universität wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Performing Sarkozy – Eine Analyse des französischen Präsidentschaftswahlkampfs 2007“

Verfasserin

Julia Jankovic

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Februar 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A300
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Politikwissenschaft
Betreuer:	Univ.-Prof. Dr. Herbert Gottweis

INHALTSVERZEICHNIS

Danksagung……..…7

Eidesstattliche Erklärung…….……...8

I. Einleitung

1.1. Begründung und Motivation für das Thema……..10

1.2. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen……...12

1.3. Methode und Aufbau der Arbeit……..13

II. Theoretischer Teil – Political Performance

2.1. Politik als Theater……..……14

2.2. Yasmina Reza „Frühmorgens, abends oder nachts“……...17

2.3. Performance Theorie……19

III. Rahmenbedingungen in Frankreich

3.1. Der französische Präsident

3.1.1. Bedeutung und Einfluss……20

3.1.2. Machtkritik……...22

3.1.3. Präsident, Premierminister und Regierung……23

3.1.4. Präsident und Parlament……24

3.2. Französisches Parteien- und Wahlsystem

3.2.1. Das französische Parteiensystem……..……25

3.2.2. Rechte und linke Großparteien……26

3.2.3. Rolle und Funktion der Parteien……..…30

3.2.4. Die Aufstellung der Kandidaten……...32

3.2.5. Die Wahl des Präsidenten……..…….33

IV. Wahlkampf

4.1. Veränderung der Politikvermittlung im Wahlkampf…….……35

4.2. Bedeutung von Bildern in der Politikvermittlung…….……35

4.3. Bedeutung von Sprache in der Politikvermittlung…….……...37

4.4. Wahlkampfdefinition……..…38

4.5. „Amerikanisierung“ von Wahlkämpfen…….…….40

4.6. Personalisierung im Wahlkampf…….……43

4.7. Präsidentschaftswahlkampf auf Französisch……...…45

V. Französische Präsidentschaftswahl 2007

5.1. Die Kandidaten

5.1.2. Nicolas Sarkozy……..……...48

5.1.3. Ségolène Royal……..48

5.1.4. François Bayrou…….……50

5.1.5. Jean-Marie Le Pen…….51

5.1.6. Weitere Kandidaten……...53

5.2. Die Themen des Präsidentschaftswahlkampfs

5.2.1. Europa ……......57

5.2.2. Außenpolitik…….....58

5.2.3. Innere Sicherheit ...……60

5.2.4. Integration und Immigration ……..……61

5.2.5. Wirtschafts- und Sozialpolitik……..…....62

5.2.6. Umweltpolitik……...64

5.2.7. Institutionelle Reformen……66

5.2.8. Nationale Identität……...…67

5.3. Erster Wahlgang……69

5.4. Stichwahl……71

5.6. Die Medien im Wahlkampf……..73

VI. Performing Sarkozy

6.1. Die Person Nicolas Sarkozy

6.1.1. Ausbildung und erste Schritte in die Politik……75

6.1.2. Politischer Aufstieg und die Beziehung zu Jaques Chirac……..…77

6.2. Die Kampagne Sarkozy

6.2.1. Rivalität mit de Villepin und die Folgen des CPE……81

6.2.2. Auftakt zum Vorwahlkampf……..…83

6.2.3. Sarkozys Kampagne: „Ensemble tout devient possible“.....84

6.2.4. Sarkozys Buchpublikationen……85

6.2.5. Der Showman Sarkozy im TV Duell……...88

6.2.6. Sarkozy in den Printmedien, auf Plakaten und im Direct Mail …….91

6.2.7. Wahlkampfevents der UMP……..…92

6.2.8. Sarkozys Online – Auftritt……93

VII. Zusammenfassung

7.1. Überprüfung der Hypothesen……..…96

7.2.Resümee.....99

VIII. Literatur- und Quellenverzeichnis

8.1. Literatur……..…101

8.2. Artikel……103

8.3. Sonstige Quellen……108

8.4. Abbildungen……110

8.5. Abkürzungsverzeichnis……..…111

Lebenslauf……..…112

Abstract……113

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1.: Kandidaten und Stimmenanteil…….……55

Abb. 2.: Junge Sarkozy Fans feiern den Sieg ……...…72

Abb.3.: Das TV-Duell…….……90

Abb. 4.: Postwurfsendung Sarkozy……..…91

Abb. 5: Wahlkampfevent Sarkozy……..……92

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Danksagung

Ich möchte mich bedanken

bei Herrn Univ.-Prof. Dr. Herbert Gottweis und seinem Studienassistenten Paul Just für die Betreuung meiner Arbeit und die Inspiration zu dem interessanten Thema,

und bei meinem Papa.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende schriftliche Arbeit selbstständig verfertigt habe und dass die verwendete Literatur bzw. die verwendeten Quellen von mir korrekt und in nachprüfbarer Weise zitiert worden sind. Mir ist bewusst, dass ich bei einem Verstoß gegen diese Regeln mit Konsequenzen zu rechnen habe.

