abb. 6), ist der Anteil Artikel, in denen ausgewogen über Aspekte der Befürworter und Gegner berichtet wurde, bei der *TaWo* am höchsten und bei der *BaZ* am tiefsten, wobei jener Anteil bei allen Zeitungen relativ vergleichbar gross ist. Nimmt man die Gewichtung in Richtung positiver oder negativer Berichterstattung zur Fusionsinitiative in Betracht, ist diese bei der *TaWo* am ausgewogensten, gefolgt von der *bz*, danach von der *BaZ*. Bei der *Volksstimme* ist der Anteil an positiver Berichterstattung über die Fusionsinitiative vergleichbar sehr gering, dafür ist die stärkste Gewichtung fusionskritischer Aspekte von allen Zeitungen zu beobachten.

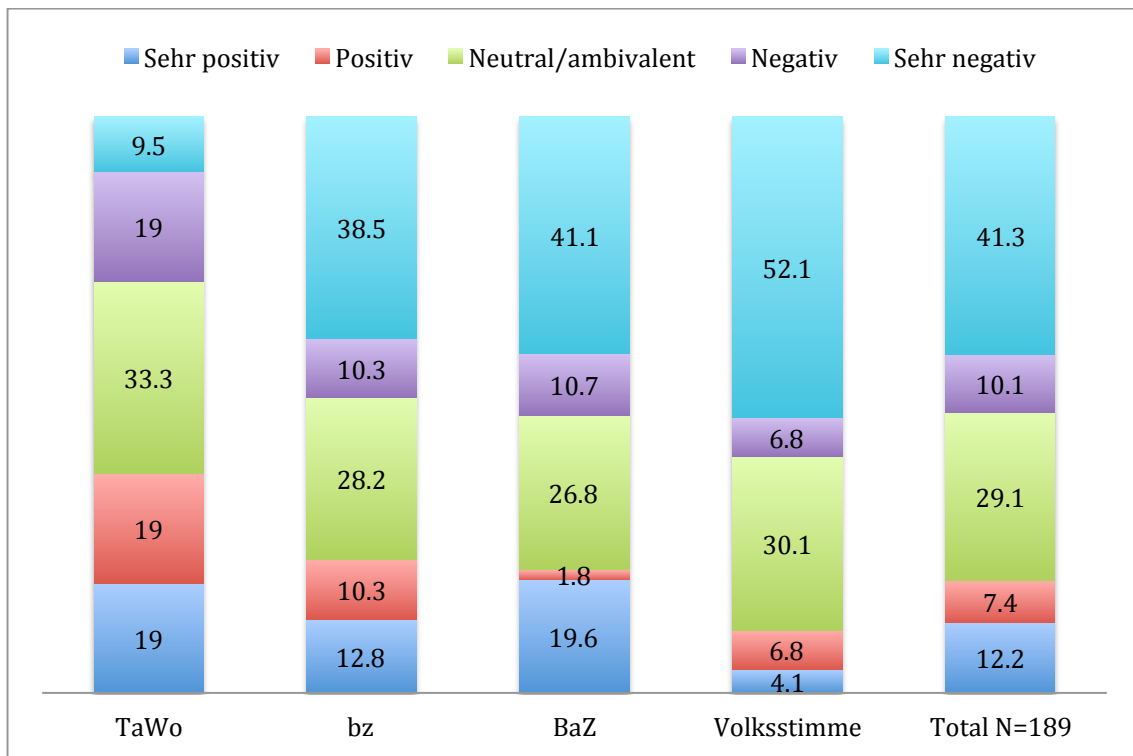


Abbildung 6: Objektivität der Berichterstattung (siehe Tab. d im Anhang)

H7: Im Raum Basel ist bezüglich der Fusionsinitiative Aussenpluralität über die vier untersuchten Zeitungen festzustellen, jedoch weniger Binnenpluralität innerhalb der Zeitungen.

Zur Prüfung dieser Hypothese wird die Themen- Argument- und Akteurvielfalt in den vier Zeitungen verglichen.

	TaWo	bz	BaZ	Volksstimme
Anzahl verschiedener Themen (von 46 möglichen im Codeplan)	24 (Mit Mehrfachnennungen 71)	24 (85)	26 (119)	23 (160)
Top-Thema 1	Landratsentscheid BL (14.1%)	Kantonsfusion im Allgemeinen (18.8%)	Kantonsfusion im Allgemeinen (25.2%)	Kantonsfusion im Allgemeinen (25%)
Top-Thema 2	Rechtsgültigkeit der Initiative (9.9%)	Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühle o.ä. (12.9%)	Kommende Volksabstimmung (9.2%)	PR-Song gegen Kantonsfusion (13.1%)
Top-Thema 3	Kantonsfusion im Allgemeinen / kommende Volkssabstimmung (je 8.5%)	Kommende Volksabstimmung (10.6%)	Rechtsgültigkeit der Initiative (7.6%)	Rechtsgültigkeit der Initiative (10.6%)

Tab. 5: Themenvielfalt (siehe Tab. k-n im Anhang)

Wie der Tabelle 5 entnommen werden kann, gibt es keine grossen Unterschiede bezüglich der Themenvielfalt bei den verschiedenen Zeitungen. In allen wird von 23 bis 26 verschiedenen Themen berichtet. Die Themen „Kantonsfusion im Allgemeinen“, „Rechtsgültigkeit der Initiative“ und „Kommende Volksabstimmung“ kommen bei einer Mehrheit der Zeitungen in die Top-3-Themen. Auffällig ist, dass bei der *bz* fast 13% über kulturelle Unterschiede, Kantonspatriotismus und Heimatgefühle berichtet wird, und bei der *Volksstimme* rund 13% der Themen sich um Florian Schneiders „PR-Song“ gegen die Kantonsfusion drehen.

	TaWo	bz	BaZ	Volksstimme
Anzahl verschiedener Argumente (von 66 möglichen im Codeplan)	25 (mit Mehrfachnennungen 40)	40 (75)	38 (95)	26 (59)
Top-Argument 1	Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden (10%)	Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht (12%)	Hoher Ressourcenkonsum der Fusion (7.4%)	Sonstige ideelle Argumente der Befürworter (11.9%)
Top-Argument 2	Hoher Ressourcenkonsum der Fusion / Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative / sonstige strukturelle Argumente der Befürworter (je 7.5%)	Kooperation statt Fusion (6.7%)	Sonstige ideelle Argumente der Befürworter / sonstige strukturelle Argumente der Gegner (je 6.3%)	BS/BL soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben / Kooperation statt Fusion (je 8.5%)
Top-Argument 3	Gemeinsames überwiegt Trennendes (5%)	Sonstige ideelle Argumente der Befürworter / BS/BL soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben (je 5.3%)	BS/BL soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben / Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden (je 5.3%)	Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt / Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden / Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht (je 6.8%)

Tab. 6: Argumentvielfalt (siehe Tab. o-r im Anhang)

Tabelle 6 zeigt, dass bezüglich der Argumentsvielfalt Unterschiede zwischen den Zeitungen bestehen. In der *TaWo* erscheinen 25 verschiedene Argumente bei 10 codierten Artikeln, bei der *Volksstimme* nur ein Argument mehr bei 37 Artikeln. Die *bz* bringt es mit 20 Artikeln auf stattliche 40 verschiedene Argumente, während die *BaZ* ein Argument weniger aufweisen kann bei 38 Artikeln. Bezüglich der Top-3-Argumente gibt es einige Gemeinsamkeiten, z.B. dass die Fusion zu viel koste wird in der *TaWo* und der *BaZ* zum Top-3-Argument und die Forderung nach nicht-paritätischer Zusammensetzung des Verfassungsrates erscheint nur in der *bz* nicht als Top-Argument, dazu gehören sonstige ideelle Argumente der Befürworter und die Forderung nach Selbstständigkeit.

	TaWo	bz	BaZ	Volksstimme
Anzahl verschiedener Akteure (von 55 möglichen im Codeplan)	21 (mit Mehrfachnennungen: 56)	26 (58)	33 (125)	34 (165)
Top-Akteur 1	Landrat BL (16.1%)	Komitee „ein Basel“ (20.7%)	BL Regierung (8.8%)	Florian Schneider (10.9%)
Top-Akteur 2	Souverän (12.5%)	Komitee „Pro Baselbiet“ (10.3%)	Gegner als abstrakte Einheit (8%)	Landrat BL (10.3%)
Top-Akteur 2	BL Regierung (10.7%)	Gegner als abstrakte Einheit (8.6%)	Oskar Kämpfer (7.2%)	BL Regierung (9.7%)

Tab. 7: Akteurviefalt (siehe Tab. u-v im Anhang)

Die Unterschiede in Tabelle 7 bezüglich der Akteurviefalt ist mehr oder minder proportional zur Anzahl erschienener Artikel. Auf der inhaltlichen Ebene ist interessant, dass die *TaWo* feste politische Institutionen wie der Landrat, die Regierung Baselland und der Souverän am häufigsten nennt. In der *bz* sind die beiden Komitees und „die Gegner“ Top-Akteure. In der *BaZ* schafft es SVP Baselland-Präsident Oskar Kämpfer in die Top-3 und in der *Volksstimme* ist der Musiker Florian Schneider mit seinem „Rotstabled“ Spitzenreiter unter den Akteuren.

Die Hypothese, dass wenig Binnenpluralität, aber viel Aussenpluralität im Raum Basel und den untersuchten Zeitungen vorzufinden ist, ist als Folgerung nur begrenzt zu bejahen. Die Zeitungen haben ein ähnlich grosses Spektrum an Themen- und Akteurviefalt, einzig in der Argumentviefalt liegen die *bz* und die *TaWo* vorne. In den Top-Themen, Argumenten und Akteuren gibt es Überschneidungen. Jedoch sind die redaktionellen Linien, wie schon mit der Bewertungsvariable bewiesen, an den Top-Nennungen abzulesen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Zeitungen zwar gewichten, und dies mit Ausnahme der *TaWo* zugunsten der Gegner. Aber trotzdem ist das Spektrum an unterschiedlichen Themen, Meinungen und Akteuren innerhalb der Zeitungen relativ hoch. Mit beachtet werden muss ebenfalls die Anzahl publizierter Artikel zur Fusionsinitiative. Obwohl die *TaWo* im Januar nur 10 Artikel zur Fusionsinitiative veröffentlicht hat, kann sie bezüglich Vielfalt verhältnismässig mithalten, während die *Volksstimme* besonders bei der Argumentviefalt trotz 37 erschienenen Artikel Abstriche macht.

