

# DIE MÄNNER DOMINIEREN



Wie haben  
deutschsprachige  
**Online-Medien**  
über **Armin Laschet**,

**Markus Söder, Olaf Scholz** und **Annalena Baerbock** berichtet? Für das *prmagazin* hat *pressrelations* die **Nachrichtenlage** zu den Bewerbern um die **Kanzlerkandidatur** im Vorfeld ihrer Nominierung analysiert. Dabei zeigen sich große Unterschiede.

**A**m 26. September wird der 20. Deutsche Bundestag gewählt. Bis geklärt war, wer als Kanzlerkandidat in den Wahlkampf zieht, gab es vor allem bei der CDU/CSU ein medienwirksames Gerede um die qualifizierteste Person. Selten hat eine Partei so öffentlich um den Anwärter für das Spitzenmandat gerungen.

Anders die SPD, die schon im August 2020 die Kandidatur von Olaf Scholz bekannt gegeben hat. Und auch im Gegensatz zu den Grünen, die in diesem Jahr zum ersten Mal überhaupt jemanden ins Rennen um die Kanzlerschaft schicken.

Für das *prmagazin* hat *pressrelations* die Berichterstattung in deutschsprachigen Online-Medien im Vorfeld der Nominierungen untersucht und die Nachrichtenlage zu den vier am häufigsten genannten Bewerbern um die Kanzlerkandidatur analysiert.

In den insgesamt 149.329 ausgewerteten Beiträgen, die zwischen dem 1. März und dem 30. April 2021 veröffentlicht wurden, dominieren die CDU/CSU-Anwärter Armin Laschet (Nennungen in 72.187 Artikeln) und Markus Söder (69.391 Beiträge). Dahinter folgen Olaf Scholz (29.244) und Annalena Baerbock (27.161).

Differenzen gibt es nicht nur bei der quantitativen Aufmerksamkeit für die einzelnen Kandidaten\*innen, sondern vor allem in deren medialer Inszenierung.

## „... Frauen kommen vor“

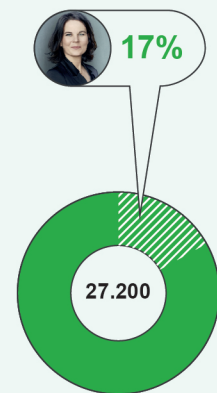
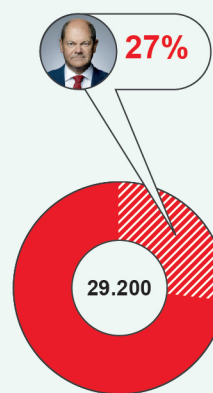
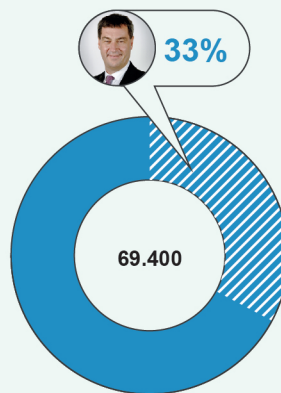
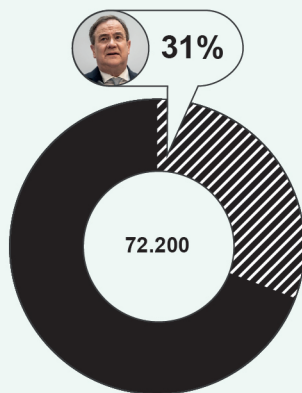
Die Analyse ging unter anderem der Frage nach, ► inwieweit die Kandidat\*innen in den untersuchten Beiträgen aktiv zu Wort kommen und mit direkten Zitaten aufgegriffen werden und ► inwiefern über sie berichtet wird, ohne dass sie mit direkten Aussagen präsent sind, was als passive Berichterstattung gewertet wurde. >

**Die einzige Frau unter den Bewerbern für die Kanzlerkandidatur wird am seltensten wörtlich zitiert. Dabei interessieren sich die Internetnutzer für Annalena Baerbock am meisten. Als relevantester Themenkomplex kristallisiert sich bei allen Bewerbern Umweltschutz/Nachhaltigkeit heraus.**