Wien, im Februar 2009 Julia Jankovic

„ (…) wie es einem ehrgeizigen, selbstverliebten und hochbegabten politischen Schauspieler gelang, die Mehrheit seiner Landsleute für sich einzunehmen und den Wahlsieg und die Macht in der Republik zu erlangen.“ (Die Welt)

I. Einleitung

1.1. Begründung und Motivation für das Thema

Ich bin der Meinung, dass man über einen längeren Zeitraum in einem Land leben muss, um tatsächlich Eindruck und ein gutes Verständnis für die politische Kultur eines Landes zu erhalten.

Auf Grund meines Auslandsjahres in Frankreich während meiner Schulzeit, bestand für mich schon vor meiner Studienzeit eine enge Verbindung zu dem Land, als auch ein erhöhtes Interesse für die Geschichte und das aktuelle innenpolitische Geschehen.

Mein Interesse für Wahlkampf bestand seit jeher, hat sich jedoch noch deutlich verstärkt durch das Miterleben der Midterm Elections 2006 in den Vereinigten Staaten von Amerika während meines Auslandssemesters an der University of Illinois in Urbana – Champaign im Rahmen meines Politikwissenschaftsstudiums.

Die Verwendung von Sprache und Bildern spielen in der Politik eine signifikante Rolle. Am deutlichsten kommt dies bei Wahlkämpfen zum Ausdruck. Oft ist es nicht der Inhalt und die Themen, welche entscheidend über Sieg und Niederlage sind, sondern wie diese medial übermittelt werden. Amerika nimmt in diesem Bereich eine Vorreiterrolle ein, Sprache und Bilder werden so bewusst eingesetzt wie nirgendwo sonst.

Die oben erwähnten Auslandserfahrungen, haben es mir ermöglicht, diese zwei Länder zu vergleich und mein persönlicher Eindruck, dass sich in Europa die Art und Weise wie Politik vermittelt wird zunehmend an die Art der Vereinigten Staaten von Amerika annähernd, hat sich weiterhin verstärkt.

Ich bin der Ansicht, dass wir und zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht nur in einer Phase der ökonomischen Globalisierung befinden, sondern, sehr wohl auch auf der kulturellen und gesellschaftlichen Ebene, ist eine immer weiter voranschreitende Vereinheitlichung festzustellen.

In meiner Diplomarbeit möchte ich mich ausführlich mit einem Beispiel des europäischen Wahlkampfes beschäftigen, um meinen Annahmen auf den Grund zu gehen, dass Wahlkämpfe in Europa sich dem amerikanischen Vorbild anpassen und zur One - Man - Show avancieren. Die Arbeit baut auf meine Forschungspraktikumsarbeit Sprache und Bilder in den Wahlkämpfen: USA vs. Frankreich“ aus dem Sommersemester 2007 auf, in der ich mich bereits in Ansätzen mit diesem Thema beschäftigt habe.

Oft wird auch von der Personalisierung europäischer Wahlkämpfe gesprochen. Da beim letzten französischen Präsidentschaftswahlkampf viel darauf hin gedeutet hat, bieten sich eine Analyse des Wahlkampfs 2007 an.

Es war zwar alles andere als eine Überraschung, als am 14. 01. 2007 Nicolas Sarkozy zum Präsidentschaftskandidaten der bürgerlichen Rechten gekürt wurde, einzigartig war jedoch die mediale Inszenierung im Präsidentenpalast. Porte de Versailles. Mit einer Teilnahme von fast 80.000 Anhängern, die Sarkozy ausgelassen feierten, fand die größte und beeindruckende UMP-Versammlung der letzten Jahre statt. Bei diesen Bildern denkt man schnell an die als Mega-Shows inszenierten Konvents der Demokraten und Republikaner, bei denen sie ihre Präsidentschaftskandidaten für die nächsten Wahlen vorstellen.

Obwohl Frankreich wohl wie kein anderes westliches Land darauf Wert legt, sich von der Amerikanischen Gesellschaft und politischen Kultur abzugrenzen, gibt es meinem Empfinden nach sehr wohl einige Parallelen, die vielleicht am deutlichsten an der Person und der Performance von Sarkozy erkennbar sind.

1.2. Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen

Die Fragestellungen, die sich für mich daher ergeben sind:

- Warum war der französische Präsidentschaftswahlkampf 2007 gekennzeichnet durch eine beinahe vollkommene Abwesenheit von inhaltlichen Diskussionen und warum gab es keine bestimmenden Themen die den gesamten Wahlkampf durchzogen?

- Wie lässt es sich erklären, dass ein starker Fokus auf Nationale Identität gelegt wurde?

- Was war der bestimmende und ausschlaggebende Aspekt in Nicolas Sarkozys Kampagne?

- Kann man am französischen Beispiel tatsächlich von einer Amerikanisierung der Wahlkampfpraxis sprechen und lässt dich diese an der Performance von Sarkozy im Wahlkampf festmachen?

Meine Hypothesen lauten daher:

- In Wahlkämpfen spielen nicht die Inhalte selbst, sondern sie Art und Weise wie sie der Wählerschaft übermittelt werden, die entscheidende Rolle. Political Performance.

- Mit Sarkozys überzeugender Performance während des Wahlkampfes, ist es ihm als einzigem Kandidaten gelungen „trust“ und Emotionalität bei den

Wählern zu erzeugen. Mit diesem Vorteil konnte er die Wahl letztendlich für sich entscheiden.