11. Zusammenfassung und Fazit

Die vorliegende Arbeit wollte mit einer Medienresonanzanalyse beantworten, ob die Befürworter oder Gegner der Fusionsinitiative beider Basel in der Berichterstattung dominieren. Untersucht wurden dafür zwei Zeitungen aus Basel, die *TagesWoche* und die *Basler Zeitung* und zwei Zeitungen aus dem Baselbiet, die *Baselbieter Zeitung* und die *Volksstimme*. Untersuchungszeitraum war Januar und Februar 2014. Die Fragestellung sollte Ergebnisse für die Medienwissenschaft einerseits liefern, indem sie die Qualität der Berichterstattung hinsichtlich Vielfalt und Objektivität beurteilt. Andererseits sollten die Ergebnisse auch ohne Input-Analyse als PR-Evaluation für die beiden Initiativkomitees fungieren. Der theoretische Teil der Arbeit befasste sich deshalb mit dem Verhältnis von Medien und Politik, um die Unverzichtbarkeit von unabhängigen, qualitativ hochstehenden Medien für die Demokratie deutlich zu machen. In einem weiteren Kapitel wurde journalistische Qualität und das Objektivitäts- und Vielfaltskonzept erläutert. Für die inhaltlichen Kategorien im Codeplan war auch ein theoretisches Kapitel zu politischer PR notwendig. Die Arbeit konnte von der Theorie und der Forschung zahlreicher Arbeiten profitieren, nicht zuletzt von einer aktuellen Erhebung des fög (2014).

Der Ergebnisteil beleuchtet die Berichterstattung über die Fusionsinitiative von unterschiedlichen Seiten. Am meisten Resonanz pro Ausgabe erzielte das Fusionsthema in der *Volksstimme*, gefolgt von der *BaZ*, der *bz* und zuletzt der *TagesWoche*. Die Resonanz korreliert zudem mit der Bewertung der Fusion: Je mehr Berichterstattung, desto fusionskritischer. Nur die *TagesWoche* berichtet schlussendlich mehrheitlich positiv über die Kantonsfusion. Trotz dieser deutlichen Haltung befand die Untersuchung eine genügende Binnenvielfalt an Themen, Argumenten und Akteuren. Die proportionale Vielfalt wird jedoch nicht durchbrochen. Im oberen Baselbiet, wo die Fusionsgegner dominieren, wird ihnen auch am meisten Raum in der Zeitung gewährt.

Nach der Abstimmung am 28. September kann die Untersuchung noch durch eine Input-Analyse des PR-Materials ergänzt werden, damit für die politischen Strategen valide Aussagen zu ihren PR-Aktivitäten gemacht werden können.

D. Literaturverzeichnis

Albritton, Robert .B./Jarol B. Manheim (1985): Public Relations Efforts for the Third World: Images in the News. *Journal of Communication* 35, Heft 1, S. 43-59.

Ambauen, Florian (2009): Die Regierungen informieren, die Journalisten übernehmen. Eine Untersuchung der Medienresonanz auf die Öffentlichkeitsarbeit der Staatskanzleien Nidwalden und Obwalden im Regionalteil der Neuen Nidwalder Zeitung und der Neuen Obwalder Zeitung. Freiburg Schweiz.

Baerns, Barbara (1979): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischeren Beschreibung von Medieninhalten. In: *Publizistik* 24, Heft 3, S. 301-316).

Baerns, Barbara (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln.

Beck, Klaus (2010): *Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl., Konstanz.

Berens, Harald (2001): Prozesse der Thematisierung in publizistischen Konflikten. Ereignismanagement, Medienresonanz und Mobilisierung der Öffentlichkeit am Beispiel von Castor und Brent Spar. Wiesbaden.

Cohen, Bernard C. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton.

Dearing, James W./Rogers, Everett M. (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oakes, S. 1-23.

Die Welt (2014): Nur jede zehnte Schweizer Volksinitiative hat Erfolg. URL: http://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/thema_nt/article124686950/Nur-jede-zehnte-Schweizer-Volksinitiative-hat-Erfolg.html (7.7.2014).

Donsbach, Wolfgang (2009): Journalist. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main, S. 81-129.

Femers, Susanne/Klewes, Joachim (1995): Medienresonanzanalysen als Evaluationsinstrument der Öffentlichkeitsarbeit. In: Baerns, Barbara (Hrsg.): *PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit*. Frankfurt am Main, S. 115-134.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (2014): Abstimmungsmonitor – Zusatzanalyse. Berichterstattung in der Region Basel über die Initiative „gegen Masseneinwanderung“ vom 9. Februar 2014. URL: http://www.foeg.uzh.ch/analyse/politischekommunikation/updatemei/MEI_Zusatzanalyse.pdf (10.7.2014).

Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. In: *Journal of Peace Research* 2, S. 64-91.

Gerhards, Jürgen/Friedhelm, Neidhardt/Dieter, Rucht (1998): Zwischen Diskurs und Palaver: Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel des Abtreibungsdiskurses in der Bundesrepublik. Opladen.

Hazleton, Vincent (1992): Toward a Systems Theory of Public Relations. In: Avenarius, Horst/Ambrecht, Wolfgang (Hrsg.): *Ist Public Relations eine Wissenschaft?* Opladen, S. 33-46.

Iyengar, Shanto/Kinder, Donald R (1987): *News That Matters*. Chicago.

Janowitz, Morris (1975): Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the advocate. In: Journalism Quarterly 52, S.618-626, 662.

Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3., grundl. überarb. u. aktual. Aufl., Wiesbaden.

Kamps, Klaus (2007): Politisches Kommunikationsmanagement: Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Wiesbaden.

Keppinger, Hans Mathias: Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament B 15, S. 3-16.

Knechtli, Peter (2014): „TagesWoche“: Das Whiskas-Syndrom an der Grünpfahlgasse. URL: <http://onlinereports.ch/News.109+M53f6b23a735.0.html> (14.07.2015).

Köchli, Alessandra (2011): Der grosse Sprung in die Massenmedien. Eine Medienresonanzanalyse der politischen Berichterstattung von Schweizer Tageszeitungen zur Frühjahrsession 2011des National- und Ständerats mit Fokus auf die Vielfalt der Berichterstattung. Freiburg Schweiz.

Kolb, Steffen/Woelke Jens (2010): Praxisstand und Entwicklungspotenziale für Medienresonanzanalysen und PR-Erfolgskontrolle. In: Woelke, Jens/Maurer, Marcus/Jandura, Olaf (Hrsg.): Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft 5). Köln, S. 171-199.

Koxeder, Birgit (2007): Qualitätsmerkmale der Politikberichterstattung. Eine Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung in Presse, Kurier, Standart und Salzburger Nachrichten. Saarbrücken.

Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg.

McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald (1972): The Agenda Setting Function of Mass Media. In: Public Opinion Quarterly, Jg. 1972, S. 176-187.

McQuail, Denis (1992): Media Performances. Mass Communications and the Public Interest. London/Newsbury Park/New Dehli.

Merten, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen.

Östgaard, Einar: Factors Influencing the Flow of News. In: Journal of Peace Research 2, S. 39-65.

Patzelt, Werner J. (2013): Einführung in die Politikwissenschaft. Grundriss des Fachs und studiumbegleitende Orientierung. 7. Aufl., Passau.

Peter, Jochen (2002): Medien-Priming – Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. In: Publizistik 47, Heft 1, S. 21-44.

Pfetsch, Barbara (1999): Government News Management – Strategic Communication in Comparative Perspective. (Discussion Paper FS III 99-101). Berlin: Wissenschaftszentrum.

Regiokommission des Grossen Rats Basel-Stadt (2014): Bericht der Regiokommission zur Kantonalen Volksinitiative „Für die Fusion der Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft“ und zu einem Gegenvorschlag. URL: http://www.grosserrat.bs.ch/images/dateien/DEF_20140413_BER%20Fusions-VI_Regioko.pdf (18.6.2014).

Reumann, Kurt (2009): Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation.

Frankfurt am Main, S. 129-169.

Rössler, Patrick (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen, S. 15-56.

Saffarnia, Pierre A. (1993): Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? In: Publizistik, Jg. 38, Heft 3, S. 412-425.

Sarcinelli, Ulrich (1994): Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik. Baden-Baden.

Sarcinelli, Ulrich (2004): Politische Kommunikation. Zwischen wissenschaftlichem Interesse und Politikum. In: Forum.Medien.Politik (Hrsg.): Trends der politischen Kommunikation. Beiträge aus Theorie und Praxis. Münster.

Sarcinelli, Ulrich (2009): Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System. 2. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden.

Saxer, Ulrich (1998): System, Systemwandel und politische Kommunikation. In: Jarren, Ot-fried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, Wiesbaden, S. 21-64.

Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In Media Perspektiven, Heft 11, S. 690-712.

Schaub Medien AG (2010): Die Oberbaselbieter Zeitung seit 1882. URL: <http://www.volksstimme.ch/zeitung.html> (14.7.2014).

Schulz, Winfried (2009): Nachricht. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main, S. 359-397.

Schwarb, Ursula (2007): Medienvielfalt und publizistische Leistung. 20 Jahre nach Einführung des lokalen Rundfunks in der Schweiz. Konstanz.

Schweizer Bundesverfassung (BV) vom 18. April 1999 (Stand 3. März 2013) SR 101.

Schweizer Depeschenagentur sda (2014): Bollmann, Somm und Blocher sind neue Eigentümer. Sie erwerben die Zeitung zu je einem Drittel. In: Website persoendlich.com, Das Online-Portal der Schweizer Kommunikationswirtschaft. URL: <http://www.persoendlich.com/node/318733#.U8PorhbrVd0> (14.07.2014).