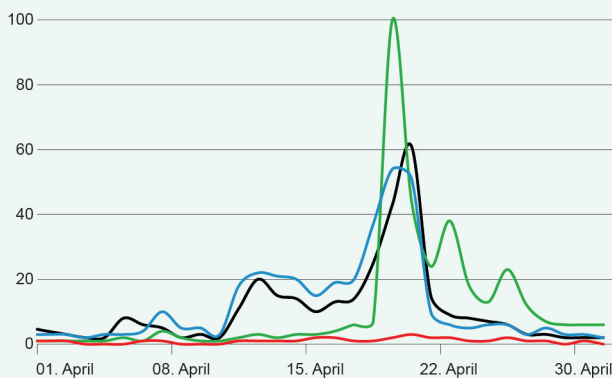
## BUNDESTAGSWAHL 2021: ANNALENA BAERBOCK KOMMT MIT 17% AKTIVEM ANTEIL AM WENIGSTEN ZU WORT

 aktiver Anteil  
 Gesamtbeitragsaufkommen

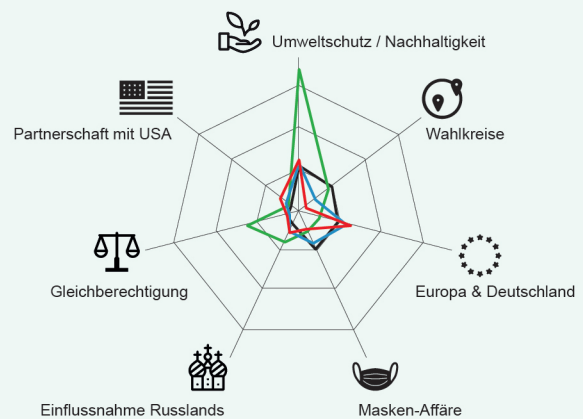
 ARMIN LASCHET  
  MARKUS SÖDER  
  OLAF SCHOLZ  
  ANNALENA BAERBOCK



### ANNALENA BAERBOCK IM FOKUS: MIT IHRER KANDIDATUR STEIGT AUCH DAS INTERESSE (SUCHINTERESSE, GOOGLE TRENDS)



### MIT DIESEN THEMEN PROFILIEREN SICH DIE BEWERBER\*INNEN FÜR DIE KANZLERKANDIDATUR



Als Basis der vorliegenden Analyse dienen Bundestagswahl-bezogene Abfragen zu den Bewerber\*innen für die Kanzlerkandidatur in deutschsprachigen Onlinemedien (Zeitraum: 01.03. bis 30.04.2021). Darüber hinaus wurden für den gleichen Zeitraum Suchabfragen zu den einzelnen Bewerber\*innen über Google Trends (Region: Deutschland) ausgewertet. Hierbei geben die Werte das relative Suchinteresse für die ausgewählte Region im festgelegten Zeitraum an. Der Wert 100 steht dabei für die höchste Beliebtheit eines Suchbegriffs. | \*Artikel zur Coronakrise wurden hier nicht berücksichtigt





Die Analyse zeigt, dass hier eklatante Unterschiede bestehen. So werden Laschet, Scholz und Söder wesentlich häufiger mit direkten Aussagen zitiert als Baerbock: Während Laschet in 30,78 Prozent der Beiträge, in denen er erwähnt wird, mit direkter Rede vorkommt, sind es bei Baerbock nur 17,04 Prozent. Auch Söder (32,7 Prozent) und Scholz (27 Prozent) kommen erheblich häufiger aktiv zu Wort als ihre weibliche Konkurrentin.

## Quantitative Unterrepräsentanz und stereotype Darstellung als Befunde ziehen sich durch sämtliche Analysen.

Politikwissenschaftlerin  
**Dorothee Beck**  
in ihrer Analyse  
„**Politikerinnen**  
und ihr Griff zur  
Macht“.