- Dadurch, dass in Sarkozys Kampagne die Schwerpunktsetzung in Richtung Nationale Identität ging, konnte er mehr „credibility“ und eine bessere Verbindung zur Wählerschaft herstellen.

1.3. Methode und Aufbau der Arbeit

Unter Berücksichtigung der These von Thomas Meyer, der Politik als reines Theater einschätzt, und Performance theoretischer Ansätze wird in dieser Arbeit der französische Präsidentschaftswahlkampf aufgearbeitet. Es handelt sich dabei um eine deskriptive Methode mit Hilfe von Sekundärliteratur und Material der Kampagne Sarkozy. Da Wahlkampf primär über Medien passiert, stellen Berichterstattung in den Medien sowie Analysen zum Wahlkampf einen Großteil meiner Quellen da. Dabei war es mir wichtig ein differenziertes Bild auf den Wahlkampf zu werfen und hab versucht sowohl deutsche, französische und englische Medien zu berücksichtigen.

Diese Arbeit ist in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert. Während im theoretischen Teil eine Annäherung an das Thema mit den Theorien von Thomas Meyer, einen der bekanntesten Kritiker des Einflusses der modernen Medien auf Stil und Inhalte des heutigen Politikgeschehens, geschieht und auf den Performance theoretischen Ansatz von Maarten Hajer zurückgegriffen wird, werden im empirischen Teil dieser Arbeit die Themen sowie die Kandidaten des Wahlkampfes 2007 vorgestellt. Folgend wird die Kampagne von Nicolas Sarkozy detailliert aufgearbeitet und analysiert, mit welchen Akzenten Glaubhaftigkeit und Vertrauen bei der Wählerschaft hergestellt werden konnte.

II. Theoretischer Teil – Political Performance

2.1 Politik als Theater

Die von Thomas Meyer eingeführte Theorie von der Gleichstellung von Politik und Theater eignet sich sehr gut für diese Analyse. Sie soll als Ausgangspunkt bzw. als Metatheorie dienen. In seinen Ausführungen setzt er das Politikgeschehen mit einer Theateraufführung gleich. Er stellt die These auf, dass Politik immer inszeniert ist und durch das so genannte „verschwiegene Als – ob" gekennzeichnet ist.

Die Betonung liegt hierbei darauf, dass ein Inhalt „verschwiegen" wird. Zu dem Zeitpunkt wenn das Publikum merkt das es sich tatsächlich nur um eine Als – ob Inszenierung handelt, spricht Meyer von schlechtem Theater.

„*Theater nämlich, das in selbstverliebten Fingerübungen mit virtuosen Inszenierungsmitteln spielt und dabei die Welt aus dem Auge verliert, die es spiegeln wollte; Theater, in denen viele aus Leibeskräften inszenieren, aber kein Stück mehr erkennbar ist, das gegeben wird, Theater zudem, das sich als Wirklichkeit präsentiert, eben Theater in der Rolle von Politik, Als – ob Politik*."[1]

Des Weiteren, spricht Meyer von den Rollen die die Schauspieler auf der Bühne einnehmen. Im Zusammenhang mit Wahlkämpfen ist besonders die Rolle des Politikers als Held zu erwähnen. Genau dieses Bild lässt sich in den Wahlkämpfen sehr oft beobachten, worauf später noch genauer eingegangen wird.

[1] Vgl. MEYER/ KAMPMANN: „Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst." 1998, Seite 10

„Das Theater der Politik kennt, wie jedes Theater, nicht nur Helden und Schurken, deren Liaison mit der Gunst des Publikums und damit immer zugleich der politischen Macht vor allem Anfang an klar geregelt ist, sondern ein breites Repertoire verschiedenster Heldenrollen, je nachdem, welches Stück in den Konjunkturen des politischen Lebens gefragt ist oder vielmehr welches Stück die Impresarios und Lieblingsdarsteller in der Gunst des Publikums verankern können.“[2]

Mayer führt des Weiteren aus, dass Film und Fernsehen die Kultur re- visualisiert haben. Man kann sagen, dass die visuelle Kommunikation die Dominante ist, und dass Fernsehen zur wichtigsten „Bühne“ geworden ist. Die Politik muss sich dieser Entwicklung anpassen und sich dieser Bühne bedienen. Gleichzeitig ist es notwendig sich an die Spielregeln anzupassen um das Publikum tatsächlich zu erreichen. Darunter versteht man die Simplifizierung und die Ästhetisierung von Inhalten, was wiederum bei Wahlkämpfen mehr als deutlich zum Ausdruck kommt. Wir gehen davon aus, dass nicht nur die Inhalte die entscheidenden Faktoren sind, sondern wie diese auf der Bühne präsentiert werden. Das Argument, sprich das Wort verliert an Bedeutung. Somit kommt die Komplexität der Politik kaum zum Ausdruck.