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg.

Staatsarchiv Baselland (2010a): Rundgang. Gründung des Kantons. URL: <http://www.geschichte.bl.ch/politik/gruendung-des-kantons> (26.6.2014).

Staatsarchiv Baselland (2010b): Wiedervereinigung I. URL: <http://www.geschichte.bl.ch/politik/wiedervereinigung-i.html> (26.6.2014).

Staatsarchiv Baselland (2010c): Wiedervereinigung II. URL: <http://www.geschichte.bl.ch/politik/wiedervereinigung-ii.html> (26.6.2014).

Stark, Birgit (2008): Die Vielfalt der Messung der Vielfalt. Überlegungen zur methodischen Umsetzung des Vielfaltkonzepts. In: Mathes, Jörg/Wirth, Werner/ Daschmann, Gregor/Fahr, Andreas (Hrsg.): Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Methoden und Forschungslogik in der Kom-

munikationswissenschaft. Band 3, Köln, S. 196-216.

Strohmeier, Gerd (2004): Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Baden-Baden.

Tenscher, Jens (2003): Professionalisierung der Politikvermittlung? Politikvermittlungsexperten im Spannungsfeld von Politik und Massenmedien. Wiesbaden.

Warren, Carl (1934): Modern News Reporting. New York.

Website des fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (2014): Zusatzanalyse zum Abstimmungsmonitor vom 9. Februar 2014. URL: http://www.foeg.uzh.ch/analyse/politischekommunikation/updatemei/MEI_Zusatzanalyse.pdf (10.7.2014).

WEMF AG für Werbemedienforschung (2013): WEMF Auflagenbulletin 2013. URL: http://www.wemf.ch/d/auflagen/ordentliche_beglaubigung.php (14.6.2014).

Wheaver, David H.: Thoughts on Agenda-Setting, Framing, and Priming (2007). In: Journal of Communication 57, S. 142-147.

White, David M. (1950): The „Gatekeeper“. A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly 27, S. 383-390.

E. Anhang

I. Codeplan

Projekt

Vergleich der Medienresonanz von Gegnern und Befürwortern der Fusionsinitiative für die Fusion der Kantone Basel-Stadt und Baselland. Dafür werden die Medienresonanz auf kommunikative Massnahmen der Gegner und Befürworter, aber auch ihre allgemeine Medienpräsenz, Bewertung und ihre Themen analysiert.

Auswahl der *Clippings*

Ausgewählt werden redaktionelle Artikel und abgedruckte Leserbriefe aus zwei Basler und zwei Baselbieter Tageszeitungen vom Januar und Februar 2014 mit dem Kriterium, dass die Begriffe ‚Fusionsinitiative‘ und ‚Kantonsfusion‘ implizit oder explizit genannt werden. Als Artikel gelten umbruchstechnisch abgegrenzte Beiträge wie Kurzmeldungen, Nachrichten, Berichte, Interviews, Porträts, Reportagen, Kommentare und Kolumnen. Die Fusionsinitiative muss in mindestens einer Aussage des Artikels oder Leserbriefs thematisch vorkommen, sonst wird der Artikel nicht codiert. Nicht-redaktionelle Artikel ohne Eigenleistung des Journalisten (wie Publireportagen) werden niemals codiert, ausser es handelt sich um einen Leserbrief oder eine Kolumne.

a-g: Formale Kriterien

Titel, Lead, Fliesstext und Infoboxen werden als verschiedene Positionen separat codiert, aber nur unter der Bedingung, dass die Kantonsfusion in der jeweiligen Analysekatgorie mindestens implizit erwähnt wird. Auch eine Bewertungstendenz wird für jede dieser Analyseeinheiten einzeln codiert. Die Bewertungstendenz beantwortet die Frage, ob der Artikel die Kantonsfusion insgesamt eher positiv oder kritisch bewertet.

Ankerbeispiel: Wenn die Fusionsinitiative als Nebenthema in einem Interview vorkommt, aber der Titel einen anderen Aspekt thematisiert, wird nur der Fliesstext codiert. Bei einem Interview mit Kathrin Amacker werden jene Fragen und Antworten codiert, welche die Kantonsfusion thematisieren, nicht aber der Titel oder ein Kasten über die Person Amacker.

a) Laufnummer Artikel (fortlaufend durchnummeriert)

1-10	Tageswoche (TaWo)
11-30	Basellandschaftliche Zeitung/BZ Basel (bz)
31-68	Basler Zeitung (BaZ)
69-105	Volksstimme

b) Datum (Zeitraum 1.1.2014-30.6.2014)

Tag, Monat, Jahr (**dd.mm.yyyy**, z.B. 23.01.2014)

c) Medium

1	TaWo
2	bz
3	BaZ
4	Volksstimme

d) Darstellungsform des Artikels

- 1 **Titelseitenverweis** (max. 7 Sätze inkl. Titel und Lead)
- 2 **Titelseitenartikel** (ab 8 Sätzen exkl. Titel und Lead)
- 3 **Spaltenmeldung** (Text bis 20 Zeilen ohne Titel, mit Lead)
- 4 **Grosser Bericht** (sachliche Nachricht ab 20 Zeilen ohne Titel, mit Lead)
- 5 **Porträt** (Hauptthema des Artikels ab 20 Zeilen ohne Titel, mit Lead; Darstellung einer einzigen Person)
- 6 **Interview** (Ab 20 Zeilen ohne Titel, mit Lead; Gespräch des Journalisten mit dem Informanten wird als Dialog dargestellt mit klar gekennzeichnete Frage und Antwort. Codiert werden Frage und Antwort)
- 7 **Reportage** (Ab 20 Zeilen ohne Titel, mit Lead; Themenschwerpunkt des Artikels ist ein Ereignis oder die Entwicklung einer Person, von dem die Journalistin ein subjektives Stimmungsbild abgibt)
- 8 **Kommentar** (Ab 12 Zeilen mit Titel, mit Lead; gekennzeichnete Meinungsbeitrag eines Redaktors)
- 9 **Glosse** (Ab 10 Zeilen mit Titel, mit Lead; satirischer/komischer journalistischer Meinungsbeitrag)
- 10 **Kolumne** (Ab 15 Zeilen ohne Titel, mit Lead; Kolumnistin verfasst regelmässigen Meinungsbeitrag)
- 11 **Leserbrief** (Ab 10 Zeilen mit Titel; Kommentar eines Lesers)

Handelt es sich um eine Kategorie 1 (Titelseitenverweis), wird immer nur Position 1 (Titel) codiert [siehe Buchstabe g].

e) Hauptthema des Artikels

- 1 **Die Fusionsinitiative als Hauptthema**
- 2 **Die Fusionsinitiative als Nebenthema** (in mehr als einem Satz erwähnt, daneben gibt es eines oder mehrere andere Themen)
- 3 **Die Fusionsinitiative wird nur erwähnt** (im Rahmen einer Aufzählung oder eines Beispiels, wird aber nicht weiterführend thematisiert)

f) Wertungstendenz

- 2 sehr negativ
- 1 negativ
- 0 neutral/ambivalent
- 1 positiv
- 2 sehr positiv

Sehr negativ: Nur Kontra-Argumente und deren kommunikativen Handlungen werden erwähnt.

Negativ: Vorwiegend Aspekte der Fusionsgegner, aber auch einige Pro-Argumente.

Neutral/ambivalent: Keine Gewichtung, ausgewogene Berichterstattung.

Positiv: Vorwiegend Aspekte und Argumente der Befürworter.

Sehr positiv: Ausschliesslich Aspekte und Argumente der Fusionsbefürworter

g) Position der Aussage(n)

- | | |
|---|----------------------|
| 1 | Titel und Untertitel |
| 2 | Lead |
| 3 | Fliesstext |
| 4 | Infobox/Kasten |

V1-V3: Inhaltliche Kriterien

Nach dem untenstehenden Variablenkatalog wird jeder Artikel codiert. Pro Artikel können zehn der untenstehenden Themen (Variable 1 oder Thema 1-10 in der SPSS-Datei) codiert werden, wobei dasselbe Thema nicht mehrfach codiert werden kann. Hat der Artikel mehr als zehn Themen, wird die Codierung abgebrochen. Zu den Themen zählen Sachthemen, Ereignisse und kommunikative Handlungen. Ein Sachthema ist durch einen inhaltlichen roten Faden im Artikel auszumachen; es handelt sich vor allem um Policy (politische Inhalte). Ein Ereignis ist vor allem ein politischer Prozess (Politics). Als kommunikative Handlungen der Komitees ist Öffentlichkeitsarbeit bzw. PR-Aktivität gemeint, der im Artikel Rechnung getragen wird.

In jedem Artikel können zudem zehn Argumente (Variable 2 oder Argument 1-10 in der SPSS-Datei) codiert werden, wobei dasselbe Argument nicht mehrfach codiert werden darf. Beinhaltet der Artikel mehr als zehn Argumente, wird die Codierung abgebrochen. Ein Argument ist durch einen inhaltlichen roten Faden im Artikel auszumachen; es sind Überzeugungsmittel der Fusionsbefürworter oder Gegner.

In jedem Artikel können ausserdem zehn Akteure (Variable 3 oder Akteur 1-10 in der SPSS-Datei) codiert werden, wobei derselbe Akteur nicht mehrfach codiert werden darf. Aussageträger, Handlungsträger aber auch Nennungen von Akteuren durch Dritte werden als Akteure codiert.

Erstes Ankerbeispiel: „Das Pro-Komitee schreibt, dass das Volk nun rasch entscheiden soll.“ Codiert werden als Akteure das Komitee „ein Basel“ (350) und der Souverän (375).

Nur explizite Nennungen der Variablen werden codiert, nicht implizite. Ein Beispiel: „Die Landratskommission empfiehlt Rechtsgültigkeit, damit dürfte noch in diesem Jahr abgestimmt werden.“ Souverän als Akteur hier implizit gemeint, jedoch nicht explizit, deshalb wird er nicht codiert. Codiert werden die Themen Rechtsgültigkeit (112), kommende Volkssabstimmung (115) und JSK-Entscheid BL (155) und der Akteur JSK (371).