Diese Art der Inszenierung von Frauen, die einen Anspruch auf politische Spitzenpositionen erheben, steht in medial verankerter Tradition. Das zeigt unter anderem ein Blick in Dorothee Becks 2016 erschienene Dissertation mit dem Titel „Politikerinnen und ihr Griff zur Macht“. Mit Bezug auf Forschungsarbeiten, die bereits in den 1970er Jahren erstellt wurden, schreibt sie: „Männer handeln – Frauen kommen vor.“

Als Ergebnis ihrer eigenen Untersuchungen resümiert Beck: „Quantitative Unterrepräsentanz und stereotype Darstellung als Befunde ziehen sich durch sämtliche Analysen.“ Eine Bilanz, die auch für die Wahlkampfberichterstattung 2021 gilt, wie die pressrelations-Auswertung belegt. Zudem bedienen die Kandidaten selbst mitunter stereotype Paradigmen. „Sie redet, ich handle“, zitiert beispielsweise die Süddeutsche Zeitung (25. April) CDU/CSU-Kandidat Laschet in einem Interview.

### Baerbock bei Google Trends vorn

Dass die Berichterstattung mit Fokus auf die männlichen Herausforderer sich nicht zwangsläufig mit dem Interesse der Leser\*innen deckt, zeigt eine Auswertung der Suchanfragen auf Google Trends für denselben Untersuchungszeitraum. Seit die Grünen am 19. April Baerbock offiziell als Kanzlerkandidatin der Grünen vorgestellt haben, ist das

Suchinteresse an ihrer Person laut Google Trends in die Höhe geschossen und liegt seitdem kontinuierlich über der Zahl der Anfragen zu Laschet, Söder und Scholz. Vor der jeweiligen Bekanntgabe war die Zahl der Anfragen zu allen Anwärtern auf nahezu gleichbleibendem Niveau. Die einzige Ausnahme bildet Söder, nach dem vereinzelt bereits vor dem 19. April häufiger gesucht wurde.

### Themen der Berichterstattung

Ein weiterer Unterschied in der Berichterstattung ist der Kontext, in dem die Bewerber vorrangig aktiv zu Wort kommen. Als relevantester Themenkomplex im untersuchten Zeitraum kristallisiert sich bei allen vier „Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ heraus. Bei Baerbock, die sich als Grüne fast zwangsläufig mit Umweltthemen profiliert, entfällt sogar mehr als die Hälfte der aktiven Beiträge (51,5 Prozent) darauf. Auch bei Olaf Scholz (18,9 Prozent), Markus Söder (18 Prozent) und Armin Laschet (16,8 Prozent) sind Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte stark präsent.

Weitere Top-Themen sind „Europa und Deutschland“ sowie „Gleichberechtigung“. Vor allem bei den drei Kandidaten der traditionellen Parteien nimmt ein größerer Artikelanteil Bezug auf Deutschland und die EU, während dieser Aspekt bei Baerbock eher ein Randthema ist.

Bei der Grünen-Kandidatin steht dagegen die Gleichberechtigung deutlich stärker im Vordergrund. 18,75 Prozent der Artikel, in denen sie aktiv zu Wort kommt beziehungsweise zitiert wird, weisen einen Bezug zu diesem Thema auf. Bei Scholz sind es lediglich 4,2 Prozent, bei Laschet 4 Prozent, und bei Söder zahlen nur 3,1 Prozent der aktiven Beiträge auf diesen Aspekt ein.

Ein Grund für diese Differenz dürfte darin liegen, dass Baerbock sehr viel häufiger als ihre männlichen Rivalen danach gefragt wird, wie sie ihre Kandidatur in Einklang mit ihren familiären Aufgaben bringen kann oder was das Amt als Bundeskanzlerin für ihre Familie bedeuten würde.

Allerdings gelingt es ihr zugleich gerade dank dieser Fragen – die den männlichen Bewerbern, wenn überhaupt, in wesentlich geringerem Umfang gestellt werden –, sich thematisch von Scholz, Laschet und Söder abzusetzen. Während die von den dreien bespielten Themenfelder sich sehr ähneln, setzt Baerbock hier einen Akzent, der nicht zuletzt durch die Coronapandemie neue Aktualität gewonnen hat. ◀