Meyer argumentiert, dass für die Darstellung auf der Medienbühne eine Vorab-Inszenierung voraussetzt und unausweichlich ist. Er stellt sechs Inszenierungsregeln für Politik auf:

1. Selektion
2. Präsentation
3. Verkörperungsfähigkeit (d.h. es muss sich etwas bewegen)
4. Kürze und hohe Frequenz
5. Beherrschung des Bildwechsels
6. Nachhaltige Präsenz der AkteurInnen

[2] ebenda, Seite 16 - 17

Meyer sagt, dass „*die Logik des Politischen in der Politik wird in all ihren Dimensionen überlagert und durch neue, Medien- und inszenierungsbezogene Faktoren ergänzt und verformt, aber nicht annulliert.“*[3]

In anderen Worten, der Inhalt bleibt zwar in seinen Grundzügen erhalten, jedoch alles was nicht präsentabel ist geht verloren. Durch die Erwähnten Regeln der Inszenierung werden die politischen Inhalte maßgeblich bestimmt. So gehen teilweise wichtige Themen während eines Wahlkampfes verloren, weil sich schlicht weg nicht präsentabel sind und nicht den Anforderungen der Medienbühne entsprechen können. Es hängt jedoch nicht nur von den Inhalten per se ab, sondern von den Fähigkeiten der Wahlkämpfenden Person und ihren „Hintermännern“. Zugleich gibt es hinter den Kulissen noch eine politische Kultur und politische Institutionen, die die Bedingungen stellen. Letztendlich tragen jedoch die PolitikerInnen die Verantwortung für das politische Geschehen.

„*Die Logik der Politik und die mediale Inszenierung stehen in einem immerwährenden Spannungsverhältnis zueinander*“[4]: Eine Synthese zwischen Politik und Theater (Inszenierungslogik der Massenmedien) ist jedoch unvermittelbar.

„*Unter den mannigfachen Formen der Synthese der Logik des Theaters und der Logik der Politik in den Medien lassen sich neun Modelle ausmachen*“[5]:

- Personifikation
- Mythischer Heldenkonflikt
- Drama
- Archetypische Erzählung

---

[3] Vgl. MEYER/ KAMPMANN: „Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst.“ 1998. Seite 66

[4] Vgl. MEYER/ KAMPMANN: „Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst.“ 1998. Seite 67

[5] Vgl. ebenda, Seite 68

- Wortgefecht
- Sozialrollendrama
- Symbolhafte Tat
- Unterhaltungs- Artistik
- Sozialintegratives Nachrichtenritual

Diese Voraussetzungen stellen die Politiker vor große Anforderungen, besonders in Wahlkampfzeiten. „Um in der Mediengesellschaft Routine und Erfolg zu erlangen, müssen Spitzenpolitiker genau wie professionelle Bühnendarsteller die eigene Art, Botschaften zu verkörpern sowie sprachliche, stimmliche und visuelle Zeichen zu vermitteln, ständig reflektieren und sich an erfolgreichen Charismatikern schulen.“ [6]

2.2. Yasmina Reza „Frühmorgens, abends oder nachts“

Jedoch besteht diese Annahme nicht nur unter Wissenschaftlern, dass sich Politik zu einer Politikshow und einen quasi Theaterstück verwandelt, sondern der Eindruck wurde auch bei der gegenüberliegenden Seite hervorgerufen.

Yazima Reza, eine Tony Award Gewinnerin und somit eine der meist gefeierten und meist gespielten Autorinnen des Gegenwarttheaters in Frankreichs und darüber hinaus, sieht in Nicolas Sarkozy einen Schauspieler und ist ihm neun Monate auf seiner Wahlkampftour gefolgt. Jürg Altwegg von der Frankfurter Allgemeinen geht in seiner Buchbesprechung sogar soweit und bezeichnet Yasmina Reza als „Schriftstellerin mit hoch entwickelten Gespür für Inszenierungen“ und Nicolas Sarkozy als „den begabtesten politischen Selbstdarsteller seit Ronald Reagan“.[7] Das

---

[6] Vgl. ebenda, Seite 96

[7] Vgl. ALTWEGG: Tagebuch einer Jägerin“. 2007. Unter: http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E3D89BD4C275E4E60AC7191F171A1BBD5~ATpl~Ecommon~Scontent.html

Ergebnis dieser Zusammenarbeit, oder dem Gewähren lassen von Sarkozy ist das Buch „Frühmorgens, abends oder nachts“ (Originaltitel: “*L‘aube, le soir ou la nuit*“).

So wie der Titel bereits verrät, ist das Buch eine Beschreibung von Szenen während des Wahlkampfs zu jeder Tages- und Nachtzeit. Reza beschreibt Sarkozy als einen Mann mit launischem Temperament, der wie ein Soldat flucht und ein Workaholic ist. Zugleich aber auch als Familienmenschen und stolzen Vater, in dessen Leben seine Frau und sein zehn jähriger Sohn eine bedeutende Rolle spielen. Für sie ist Sarkozy ein begnadeter Schauspieler mit der Zwangsneurose sein eigenes Universum zu kontrollieren im Kampf gegen die Zeit.

So beschreibt die Autorin den Präsidentschaftskandidat während Aufnahmen für Werbespots wie folgt:

„ Er nimmt nacheinander mehrere Spots auf. Er spricht ohne Notizen, ohne zu proben, wirft kaum einen Blick auf das, was man für ihn vorformuliert hat und braucht jedes Mal nur eine Aufnahme. Die Begabung und Kompetenz kann man nur bewundern. Aber was mir heute Morgen gefällt, ist komischerweise seine Laune. Nicht dass er so talentiert, sondern dass er so störrisch ist, dass er sich den Sprachhülsen verweigert und ihn das allgemeine Wohlverhalten anwidert. Außerdem gefällt mir seine leise Stimme, beherrscht und umso genervter.“[8]

Sarkozy gibt selbst zu seinen eigenen Charakter kreiert zu haben und meint, dass man ihn erfinden müsse, würde es ihn nicht bereits geben.