Zweites Ankerbeispiel: „Basel-Stadt sagt Ja – die heutige Zusammenarbeit stosse an ihre Grenzen. Baselland will hingegen diese Zusammenarbeit noch stärken.“ Mit „Baselland“ und „Basel-Stadt“ sind die Kantonsregierungen und ihre Vorlagen zur Fusionsinitiative gemeint. Da dies im Kontext eindeutig klar ist, müssen die Themen Präsentation der Vorlagen der Regierungen BL und BS (151 und 152) codiert werden, die Argumente „Staatsverträge stossen an ihre Grenzen“ und „Kooperation statt Fusion“ (273 und 294) sowie die Akteure Regierung BL und BS (316 und 346).

	ID_Artikel	Datum	Medium	Darstellungsform	Hauptthema	Globalbewertung	Position	Thema_1	Thema_2	Thema_3	Thema_4	Thema_5
1	1	13.02.2014	2	6	2	0	2	110
2	1	13.02.2014	2	6	2	1	3	110	111	113	1115	116
3	2	30.01.2014	2	4	1	0	1	112	153	.	.	.
4	2	30.01.2014	2	4	1	0	1	112	153	111	154	141
5	3	30.01.2014	2	4	1	1	1	112	153	.	.	.
6	3	26.09.1583	2	4	1	-1	2	112	153	115	111	.
7	3	06.01.2014	2	4	1	1	3	112	153	115	111	154
8	3	06.01.2014	2	4	1	2	4	112	153	115	170	.
9	4	20.01.2014	2	3	2	2	1	110
10	4	20.01.2014	2	3	2	2	3	110	119	171	.	.
11	5	20.01.2014	2	4	1	-1	1	117	153	.	.	.
12	5	20.01.2014	2	4	1	0	3	117	153	140	141	115
13	26	03.01.2014	3	6	2	2	1	110
14	26	03.01.2014	3	6	2	1	1	110	115	.	.	.
15	27	08.01.2014	3	4	1	2	1	110	112	155	115	.
16	27	08.01.2014	3	4	1	0	3	115	112	155	154	.

Abb. X: Codiertabelle (Screenshot SPSS-Datei)

V1 Themen

110 – 139: Sachthemen

- 110 Kantonsfusion und Initiative im Allgemeinen („Fusion“)
 - 111 Verfassungsrat
 - 112 Rechtsgültigkeit der Initiative
 - 113 Zusammenarbeit BL und BS
 - 114 Gegenvorschlag zur Fusionsinitiative
 - 115 Kommende Volksabstimmung im Herbst
 - 116 Geschichte BL und BS
 - 117 Fusionssimulation/-studie Credit Suisse
 - 118 Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühl, unterschiedliche Auffassungen o.ä.
 - 119 Grenzen im weitesten Sinn, Gebiet
 - 120 Folgen einer Fusion (wirtschaftliche, politische, finanzielle, etc.)
 - 121 Verhältnis Gemeinden/fusionierter Kanton
 - 122 Finanzausgleich
 - 123 Regio-Kooperationsinitiative von Hans Rudolf Gysin
 - 139 Sonstige Sachthemen der Fusionsinitiative
-

(140 – 169) Ereignisse

- 140 Lancierung Fusionsinitiativen
 - 141 Einreichung Fusionsinitiativen
 - 142 Gründung Pro-Komitee
 - 143 Gründung Kontra-Komitee
 - 144 Gründung Komitee „Jugend für ein Basel“
 - 145 Einreichung Regio-Kooperationsinitiative (Hans Rudolf Gysin)
 - 146 Formulierung Gegenvorschlag
 - 147 Annahme Gegenvorschlag
 - 148 Rückzug Fusionsinitiative
 - 149 Regierungsentscheid BL
 - 150 Regierungsentscheid BS
 - 151 Präsentierung Vorlage Regierung BL
 - 152 Präsentierung Vorlage Regierung BS
 - 153 Landratsentscheid BL
 - 154 Grossratsentscheid BS
 - 155 JSK-Entscheid BL
 - 156 Regiokommissionsentscheid BS
 - 169 Sonstige Ereignisse
-

(170 – 199) Öffentlichkeitsarbeit der Gegner und Befürworter der Fusionsinitiative

Befürworter/Pro: Pro-Komitee „ein Basel“ bzw. „Jugend für ein Basel“ und Verein für eine „starke Region“, daneben auch nicht organisierte Einzelpersonen, welche die Initiative befürworten.

Gegner/Kontra: Kontra-Komitee „Pro Baselbiet“ (anfänglich noch „für ein selbstständiges Baselbiet“) und Verein „Mir Baselbieter“, daneben auch nicht organisierte Einzelpersonen, welche die Initiative ablehnen.

Pro (170-184)

- 170 Medienmitteilung Pro-Komitee/Verein für eine „starke Region“
 - 171 Rede Befürworter
 - 172 Medienkonferenz Befürworter
 - 173 Plakatwerbung, Video o.ä. Befürworter
 - 174 PR-Event Befürworter (z.B. Konzert)
 - 184 Sonstige Öffentlichkeitsarbeit Befürworter
-

Kontra (185-199)

- 185 Medienmitteilung Kontra-Komitee/Verein „Mir Baselbieter“
 - 186 Rede Gegner
 - 187 Medienkonferenz Gegner
 - 188 Plakatwerbung, Video o.ä. Gegner
 - 189 Sonstige PR-Event Gegner (z.B. Marktstand)
 - 190 PR-Song gegen Kantonsfusion („Rotstab-Lied“/„Baselbieterlied“)
 - 199 Sonstige Öffentlichkeitsarbeit Gegner
-

V2 Argumente

Die folgenden Argumente sind in ähnlichem oder gleichlautendem Wortlaut im Argumentarium der beiden Komitees oder in den Zeitungsartikeln des Pre-Tests zu finden. Für die Codierung reicht die sinngemässe Übereinstimmung des Arguments im Artikel mit dem Argument im Codeplan.

Ideelle Argumente (210-239)

Ideelle Argumente sind oft moralisch aufgeladen, wertend; sie verlassen die sachliche Ebene und appellieren an das Gefühl. Unter dieser Kategorie sind auch eher vage, unbestimmte Argumente oder Behauptungen zusammengefasst, die mit nicht genau definierbaren Begriffen wie „Identität“, „Kultur“, „besser“, etc. arbeiten.

Pro (210 – 224)

- 210 Gemeinsames überwiegt Trennendes, viele gemeinsame Interessen und auch gemeinsame Identität (deshalb eine gemeinsame politische Vertretung nötig)
- 211 Fusionsinitiative bietet Chancen und Möglichkeiten
- 212 Region wird durch Fusion gestärkt
- 213 Keine Fusion ist Stillstand und somit Rückschritt
- 214 Grosskanton ist zukunftsfähiger
- 215 Grosskanton bietet bessere Perspektive für Jugend
- 216 BS und BL werden in CH bereits als ein Kanton wahrgenommen
- 217 Grosskanton keine Gefahr für Heimatgefühl, unterschiedliche Identitäten, Meinungen u.ä.
- 218 Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung
- 219 Grenzen behindern Entwicklung der Region
- 220 Grosskanton vereinfacht Alltag der Menschen
- 221 BL und BS gehören einfach zusammen
- 222 Argumente ad personam gegen Fusionsgegner
- 224 Sonstige ideelle Argumente Befürworter

Kontra (225 – 239)

- 225 Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt
- 226 Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht
- 227 Fusion ist Rückschritt vor 1833
- 228 Ausgang der Initiative ungewiss, Initiative ungenau
- 229 Fusionsbestrebungen spalten BS und BL anstatt sie zusammenzuführen
- 230 Initiative ist voller Ideologie und Illusion statt voller Fakten
- 231 Fusionsinitiative untergräbt Modell CH (Föderalismus, Volkssouveränität, Demokratie, etc.)
- 232 Grosse Risiken der Fusion
- 233 Oberbaselbiet und Laufental würden nach Fusion zu benachteiligten Minderheiten
- 234 BL/BS würde übervorteilt bei Fusion
- 235 BL/BS soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben
- 236 Kulturverständnis BS und BL zu unterschiedlich
- 237 Argumente ad personam gegen Fusionsbefürworter
- 239 Sonstige ideelle Argumente Fusionsgegner

Finanzielle Argumente (240-269)

Unter der Kategorie der finanziellen Argumente werden all jene Argumente zusammengefasst, die sich auf Kantonsbudgets, Einnahmen und Ausgaben, Verschuldung, Ressourcen oder Wirtschaft von BL oder BS beziehen.

Pro (240 – 254)

- 240 Keiner der Kantone wäre finanzieller Profiteur
- 241 Fusionsinitiative keine kurzfristigen finanziellen Effekte, da zuerst Prüfung einer Fusion durch Verfassungsrat; z.B. aktuelle Finanzprobleme BL müssen jetzt gelöst werden statt nach Fusion
- 242 Kosten einer Fusion für beide Kantone tief
- 243 Grosskanton ist zahlungs- und investitionsfähiger
- 244 Grosskanton führt zu wirtschaftlichem Aufschwung
- 245 Grosskanton hätte mehr Ressourcen zur Verfügung
- 254 Sonstige finanzielle Argumente Befürworter

Kontra (255 – 269)

- 255 Hoher Ressourcenkonsum der Fusion, ev. wirtschaftliche/politische Stagnation
- 256 BS muss Finanzprobleme BL lösen
- 257 Steuern würden für Bewohner BL steigen
- 258 Finanzielle Grundlagen in BS und BL zu unterschiedlich
- 269 Sonstige finanzielle Argumente Gegner

Strukturelle Argumente (270-299)

Unter der Kategorie der strukturellen Argumente finden sich all jene Argumente, die sich auf Institutionen, Rechtliches, Politisches und Organisatorisches beziehen, also die Struktur der Kantone oder eines Grosskantons.

Pro (270 – 284)

- 270 BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden
- 271 Kantonsfusionsinitiative nicht verfassungswidrig, da Initiative demokratisches Mittel zur Verfassungsänderung
- 272 Einfluss in Bundesbern würde durch Grosskanton grösser
- 273 Staatsverträge stossen an ihre Grenzen
- 274 Paritätische Zusammensetzung des Verfassungsrats symbolisiert zwei gleichberechtigte Halbkantone
- 275 Politische Entscheidungen sollen mit Blick auf ganze Region gefällt werden
- 276 Der Verfassungsrat als Gesetzgeber ist nicht undemokratisch, da er sich auf unumgängliche Gesetze beschränkt
- 277 Grosskanton gleich mehr Gemeindeautonomie
- 278 Rechtsgutachten legitimiert die Fusionsinitiative
- 279 Staatsverträge zwischen BS und BL undemokratisch
- 284 Sonstige strukturelle Argumente der Fusionsbefürworter

Kontra (285 – 299)

- 285 Kantonsfusion gegen BL-Verfassung, die Eigenständigkeit vorschreibt
- 286 Fusionsprozess dauert zu lange
- 287 Neue Strukturen in BS müssen von BL-Steuerzahlern mitfinanziert werden
- 288 Verwaltung würde grösser, ineffizienter, teurer
- 289 Strukturelle Grundlagen in beiden Kantonen zu unterschiedlich, Strukturen BL entwickelter als BS oder umgekehrt
- 290 Eigenständige Gemeinden würden politisch von Stadt abhängig
- 291 Steueraufkommen in BS unausgeglichener als in BL
- 292 Verfassungsrat ist ein undemokratischer Gesetzgeber
- 293 Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden, sonst verfassungswidrig
- 294 Verfassungsrat würde zu viele Kompetenzen haben
- 295 Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht
- 296 Kooperation statt Fusion
- 297 Zwei Vollkantone BS und BL würde Region in Bundesbern besser stärken als ein Grosskanton
- 298 Mehr Zentralisierung ist schlecht
- 299 Sonstige strukturelle Argumente der Fusionsgegner

V3 Akteure

Unter der Kategorie „Akteure“ werden alle Handlungsträger und Aussageträger im Zusammenhang mit der Fusionsinitiative erfasst, wenn sie im Text erwähnt werden oder selbst eine Aussage machen.

Gegner (310 – 339)

- 310** Gegner als abstrakte Einheit
 - 311** Medienschaffender, der sich als Gegner positioniert
 - 312** Oskar Kämpfer, (Co-Präsident des Komitees „Pro Baselbiet“, früher „für ein selbstständiges Baselbiet“)
 - 313** Thomas Weber (Regierungsrat SVP BL)
 - 314** Simon Schweizer (Präsident des Vereins «Mir Baselbieter»)
 - 315** Florian Schneider (Musiker; Beizen-tour gegen Fusion mit „Rotstabled“)
 - 316** Baselbieter Regierung (als Einheit, z.B. Aussagen des Parteipressesprechers)
 - 317** SVP BL
 - 318** FDP BL
 - 319** Komitee „Pro Baselbiet“
 - 320** Verein „Mir Baselbieter“
 - 321** Fusionskritische Leser, Laien, Passanten, o.ä.
 - 322** Pia Frankhauser (Präsidentin SP BL)
 - 324** Sabine Pegoraro (Regierungsrätin FDP BL)
 - 325** Anton Lauber (Regierungsrat CVP BL)
 - 326** SVP BS
 - 339** Sonstige gegnerische Aussageträger
-

Befürworter (340 – 369)

- 340** Befürworter (als abstrakte Einheit), „Fusionisten“
- 341** Medienschaffender, der sich als Befürworter positioniert
- 342** Guy Morin (Regierungsrat Grüne BS)
- 343** Isaac Reber (Regierungsrat Grüne BL)
- 344** Elisabeth Schneider-Schneiter (Nationalrätin CVP)
- 345** Kathrin Amacker (Präsidentin Vereines «Regio Basiliensis», ehem. Präsidentin CVP BL)
- 346** Basler Regierung (als Einheit)
- 347** EVP BL
- 348** SP BL
- 349** FDP BS
- 350** Komitee «ein Basel» und seine weiteren Vertreter
- 351** Jugendkomitee «Jugend für ein Basel»
- 352** Fusionsbefürwortende Leser, Laien, Passanten, o.ä.
- 353** Urs Wüthrich (Regierungsrat SP BL)
- 354** CVP BL
- 355** Grüne BL
- 356** Verein für eine «starke Region»
- 357** Grüne BS
- 358** SP BS
- 359** CVP BS

- 360** LDP BS
 - 361** EVP BS
 - 362** Carlo Conti (Regierungsrat CVP BS)
 - 363** Christoph Brutschin (Regierungsrat SP BS)
 - 364** Baschi Dürr (Regierungsrat FDP BS)
 - 365** Christoph Eymann (Regierungsrat LDP BS)
 - 366** Eva Herzog (Regierungsrätin SP BS)
 - 367** Hans-Peter Wessels (Regierungsrat SP BS)
 - 369** Sonstige Aussageträger der Befürworter
-

Dritte (370 – 399)

- 370** Medienschaffender als neutraler Berichterstatter
- 371** Justiz- und Sicherheitskommission JSK des Landrats BL
- 372** Regiokommission des Grossen Rates BS
- 373** Experten (z.B. Bernhard Waldmann, Rechtsprofessor und Vize-Direktor des Föderalismusinstituts an der Universität Freiburg)
- 374** Passanten, Laien, Publikum, Leser o.ä.
- 375** Souverän
- 376** Landrat BL
- 377** Grosser Rat BS
- 399** Sonstige neutrale/ambivalente Akteure

II. Tabellen aus SPSS

Tabelle a: Darstellungsform des Artikels

Darstellungsform des Artikels				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Grosser Bericht	40	21,2	38,1	38,1
Leserbrief	16	8,5	15,2	53,3
Titelseitenartikel mit Verweis	14	7,4	13,3	66,7
Kolumne	13	6,9	12,4	79,0
Interview	6	3,2	5,7	84,8
Reportage	5	2,6	4,8	89,5
Titelseitenverweis	4	2,1	3,8	93,3
Spaltenmeldung	3	1,6	2,9	96,2
Glosse	2	1,1	1,9	98,1
Porträt	1	,5	1,0	99,0
Kommentar	1	,5	1,0	100,0
Total	105	55,6	100,0	
Missing System	84	44,4		
Total	189	100,0		

Tabelle b: Position der Aussagen

Position der Aussagen				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Fliesstext	92	48,7	48,7	48,7
Titel und Untertitel	73	38,6	38,6	87,3
Valid Lead	19	10,1	10,1	97,4
Infobox/Kasten	5	2,6	2,6	100,0
Total	189	100,0	100,0	

Tabelle c: Hauptthema des Artikels

Hauptthema des Artikels				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Fusionsinitiative als Hauptthema	149	78,8	78,8	78,8
Fusionsinitiative als Nebenthema	29	15,3	15,3	94,2
Valid Fusionsinitiative wird nur erwähnt	11	5,8	5,8	100,0
Total	189	100,0	100,0	

Tabelle d: Bewertungstendenz

			Bewertungstendenz * Medium Crosstabulation				Total
			Medium				
			TW	BZ	BaZ	VS	
Bewertungstendenz	sehr positiv	Count	4	5	11	3	23
		% within	19,0%	12,8%	19,6%	4,1%	12,2%
		Medium					
	positiv	Count	4	4	1	5	14
		% within	19,0%	10,3%	1,8%	6,8%	7,4%
		Medium					
	neutral/ambivalent	Count	7	11	15	22	55
		% within	33,3%	28,2%	26,8%	30,1%	29,1%
		Medium					
	Negativ	Count	4	4	6	5	19
		% within	19,0%	10,3%	10,7%	6,8%	10,1%
		Medium					
Sehr negativ	Count	2	15	23	38	78	
	% within	9,5%	38,5%	41,1%	52,1%	41,3%	
	Medium						
Total	Count	21	39	56	73	189	
	% within	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	Medium						

Tabelle e: Öffentlichkeitsarbeit in allen Zeitungen

Öffentlichkeitsarbeit Frequencies				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Öffentlichkeitsarbeit ^a	Medienmitteilung Befürworter	3	6,3%	7,0%
	Rede Befürworter	2	4,2%	4,7%
	PR-Event Befürworter	3	6,3%	7,0%
	Sonstige Öffentlichkeitsarbeit der Befürworter	1	2,1%	2,3%
	Medienmitteilung des Kontra-Komitees/Vereins "Mir Baselbieter"	3	6,3%	7,0%
	PR-Event Gegner	1	2,1%	2,3%
	PR-Song gegen Kantonsfusion	35	72,9%	81,4%
Total	48	100,0%	111,6%	

a. Group

Tabelle f: Öffentlichkeitsarbeit in der TaWo

§Öffentlichkeitsarbeit Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Medienmitteilung Befürworter	1	25,0%	25,0%
Öffentlichkeitsarbeit ^a Rede Befürworter	1	25,0%	25,0%
PR-Song gegen Kantonsfusion	2	50,0%	50,0%
Total	4	100,0%	100,0%

a. Group

Tabelle g: Öffentlichkeitsarbeit in der bz

§Öffentlichkeitsarbeit Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Sonstige Öffentlichkeitsarbeit der Befürworter	1	16,7%	16,7%
Öffentlichkeitsarbeit ^a PR-Song gegen Kantonsfusion	5	83,3%	83,3%
Total	6	100,0%	100,0%

a. Group

Tabelle h: Öffentlichkeitsarbeit in der BaZ

§Öffentlichkeitsarbeit Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Rede Befürworter	1	10,0%	10,0%
Öffentlichkeitsarbeit ^a Medienmitteilung des Kontra-Komitees/Vereins "Mir Baselbieter"	2	20,0%	20,0%
PR-Song gegen Kantonsfusion	7	70,0%	70,0%
Total	10	100,0%	100,0%