Diese neue Art der Kombination von Literatur und Politik soll mit einfließen in diese Arbeit um den Charakter Sarkozy besser verstehen und analysieren zu können. Gleichzeitig soll die Nähe an das Wahlkampfgeschehen, welche die Autorin genossen hat, für die Aufarbeitung des Wahlkampfs genutzt werden.

---

[8] Vgl. REZA: „Frühmorgens, abends oder nachts“. 2008. Seite 130

2.3. Performance Theorie

Der Performancetheoretische Ansatz von Maarten Hajer setz dort an, wo die Theorie von Thomas Meyer endet. Er arbeitet mit einem Ansatz, den er „dramaturgical analysis“ bezeichnet und als eine Art Erweiterung der Diskursanalyse ansieht. Den Ursprung dieses Ansatzes findet sich in seinem Artikel „Setting the stage. A Dramaturgy of Policy Deliberation“. Auf seiner persönlichen Webseite führt er aus:

„*By analyzing political processes as a sequence of staged performances, we might be able to infer under what conditions a variety of people and voices emerge in the political discussions, how the variety of contributions can be related to one another in a meaningful way and under what conditions such statements can be made with influence on the actual decision making. Dramaturgical analysis draws out the way in which scenes are scripted and staged, as well as how the multifold players then subsequently act within and upon those scripts and stagings*”.

Performance wird von ihm folgendermaßen definiert: *“(..) define performance as the way in which the contextualized interaction itself produces social realities like understandings of the problem at hand, knowledge and new power-relations.”*

Laut Hajer sind sowohl “setting” als auch “stageing” relevante Faktoren für die Gestaltung des Policy Prozesses. *„The setting is the physical situation in which an interaction takes place, including the artifacts that are brought to the situation. Staging refers to the way in which actors deliberately organize an interaction, both drawing on existing symbols and inventing new ones. This includes the distinction between active players and (presumably passive) audiences*.”[9]

[9] Homepage Maarten Hajer
http://www.maartenhajer.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=19

In dieser Arbeit soll sowohl auf das „setting“ als auch auf das „stageing“, also den Rahmenbedingungen, der Wahlkampage von Sarkozy eingegangen werden und Vergleiche besonders zu Ségolène Royal gezogen werden.

III. Rahmenbedingungen in Frankreich

3.1. Der französische Präsident

Um die Signifikanz des französischen Präsidentschaftswahlen und des Wahlkampfs hervorzuheben, soll zuerst der Stellenwert des französischen Staatspräsidenten im politischen System beschrieben werden

3.1.1. Bedeutung und Einfluss

Es fällt auf, dass das französische Staatsoberhaupt besonders großen Einfluss besitzt im Vergleich zu anderen Staatspräsidenten parlamentarischer Systeme, die meist nur repräsentative Aufgaben ausüben. Zudem verfügt das französische Staatsoberhaupt weit reichende politische Vollmachten. So muss er keine Rechenschaft über das Budget ablegen und das Parlament kann ihn nur wegen Hochverrats und einem Verhalten, welches unvereinbar mit seiner Amtsausübung ist, abwählen.

Die starke Stellung des Präsidenten nimmt ihren Ursprung in der Verfassung der V. Republik von 1958. Artikel 5 besagt der Staatspräsident verkörpert die Autorität des Staates und hat für die Einhaltung der Verfassung Sorge zu tragen sowie den Fortbestand des Staates. Die gewichtige Rolle des Präsidenten muss im Zusammenhang mit der Geschichte der IV. Republik und der Person de Gaulle gesehen werden. Seiner Vorstellung nach sollte der Staatspräsident, aufgrund der anhaltenden Koalitionskrisen und Kabinettswechsel in der III. und IV. Republik, die

Zentralfigur im politischen System sein und unparteilich und interessensneutral als Garant für Stabilität dienen.[10]

Das Staatsoberhaupt verkörpert einen zentralen Machtfaktor im Staatssystem, da seine zentralen Aufgaben und Befugnisse besonders weit reichend sind. Er ist Oberbefehlshaber über die Streitkräfte und daher auch die alleinige Befehlsgewalt über den Einsatz von nuklearen Waffen. Er ernennt den Premierminister und führt den Vorsitz im Ministerrat. Des Weiteren besitzt er das Recht zur Auflösung der Nationalversammlung, nach Beratungen mit der Regierung und den Präsidenten der beiden Kammern. Zusätzlich unterschreibt und verkündet der Staatspräsident die Gesetze die im Ministerrat beschlossen wurden und er hat die Möglichkeit über bestimmte Gesetzesentwürfe Volksentscheide durchführen zu lassen. Er besitzt auch das Begnadigungsrecht. Die außergewöhnliche Stellung des Staatsoberhauptes zwingt ihn einerseits zur Überparteilichkeit als Repräsentant aller Franzosen, gleichzeitig gehört er aber immer auch einer bestimmten politischen Richtung an.