a. Group

Tabelle i: Öffentlichkeitsarbeit in der Volksstimme

§Öffentlichkeitsarbeit Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Rede Befürworter	1	10,0%	10,0%
Öffentlichkeitsarbeit ^a Medienmitteilung des Kontra-Komitees/Vereins "Mir Baselbieter"	2	20,0%	20,0%
PR-Song gegen Kantonsfusion	7	70,0%	70,0%
Total	10	100,0%	100,0%

a. Group

Tabelle j: Argumente in allen Zeitungen

\$Argumente Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gemeinsames überwiegt Trennendes	5	1,9%	5,2%
Fusion bietet Chancen und Möglichkeiten	3	1,1%	3,1%
Region wird durch Fusion gestärkt	3	1,1%	3,1%
Keine Fusion ist Rückschritt	1	0,4%	1,0%
Grosskanton zukunftsfähiger	3	1,1%	3,1%
BS und BL werden in CH bereits als ein Kanton wahrgenommen	1	0,4%	1,0%
Grosskanton keine Gefahr für Heimatgefühl, unterschiedliche Identitäten, Meinungen u.ä.	6	2,2%	6,2%
Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung	5	1,9%	5,2%
BL und BS gehören einfach zusammen	2	0,7%	2,1%
Argumente ad personam gegen Fusionsgegner	9	3,3%	9,3%
Sonstige ideelle Argumente der Befürworter	15	5,6%	15,5%
Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt	10	3,7%	10,3%
Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht	14	5,2%	14,4%
Fusion ist Rückschritt vor 1833	1	0,4%	1,0%
Ausgang der Initiative ungewiss, Initiative ungenau	2	0,7%	2,1%
Fusionsbestrebungen spalten BS und BL anstatt sie zusammenzuführen	2	0,7%	2,1%
V2: Argumente- Initiative ist voller Ideologie und Illusion statt voller Fakten	2	0,7%	2,1%
te ^a Fusionsinitiative untergräbt Modell CH (Föderalismus, Volkssouveränität, Demokratie, etc.)	2	0,7%	2,1%
Grosse Risiken der Fusion	2	0,7%	2,1%
Oberbaselbiet und Laufental würden nach Fusion zu benachteiligten Minderheiten	2	0,7%	2,1%
BL/BS würde übervorteilt bei Fusion	3	1,1%	3,1%
BL/BS soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben	14	5,2%	14,4%
Kulturverständnis BS und BL zu unterschiedlich	2	0,7%	2,1%
Argumente ad personam gegen Fusionsbefürworter	2	0,7%	2,1%
Sonstige ideelle Argumente der Fusionsgegner	12	4,5%	12,4%
Kantonsfusion ohne kurzfristige finanzielle Effekte	1	0,4%	1,0%
Kosten einer Fusion für beide Kantone tief	1	0,4%	1,0%
Grosskanton ist zahlungs- und investitionsfähiger	3	1,1%	3,1%
Grosskanton führt zu wirtschaftlichem Aufschwung	2	0,7%	2,1%
Grosskanton hätte mehr Ressourcen zur Verfügung	2	0,7%	2,1%
Sonstige finanzielle Argumente Befürworter	2	0,7%	2,1%
Hoher Ressourcenkonsum der Fusion	14	5,2%	14,4%
BS muss Finanzprobleme BL lösen	3	1,1%	3,1%
Steuern würden für Bewohner BL steigen	1	0,4%	1,0%

259	2	0,7%	2,1%
Sonstige finanzielle Argumente Gegner	3	1,1%	3,1%
BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden	9	3,3%	9,3%
Kantonsfusionsinitiative nicht verfassungswidrig, da Initiative demokratisches Mittel zur Verfassungsänderung	1	0,4%	1,0%
Einfluss in Bundesbern würde durch Grosskanton grösser	3	1,1%	3,1%
Staatsverträge stossen an ihre Grenzen	3	1,1%	3,1%
Paritätische Zusammensetzung des Verfassungsrats symbolisiert zwei gleichberechtigte Halbkantone	2	0,7%	2,1%
Politische Entscheidungen sollen mit Blick auf ganze Region gefällt werden	1	0,4%	1,0%
Verfassungsrat nicht undemokratisch, da er sich als Gesetzgeber auf unumgängliche Gesetze beschränkt	2	0,7%	2,1%
Grosskanton gleich mehr Gemeindeautonomie	2	0,7%	2,1%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative	11	4,1%	11,3%
Staatsverträge zwischen BS und BL undemokratisch	1	0,4%	1,0%
Sonstige strukturelle Argumente Befürworter	8	3,0%	8,2%
Kantonsfusion gegen BL Verfassung	3	1,1%	3,1%
Fusionsprozess dauert zu lange	3	1,1%	3,1%
Verwaltung würde grösser, ineffizienter, teurer	2	0,7%	2,1%
Strukturelle Grundlagen in beiden Kantonen zu unterschiedlich	1	0,4%	1,0%
Eigenständige Gemeinden würden politisch von Stadt abhängig	2	0,7%	2,1%
Verfassungsrat ist ein undemokratischer Gesetzgeber	6	2,2%	6,2%
Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden	15	5,6%	15,5%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht	9	3,3%	9,3%
Kooperation statt Fusion	15	5,6%	15,5%
Mehr Zentralisierung ist schlecht	3	1,1%	3,1%
Sonstige strukturelle Argumente Gegner	10	3,7%	10,3%
Total	269	100,0%	277,3%

a. Group

Tabelle k: Themen in der TaWo

\$Themen Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Kantonsfusion im Allgemeinen	6	8,5%	31,6%
Der Verfassungsrat	5	7,0%	26,3%
Rechtsgültigkeit der Initiative	7	9,9%	36,8%
Zusammenarbeit BL und BS	2	2,8%	10,5%
Kommende Volksabstimmung	6	8,5%	31,6%
Geschichte BL und BS	2	2,8%	10,5%
Fusionssimulation/-studie	2	2,8%	10,5%
Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühl o.ä.	3	4,2%	15,8%
Grenzen, Gebiet	2	2,8%	10,5%
Folgen einer Fusion	5	7,0%	26,3%
Verhältnis Gemeinden/fusionierter Kanton	1	1,4%	5,3%
Finanzausgleich	1	1,4%	5,3%
V1: Themen ^a Sonstige Sachthemen der Fusionsinitiative	1	1,4%	5,3%
Lancierung Fusionsinitiativen	1	1,4%	5,3%
Einreichung Fusionsinitiativen	3	4,2%	15,8%
Regierungsentscheid BL	1	1,4%	5,3%
Regierungsentscheid BS	2	2,8%	10,5%
Präsentierung Vorlage Regierung BL	2	2,8%	10,5%
Präsentierung Vorlage Regierung BS	2	2,8%	10,5%
Landratsentscheid BL	10	14,1%	52,6%
Grossratsentscheid BS	3	4,2%	15,8%
Medienmitteilung Befürworter	1	1,4%	5,3%
Rede Befürworter	1	1,4%	5,3%
PR-Song gegen Kantonsfusion	2	2,8%	10,5%
Total	71	100,0%	373,7%

a. Group

Tabelle I: Themen in der bz

\$Themen Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Kantonsfusion im Allgemeinen	16	18,8%	47,1%
Der Verfassungsrat	4	4,7%	11,8%
Rechtsgültigkeit der Initiative	4	4,7%	11,8%
Zusammenarbeit BL und BS	6	7,1%	17,6%
Kommende Volksabstimmung	9	10,6%	26,5%
Geschichte BL und BS	3	3,5%	8,8%
Fusionssimulation/-studie	2	2,4%	5,9%
Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühl o.ä.	11	12,9%	32,4%
Folgen einer Fusion	6	7,1%	17,6%
Verhältnis Gemeinden/fusionierter Kanton	1	1,2%	2,9%
Finanzausgleich	1	1,2%	2,9%
Sonstige Sachthemen der Fusionsinitiative	1	1,2%	2,9%
V1: Themen ^a			
Lancierung Fusionsinitiativen	1	1,2%	2,9%
Einreichung Fusionsinitiativen	1	1,2%	2,9%
Gründung Konra-Komitee	1	1,2%	2,9%
Regierungsentscheid BL	1	1,2%	2,9%
Regierungsentscheid BS	1	1,2%	2,9%
Präsentierung Vorlage Regierung BL	2	2,4%	5,9%
Präsentierung Vorlage Regierung BS	2	2,4%	5,9%
Landratsentscheid BL	2	2,4%	5,9%
Grossratsentscheid BS	2	2,4%	5,9%
JSK-Entscheid BL	2	2,4%	5,9%
Sonstige Öffentlichkeitsarbeit der Befürworter	1	1,2%	2,9%
PR-Song gegen Kantonsfusion	5	5,9%	14,7%
Total	85	100,0%	250,0%

a. Group

Tabelle m: Themen in der BaZ

\$Themen Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Kantonsfusion im Allgemeinen	30	25,2%	58,8%
Der Verfassungsrat	6	5,0%	11,8%
Rechtsgültigkeit der Initiative	9	7,6%	17,6%
Zusammenarbeit BL und BS	7	5,9%	13,7%
Gegenvorschlag	1	0,8%	2,0%
Kommende Volksabstimmung	11	9,2%	21,6%
Geschichte BL und BS	2	1,7%	3,9%
Fusionssimulation/-studie	2	1,7%	3,9%
Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühl o.ä.	6	5,0%	11,8%
Grenzen, Gebiet	5	4,2%	9,8%
Folgen einer Fusion	8	6,7%	15,7%
Verhältnis Gemeinden/fusionierter Kanton	3	2,5%	5,9%
Regio-Kooperationsinitiative	1	0,8%	2,0%
Sonstige Sachthemen der Fusionsinitiative	2	1,7%	3,9%
Lancierung Fusionsinitiativen	1	0,8%	2,0%
Einreichung Fusionsinitiativen	1	0,8%	2,0%
Gründung Konra-Komitee	1	0,8%	2,0%
Einreichung Regio-Kooperationsinitiative	1	0,8%	2,0%
Regierungsentscheid BL	3	2,5%	5,9%
Regierungsentscheid BS	1	0,8%	2,0%
Landratsentscheid BL	5	4,2%	9,8%
JSK-Entscheid BL	2	1,7%	3,9%
Sonstige Ereignisse	1	0,8%	2,0%
Rede Befürworter	1	0,8%	2,0%
Medienmitteilung des Kontra-Komitees/Vereins "Mir Baselbieter"	2	1,7%	3,9%
PR-Song gegen Kantonsfusion	7	5,9%	13,7%
Total	119	100,0%	233,3%