Während der Staatspräsident in Österreich hauptsächlich repräsentativen Aufgaben nach innen und außen nachgeht, wurde gezeigt, dass der persönliche Einflussbereich des französischen Präsidenten weitgehend vorhanden ist. Kempf sagt daher, dass „die Frage ob Frankreichs Verfassung als parlamentarisches Regierungssystem oder eher als semipräsidentielles zu charakterisieren ist, lässt (...) recht einfach beantworten: Da die Verantwortung der Regierung vor dem Parlament besteht, ist es dem ersten Typ zuzuordnen, allerdings mit den Merkmalen einer Präsidialhegemonie.“[11]

---

[10] Vgl. KEMPF: „Das Politische System Frankreichs“ in ISMAYR (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas“ 3. Auflage. 2003. Seite 303

[11] Vgl. KEMPF: „Das Politische System Frankreichs“ in ISMAYR (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas“ 3. Auflage. 2003. Seite 301 – 302

3.1.2. Machtkritik

Bei einer derart uneingeschränkten Macht, der Präsident ist juristisch und politisch unangreifbar, wird dies natürlich nicht kritiklos von der Gesellschaft hingenommen und ist immer wieder Gegenstand heftiger Diskussionen. So schreibt Benjamin Korn einen Monat vor den Wahlen 2007 in der ZEIT: „Schafft diese Amt ab! Das Ausmaß seiner Macht ist ein Skandal.“[12]

Aber nicht mal die Massenmedien schaffen es am Thron des Präsidenten zu wackeln. Le Monde berichtete 2004, dass sich in die Ausgaben des Élysées seit dem Amtsantritt Chiracs vervielfacht hatten. Der Präsident verwendete die zusätzlichen Mittel um ein Team, neben dem offiziellen Mitarbeiterstab, von Spezialisten für Militärpolitik, für Außenpolitik, für Europapolitik und Afrikapolitik, persönliche Referenten, Ghostwriter, Meisterköche, Gärtner, Kammerdiener, Gendarmen, Chauffeure, Berater in Sachen Kultur und in Sachen Öl, zusammenzustellen. Die über 700 Personen wurden aus dem Kulturbudget, aus dem der Wirtschaft und aus dem des Verteidigungsministeriums bezahlt.[13]

Da jedoch das undurchschaubare Budget weder vom Parlament noch vom Rechnungshof kontrolliert wird, haben diese Annahmen keine Folgen für das Staatsoberhaupt.

Das wohl bekannteste Beispiel für die juristische Immunität des Trägers des höchsten politischen Amtes in Frankreich sind Chiracs Tätigkeiten die auf seine Amtszeit als Bürgermeister von Paris zwischen 1977 und 1995 zurückgehen. Auch in diesem Fall „war eine Reihe von Personen als „*Chargés de mission*“ formell als seinem Mitarbeiterstab zugehörig entlohnt worden, hatte jedoch in Wirklichkeit ganz andere Aufgaben wahrgenommen.“[14] Folglich wurden Strafen gegen seine engsten

---

[12] Vgl. KORN: „Schafft dieses Amt ab!“ 2007. Unter: http://www.zeit.de/2007/15/Franzoesische-Praesidenten?page=1 Seite 1

[13] Vgl. ebenda. Seite 2

[14] Vgl. NZZ Online: „Jacques Chirac unter Anklage“ 2007.
Unter: http://www.nzz.ch/nachrichten/international/chirac_ermittlungen_verfahren_1.587713.html

Mitarbeiter aus dieser Zeit verhängt, gegen ihn selbst wurde jedoch erst im November 2007, nach dem Ende seiner Amtszeit, Anklage erhoben.

3.1.3. Präsident, Premierminister und Regierung

Es wäre falsch anzunehmen, dass der Premierminister Frankreichs mit keinerlei Rechten ausgestattet ist, wenn das politische System einen derart übermächtigen Präsident hervorbringt. Konzentriert man sich auf den Verfassungstext sieht man, dass der Premierminister und die Regierung über maßgebliche Kompetenzen verfügen

Zu den Aufgaben gehören die Leitung der Tätigkeiten der übrigen Kabinettsmitglieder, die Umsetzung der vom Staatspräsidenten beschlossenen Militär- und Verteidigungspolitik, und er gewährleistet die Ausführung der Gesetzte und übt die Verordnungsgewalt aus. Er ernennt hohe zivile und militärische Beamte und er hat die Möglichkeit das Parlament zu einer außerordentlichen Sitzung veranlassen.[15]

Somit existiert eine Doppelbesetzung an der Spitze der Executive, da der Premierminister Regierungschef ist, jedoch der Präsident Aufgaben eines Regierungschefs, wie etwa in der Außenpolitik und als Leiter des Ministerrats, übernimmt. Dies führt zu einem Konkurrenzkampf zwischen Präsident und Premierminister, bei dem der Präsident über die besseren Karten verfügt.

Wenn der Präsident eine politische Mehrheit im Parlament hat, bestimmt er de jure und auch de facto den Premierminister. Von den Zeiten als dies der Fall war, spricht Kempf vom Premierminister als den „ersten Mitarbeiter des Staatschefs“, wie einige Regierungschefs der Vergangenheit bestätigten. Sie stellten selbstverständlich ihr

[15] Vgl. KEMPF: „Das Politische System Frankreichs“ in ISMAYR (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas“ 3. Auflage. 2003. Seite 310

Amt zur Verfügung, sofern der Präsident es wünschte.[16] Verfügt de Präsident über keine parlamentarische Mehrheit spricht man von einer so genannten *Cohabitation,* dass heißt. der Premierminister hat eine andere Parteizugehörigkeit und wird vom Parlament bestimmt, und die Auffassung des Amtes ändert sich somit.