a. Group

Tabelle n: Themen in der Volksstimme

\$Themen Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Kantonsfusion im Allgemeinen	40	25,0%	60,6%
Der Verfassungsrat	8	5,0%	12,1%
Rechtsgültigkeit der Initiative	17	10,6%	25,8%
Zusammenarbeit BL und BS	4	2,5%	6,1%
Kommende Volksabstimmung	16	10,0%	24,2%
Geschichte BL und BS	3	1,9%	4,5%
Fusionssimulation/-studie	5	3,1%	7,6%
Kantonspatriotismus, kulturelle Unterschiede, Heimatgefühl o.ä.	7	4,4%	10,6%
Grenzen, Gebiet	2	1,3%	3,0%
Folgen einer Fusion	1	0,6%	1,5%
Lancierung Fusionsinitiativen	2	1,3%	3,0%
V1: Themen ^a Einreichung Fusionsinitiativen	3	1,9%	4,5%
Gründung Konra-Komitee	1	0,6%	1,5%
Regierungsentscheid BL	9	5,6%	13,6%
Regierungsentscheid BS	1	0,6%	1,5%
Landratsentscheid BL	9	5,6%	13,6%
Grossratsentscheid BS	2	1,3%	3,0%
JSK-Entscheid BL	2	1,3%	3,0%
Medienmitteilung Befürworter	2	1,3%	3,0%
PR-Event Befürworter	3	1,9%	4,5%
Medienmitteilung des Kontra-Komitees/Vereins "Mir Baselbieter"	1	0,6%	1,5%
PR-Event Gegner	1	0,6%	1,5%
PR-Song gegen Kantonsfusion	21	13,1%	31,8%
Total	160	100,0%	242,4%

a. Group

Tabelle o: Argumente in der TaWo

\$Argumente Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gemeinsames überwiegt Trennendes	2	5,0%	15,4%
Grosskanton zukunftsfähiger	1	2,5%	7,7%
Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung	2	5,0%	15,4%
BL und BS gehören einfach zusammen	1	2,5%	7,7%
Argumente ad personam gegen Fusionsgegner	2	5,0%	15,4%
Sonstige ideelle Argumente der Befürworter	1	2,5%	7,7%
Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt	1	2,5%	7,7%
Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht	1	2,5%	7,7%
Fusionsbestrebungen spalten BS und BL anstatt sie zusammenzuführen	1	2,5%	7,7%
Kulturverständnis BS und BL zu unterschiedlich	1	2,5%	7,7%
Grosskanton ist zahlungs- und investitionsfähiger	1	2,5%	7,7%
Hoher Ressourcenkonsum der Fusion	3	7,5%	23,1%
BS muss Finanzprobleme BL lösen	2	5,0%	15,4%
V2: Argumen- te ^a Steuern würden für Bewohner BL steigen	1	2,5%	7,7%
BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden	1	2,5%	7,7%
Paritätische Zusammensetzung des Verfassungsrats symbolisiert zwei gleichberechtigte Halbkantone	1	2,5%	7,7%
Verfassungsrat nicht undemokratisch, da er sich als Gesetzgeber auf unumgängliche Gesetze beschränkt	1	2,5%	7,7%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative	3	7,5%	23,1%
Staatsverträge zwischen BS und BL undemokratisch	1	2,5%	7,7%
Sonstige strukturelle Argumente Befürworter	3	7,5%	23,1%
Verfassungsrat ist ein undemokratischer Gesetzgeber	2	5,0%	15,4%
Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden	4	10,0%	30,8%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht	1	2,5%	7,7%
Kooperation statt Fusion	1	2,5%	7,7%
Sonstige strukturelle Argumente Gegner	2	5,0%	15,4%
Total	40	100,0%	307,7%

a. Group

Tabelle p: Argumente in der bz

\$Argumente Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gemeinsames überwiegt Trennendes	1	1,3%	4,2%
Fusion bietet Chancen und Möglichkeiten	1	1,3%	4,2%
Region wird durch Fusion gestärkt	1	1,3%	4,2%
Grosskanton zukunftsfähiger	1	1,3%	4,2%
Grosskanton keine Gefahr für Heimatgefühl, unterschiedliche Identitäten, Meinungen u.ä.	3	4,0%	12,5%
Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung	1	1,3%	4,2%
BL und BS gehören einfach zusammen	1	1,3%	4,2%
Argumente ad personam gegen Fusionsgegner	3	4,0%	12,5%
Sonstige ideelle Argumente der Befürworter	4	5,3%	16,7%
Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt	2	2,7%	8,3%
Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht	9	12,0%	37,5%
Fusion ist Rückschritt vor 1833	1	1,3%	4,2%
Fusionsbestrebungen spalten BS und BL anstatt sie zusammenzuführen	1	1,3%	4,2%
Initiative ist voller Ideologie und Illusion statt voller Fakten	1	1,3%	4,2%
Grosse Risiken der Fusion	2	2,7%	8,3%
BL/BS soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben	4	5,3%	16,7%
V2: Argumente ^a Argumente ad personam gegen Fusionsbefürworter	1	1,3%	4,2%
Sonstige ideelle Argumente der Fusionsgegner	3	4,0%	12,5%
Kantonsfusion ohne kurzfristige finanzielle Effekte	1	1,3%	4,2%
Kosten einer Fusion für beide Kantone tief	1	1,3%	4,2%
Grosskanton führt zu wirtschaftlichem Aufschwung	1	1,3%	4,2%
Grosskanton hätte mehr Ressourcen zur Verfügung	1	1,3%	4,2%
Sonstige finanzielle Argumente Befürworter	1	1,3%	4,2%
Hoher Ressourcenkonsum der Fusion	1	1,3%	4,2%
BS muss Finanzprobleme BL lösen	1	1,3%	4,2%
259	2	2,7%	8,3%
BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden	2	2,7%	8,3%
Kantonsfusionsinitiative nicht verfassungswidrig, da Initiative demokratisches Mittel zur Verfassungsänderung	1	1,3%	4,2%
Einfluss in Bundesbern würde durch Grosskanton grösser	2	2,7%	8,3%
Staatsverträge stossen an ihre Grenzen	3	4,0%	12,5%
Politische Entscheidungen sollen mit Blick auf ganze Region gefällt werden	1	1,3%	4,2%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative	1	1,3%	4,2%

Sonstige strukturelle Argumente Befürworter	2	2,7%	8,3%
Kantonsfusion gegen BL Verfassung	1	1,3%	4,2%
Fusionsprozess dauert zu lange	1	1,3%	4,2%
Verwaltung würde grösser, ineffizienter, teurer	1	1,3%	4,2%
Strukturelle Grundlagen in beiden Kantonen zu unterschiedlich	1	1,3%	4,2%
Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden	2	2,7%	8,3%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht	2	2,7%	8,3%
Kooperation statt Fusion	5	6,7%	20,8%
Mehr Zentralisierung ist schlecht	1	1,3%	4,2%
Total	75	100,0%	312,5%

a. Group

Tabelle q: Argumente in der BaZ

\$Argumente Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gemeinsames überwiegt Trennendes	1	1,1%	3,3%
Fusion bietet Chancen und Möglichkeiten	2	2,1%	6,7%
Region wird durch Fusion gestärkt	2	2,1%	6,7%
Keine Fusion ist Rückschritt	1	1,1%	3,3%
Grosskanton zukunftsfähiger	1	1,1%	3,3%
BS und BL werden in CH bereits als ein Kanton wahrgenommen	1	1,1%	3,3%
Grosskanton keine Gefahr für Heimatgefühl, unterschiedliche Identitäten, Meinungen u.ä.	2	2,1%	6,7%
Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung	1	1,1%	3,3%
Argumente ad personam gegen Fusionsgegner	3	3,2%	10,0%
Sonstige ideelle Argumente der Befürworter	3	3,2%	10,0%
Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt	3	3,2%	10,0%
Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht	2	2,1%	6,7%
Ausgang der Initiative ungewiss, Initiative ungenau	2	2,1%	6,7%
Initiative ist voller Ideologie und Illusion statt voller Fakten	1	1,1%	3,3%
Fusionsinitiative untergräbt Modell CH (Föderalismus, Volkssouveränität, Demokratie, etc.)	2	2,1%	6,7%
Oberbaselbiet und Laufental würden nach Fusion zu benachteiligten Minderheiten	2	2,1%	6,7%
V2: Argumen- BL/BS würde übervorteilt bei Fusion	3	3,2%	10,0%
te ^a BL/BS soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben	5	5,3%	16,7%
Sonstige ideelle Argumente der Fusionsgegner	6	6,3%	20,0%
Grosskanton ist zahlungs- und investitionsfähiger	1	1,1%	3,3%
Grosskanton führt zu wirtschaftlichem Aufschwung	1	1,1%	3,3%
Hoher Ressourcenkonsum der Fusion	7	7,4%	23,3%
Sonstige finanzielle Argumente Gegner	2	2,1%	6,7%
BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden	4	4,2%	13,3%
Einfluss in Bundesbern würde durch Grosskanton grösser	1	1,1%	3,3%
Verfassungsrat nicht undemokratisch, da er sich als Gesetzgeber auf unumgängliche Gesetze beschränkt	1	1,1%	3,3%
Grosskanton gleich mehr Gemeindeautonomie	2	2,1%	6,7%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative	4	4,2%	13,3%
Sonstige strukturelle Argumente Befürworter	2	2,1%	6,7%
Kantonsfusion gegen BL Verfassung	2	2,1%	6,7%
Fusionsprozess dauert zu lange	2	2,1%	6,7%
Eigenständige Gemeinden würden politisch von Stadt abhängig	2	2,1%	6,7%