3.1.4. Präsident und Parlament

Auch hier besteht die allgemeine Annahme, dass es sich beim französischen Parlament vergleichsweise in Europa als auch weltweit, um ein besonders schwaches Parlament handelt. Das Parlament setzt sich aus der Nationalversammlung *(Assemblée Nationale*) mit 577 vom Volk gewählten Abgeordneten, und Senat mit 321 indirekt gewählten Senatoren, zusammen. Es besteht aus sechs ständigen Ausschüssen mit bis zu 145 Mitgliedern. Des Weiteren können Spezialausschüsse ernannt werden. Der Senat ist als die Vertretung der Gemeinden und Dépatements zu verstehen. Sowohl Nationalversammlung als auch Senat können Gesetzesvorschläge stellen und über Gesetzesformulierungen der Regierung beraten. Sollten sich die beiden Kammern nicht einig werden, wird die Nationalversammlung vom Premierminister über ihre Entscheidung befragt. Jedoch bei Verfassungsänderungen besitzt der Senat ein Vetorecht und kann sich gegenüber der Nationalversammlung durchsetzten.

Die Annahme es handle sich um ein einflussloses Parlament, beruht darauf, dass die Tagesordnung der Nationalversammlung von der Regierung festgelegt wird, die nicht im Plenum zur Abstimmung gestellt wird. Daher spricht Wolfram Vogel in seinem Artikel über die Charakteristika des politischen Systems Frankreichs vom „rationalisierten Parlamentarismus".[17] Vogel erklärt seine Bezeichnung damit, dass die Regierung verschiedene Teile eines Gesetzestextes einer einzigen Abstimmung

[16] Vgl. ebenda. Seite 309

[17] Vgl. VOGEL: „Charakteristika des politischen Systems". Informationen zur politischen Bildung – Frankreich (Heft 285) Verlag: Bundeszentrale für politische Bildung . Bonn. 2004 Seite 5

unterwerfen und damit Änderungsanträge des Parlamentes unberücksichtigt lassen kann; dieser Abstimmung darf sich das Parlament nicht verweigern.[18] Dem Premierminister ist auch möglich, eine Gesetzesbestimmung mit der Vertrauensfrage über die Regierung. Dadurch bringt er seine eigene Mehrheit auf richtigen Kurs um die Gesetzte realisieren zu können.

3.2 Französisches Parteien- und Wahlsystem

3.2.1. Das französische Parteiensystem

Da die Nominierung der Präsidentschaftskandidaten in direkter Verbindung mit den Parteien steht, wird zuerst ein Überblick über das französische Parteiensystem gegeben.

Auffallend ist die große Anzahl an politisch relevanten Parteien in Frankreich, im Vergleich zu anderen westlichen Demokratien, wo sich in den meisten Fällen ein Zwei- bis Dreiparteiensystem etabliert hat. Die französische Parteienlandschaft ist jedoch durch eine große Vielfalt und einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Die Neugründungen und Namensänderungen mögen verwirrend erscheinen, jedoch lassen sich Parteifamilien mit langer Tradition erkennen: die Sozialisten, Konservative, Liberale und Christdemokraten, als auch Zentristen und Grüne. Neben diesen sind auch Kommunisten, Trotzkisten sowie Rechtsradikale zu finden. Die linken Parteien wurden bereits in der III. Republik zu Beginn des 20. Jahrhunderts gegründet und können auf eine längere Parteiengeschichte zurückblicken als die rechten Parteien, welche sich erst nach dem 2. Weltkrieg formierten.[19]

Ein signifikantes Charakteristikum für das französische Parteiensystem ist die so genannte „Bipolarisation“. Darunter versteht man die Aufteilung in zwei annähernd

[18] Vgl. ebenda. Seite 7

[19] Vgl. PÜTZ: „Wahlen und Parteien“ in VOGEL: „Charakteristika des politischen Systems“ Informationen zur politischen Bildung – Frankreich (Heft 285) Verlag: Bundeszentrale für politische Bildung . Bonn. 2004

gleich starke Blöcke: „Auf Seiten der Linken sind dies die *Parti Socialiste* (PS), die *Parti Communiste Français* (PCF) und - seit 1997 – die Grünen, auf Seiten der Rechten das *gaullistische Rassemblement pour la Republique* (RPR), die „erneuerte“ *Union pour la Démocratie Française* (neue UDF) sowie die Liberalen.[20]

Die Trennlinie zwischen links und rechts wird in Frankreich als viel stärker empfunden, als in den meisten europäischen Ländern. Obwohl sich die Parteienlandschaft in den 1980ern und 1990en verändert hat: weitere Parteien kamen hinzu wie z.B. die *Front National* (FN) und kleine Parteien wurden gestärkt, blieb sich diese bipolare Blockbildung unverändert.