Verfassungsrat ist ein undemokratischer Gesetzgeber	2	2,1%	6,7%
Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden	5	5,3%	16,7%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht	2	2,1%	6,7%
Kooperation statt Fusion	4	4,2%	13,3%
Mehr Zentralisierung ist schlecht	2	2,1%	6,7%
Sonstige strukturelle Argumente Gegner	6	6,3%	20,0%
Total	95	100,0%	316,7%

a. Group

Tabelle r: Argumente in der Volksstimme

\$Argumente Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gemeinsames überwiegt Trennendes	1	1,7%	3,3%
Grosskanton keine Gefahr für Heimatgefühl, unterschiedliche Identitäten, Meinungen u.ä.	1	1,7%	3,3%
Heutige Generation hat Recht auf Fusionsabstimmung	1	1,7%	3,3%
Argumente ad personam gegen Fusionsgegner	1	1,7%	3,3%
Sonstige ideelle Argumente der Befürworter	7	11,9%	23,3%
Baselbieter Bevölkerung will nicht zu Basel-Stadt	4	6,8%	13,3%
Grosskanton wird unterschiedlichen Identitäten, Interessen, Meinungen nicht gerecht	2	3,4%	6,7%
BL/BS soll eigenständig, frei, selbstständig bleiben	5	8,5%	16,7%
Kulturverständnis BS und BL zu unterschiedlich	1	1,7%	3,3%
Argumente ad personam gegen Fusionsbefürworter	1	1,7%	3,3%
Sonstige ideelle Argumente der Fusionsgegner	3	5,1%	10,0%
Grosskanton ist zahlungs- und investitionsfähiger	1	1,7%	3,3%
Grosskanton hätte mehr Ressourcen zur Verfügung	1	1,7%	3,3%
V2: Argumen- te ^a Sonstige finanzielle Argumente Befürworter	1	1,7%	3,3%
Hoher Ressourcenkonsum der Fusion	3	5,1%	10,0%
Sonstige finanzielle Argumente Gegner	1	1,7%	3,3%
BS und BL bereits einheitlicher Lebensraum, politische Strukturen müssen dem angepasst werden	2	3,4%	6,7%
Paritätische Zusammensetzung des Verfassungsrats symbolisiert zwei gleichberechtigte Halbkantone	1	1,7%	3,3%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative	3	5,1%	10,0%
Sonstige strukturelle Argumente Befürworter	1	1,7%	3,3%
Verwaltung würde grösser, ineffizienter, teurer	1	1,7%	3,3%
Verfassungsrat ist ein undemokratischer Gesetzgeber	2	3,4%	6,7%
Anzahl Verfassungsräte müssen nach Bevölkerungszahl zusammengesetzt werden	4	6,8%	13,3%
Rechtsgutachten legitimiert Fusionsinitiative nicht	4	6,8%	13,3%
Kooperation statt Fusion	5	8,5%	16,7%
Sonstige strukturelle Argumente Gegner	2	3,4%	6,7%
Total	59	100,0%	196,7%

a. Group

Tabelle s: Akteure in der TaWo

\$Akteure Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gegner als abstrakte Einheit	4	7,1%	21,1%
Oskar Kämpfer	1	1,8%	5,3%
Florian Schneider	1	1,8%	5,3%
BL Regierung	6	10,7%	31,6%
SVP BL	3	5,4%	15,8%
FDP BL	2	3,6%	10,5%
Fusionskritische Leser, Passanten, Laien, o.ä.	1	1,8%	5,3%
Befürworter als abstrakte Einheit	1	1,8%	5,3%
Guy Morin	2	3,6%	10,5%
Isaac Reber	3	5,4%	15,8%
V3: Akteure ^a Kathrin Amacker	2	3,6%	10,5%
Regierung BS	3	5,4%	15,8%
EVP BL	2	3,6%	10,5%
SP BL	1	1,8%	5,3%
Komite "ein Basel"	1	1,8%	5,3%
Medienschaffender als neutraler Berichterstatter	1	1,8%	5,3%
JSK Landrat BL	2	3,6%	10,5%
Experten	2	3,6%	10,5%
Souverän	7	12,5%	36,8%
Landrat BL	9	16,1%	47,4%
Grosser Rat BS	2	3,6%	10,5%
Total	56	100,0%	294,7%

a. Group

Tabelle t: Akteure in der bz

\$Akteure Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gegner als abstrakte Einheit	5	8,6%	21,7%
Medienschaffender, der sich als Gegner positioniert	1	1,7%	4,3%
Oskar Kämpfer	2	3,4%	8,7%
Florian Schneider	3	5,2%	13,0%
BL Regierung	4	6,9%	17,4%
FDP BL	1	1,7%	4,3%
Komitee "Pro Baselbiet"	6	10,3%	26,1%
Fusionskritische Leser, Passanten, Laien, o.ä.	2	3,4%	8,7%
Sabine Pegoraro	1	1,7%	4,3%
Befürworter als abstrakte Einheit	1	1,7%	4,3%
Isaac Reber	2	3,4%	8,7%
Elisabeth Schneider-Schneiter	1	1,7%	4,3%
Regierung BS	3	5,2%	13,0%
SP BL	1	1,7%	4,3%
Komitee "ein Basel"	12	20,7%	52,2%
Sonstige Akteure Befürworter	1	1,7%	4,3%
Medienschaffender als neutraler Berichterstatter	1	1,7%	4,3%
JSK Landrat BL	2	3,4%	8,7%
Experten	1	1,7%	4,3%
Souverän	2	3,4%	8,7%
Landrat BL	4	6,9%	17,4%
Grosser Rat BS	2	3,4%	8,7%
Total	58	100,0%	252,2%

a. Group

Tabelle u: Akteure in der BaZ

§Akteure Frequencies			
	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gegner als abstrakte Einheit	10	8,0%	22,2%
Medienschaffender, der sich als Gegner positioniert	1	0,8%	2,2%
Oskar Kämpfer	9	7,2%	20,0%
Thomas Weber	2	1,6%	4,4%
Florian Schneider	4	3,2%	8,9%
BL Regierung	11	8,8%	24,4%
SVP BL	3	2,4%	6,7%
FDP BL	4	3,2%	8,9%
Komitee "Pro Baselbiet"	1	0,8%	2,2%
Fusionskritische Leser, Passanten, Laien, o.ä.	1	0,8%	2,2%
Pia Frankhauser	3	2,4%	6,7%
323	1	0,8%	2,2%
Sabine Pegoraro	2	1,6%	4,4%
Anton Lauber	1	0,8%	2,2%
Sonstige Akteure Gegner	2	1,6%	4,4%
Befürworter als abstrakte Einheit	4	3,2%	8,9%
Guy Morin	2	1,6%	4,4%
Isaac Reber	4	3,2%	8,9%
Elisabeth Schneider-Schneiter	3	2,4%	6,7%
Regierung BS	8	6,4%	17,8%
EVP BL	1	0,8%	2,2%
SP BL	4	3,2%	8,9%
Komitee "ein Basel"	4	3,2%	8,9%
Urs Wüthrich	2	1,6%	4,4%
CVP BL	3	2,4%	6,7%
Grüne BL	1	0,8%	2,2%
Verein für eine "starke Region"	1	0,8%	2,2%
Grüne BS	4	3,2%	8,9%
Medienschaffender als neutraler Berichterstatter	1	0,8%	2,2%
JSK Landrat BL	3	2,4%	6,7%
Experten	3	2,4%	6,7%
Souverän	7	5,6%	15,6%
Landrat BL	7	5,6%	15,6%
Sonstige neutrale/ambivalente Akteure	8	6,4%	17,8%

V3: Akteure^a

Total	125	100,0%	277,8%
-------	-----	--------	--------

a. Group

Tabelle v: Akteure in der Volksstimme

\$Akteure Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gegner als abstrakte Einheit	8	4,8%	13,6%
Medienschaffender, der sich als Gegner positioniert	2	1,2%	3,4%
Oskar Kämpfer	1	0,6%	1,7%
Thomas Weber	2	1,2%	3,4%
Simon Schweizer	3	1,8%	5,1%
Florian Schneider	18	10,9%	30,5%
BL Regierung	16	9,7%	27,1%
SVP BL	5	3,0%	8,5%
FDP BL	3	1,8%	5,1%
Komitee "Pro Baselbiet"	6	3,6%	10,2%
Verein "Mir Baselbieter"	8	4,8%	13,6%
Fusionskritische Leser, Passanten, Laien, o.ä.	3	1,8%	5,1%
Pia Frankhauser	1	0,6%	1,7%
335	1	0,6%	1,7%
Sonstige Akteure Gegner	3	1,8%	5,1%
Befürworter als abstrakte Einheit	8	4,8%	13,6%
V3: Akteure ^a Medienschaffender, der sich als Befürworter positioniert	1	0,6%	1,7%
Guy Morin	1	0,6%	1,7%
Isaac Reber	4	2,4%	6,8%
Elisabeth Schneider-Schneiter	6	3,6%	10,2%
Regierung BS	3	1,8%	5,1%
EVP BL	1	0,6%	1,7%
SP BL	4	2,4%	6,8%
Komitee "ein Basel"	3	1,8%	5,1%
Fusionsbefürwortende Leser, Passanten, Laien, o.ä.	3	1,8%	5,1%
Urs Wüthrich	2	1,2%	3,4%
CVP BL	4	2,4%	6,8%
Grüne BL	1	0,6%	1,7%
Sonstige Akteure Befürworter	4	2,4%	6,8%
Medienschaffender als neutraler Berichterstatter	2	1,2%	3,4%
JSK Landrat BL	4	2,4%	6,8%
Experten	2	1,2%	3,4%

Souverän	11	6,7%	18,6%
Landrat BL	17	10,3%	28,8%
Grosser Rat BS	4	2,4%	6,8%
Total	165	100,0%	279,7%

a. Group