Es ist verständlich, dass die Direktwahl des Präsidenten (siehe Kapitel 3.2.5.) maßgeblich zur Bipolarisation beiträgt, da jede Partei bei de Stichwahl, sofern keiner der Kandidaten beim ersten Wahlgang die absolute Mehrheit erlangt sich für einen der Kandidaten entscheidet.

3.2.2. Rechte und linke Großparteien

Im folgenden Abschnitt werden jene Parteien vorgestellt, die in der Nationalversammlung, im Senat oder im Europäischen Parlament durch gewählte Volksvertreter präsent sind.

Zum rechten Block zählen:

- Die *Union pour un Mouvement Populaire* (UMP)
- Die *Union pour la Démocratie Française* (neue UDF)
- Die *Mouvement Pour la France* (MPF)
- Die *„Front National“* (FN)

[20] Vgl. KEMPF: „Das Politische System Frankreichs“ in ISMAYR (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas“ 3. Auflage. 2003. Seite 323

Zum linken Block zählen:

- Die *Parti Socialiste* (PS)
- Die *Parti Communiste Français* (PCF)
- Die *Parti Radical de Gauche* (PRG)
- Die *Verts* (Les Verts)

Die ***Union pour un Mouvement Populaire (UMP)*** ist ein Parteibündnis, welches aus der gaullistischen Partei *Rassemblement pour la République* (RPR) hervorgegangen ist und zu Recht als die Partei Jacques Chiracs bezeichnet wird. „Die RPR war bis Ende der 1970er Jahre die führende politische Kraft der V. Republik, mit der sie wegen ihres bedingungslosen Eintretens für die Politik *de Gaulles* und später für diejenige *Pompidous* besonders verbunden war."[21]
Um die Kandidatur Chiracs in der Stichwahl gegen den rechtsextremen Jean-Marie Le Pen zu unterstützen, wurde die UMP am 23. April 2002 gegründet, die Chirac mit einer Mehrheit von 82,2 Prozent für sich entscheiden konnte. Mit der Gründung ist auch der ursprüngliche Name zu verbunden: *Union pour la majorité présidentielle.* Um die populäre Abkürzung beibehalten zu können wurde eine Umbenennung in *Union pour un Mouvement Populaire* vorgenommen.

Die ***"Nouvelle" Union pour la Démocratie Française (neue UDF)*** wurde ursprünglich 1978 von Valéry Giscard d'Estaing gegründet um ein Gegengewicht zur gaullistischen Fraktion zu stellen. Sei 1998 ist François Bayrou Vorsitzender der Partei, dem es ein großes Anliegen war sich von der RPR abzugrenzen und mit der Gründung der „erneuerten" UDF eine vereinigte Partei der Mitte zu bilden. 2002 konnte jedoch die Gründung der UMP nicht verhindert werden, welche ihrerseits eine starke Vereinigung rechter Parteien darstellt. Obwohl sich ein signifikanter Anteil der UDF Abgeordneten der UMP angeschlossen hat, konnte die Fraktion in der Nationalversammlung erhalten bleiben. 2003 hat Kempf festgestellt: „das politische

[21] Vgl. KEMPF: „Das Politische System Frankreichs" in ISMAYR (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas" 3. Auflage. 2003. Seite 330

Überleben der Zentristen hängt davon ab, ob ihr parlamentarischer „Restbestand“ bereit ist, eine Fusion mit de UMP zu widerstehen.“[22] Fünf Jahre später zeigt sich die „erneuerte“ UDF als stabile Kraft im französischen Parteienspektrum, die 2007 mit François Bayrou einen ernst zu nehmenden Präsidentschaftskandidaten gestellt hat.

Die ***Mouvement Pour la France*** **(MPF)** wurde 1994 als Abspaltung der UDF gegründet, da diese den Vertrag von Maastricht unterstützte. Seither nimmt die rechtskonservative Partei unter dem Vorsitz von Philippe de Villiers eine kritische Haltung zu Europa ein. Besonders stark ist die Partei im Atlantikdépartmenr Vendée vertreten, auf nationaler Ebene ist sie jedoch bereit Allianzen mit der UMP einzugehen. Im rechten Spektrum wird das MPF zwischen UMP und *Front National* eingestuft.[23]

Die ***„Front National“ (FN)*** wurde 1972 von Jean-Marie Le Pen gegründet und ist eine rechtsextreme Partei. Das zentrale Anliegen der Partei ist die Besserstellung von „Inländern“ gegenüber Nicht-Franzosen und die Abschiebung von illegalen Einwanderern, besonders derer aus dem außereuropäischen Ausland. Nach einem Jahrzehnt der Etablierung, erreicht die Partei im Durchschnitt 5 bis 10 Prozent der Wählerstimmen auf nationaler Ebene. Auf Grund von Konflikten an der Führungsebene kam es 1999 zu einer Spaltung der Partei. Bruno Mègret, der für eine Zusammenarbeit mit bürgerlichen Parteien eintrat, gründete mit weiteren FN Abgeordneten das *Mouvement Naional Républican (MNR)*, welches jedoch nie tatsächliche Relevanz in der Parteienlandschaft erlangen konnte. Internationale Bekanntheit erlangte Le Pen durch das Erreichen der Stichwahlen bei den Präsidentschaftswahlen 2002. Ihm gelang es vor dem Kandidaten der

---

[22] Vgl. ebenda. Seite 331

[23] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Politische Parteien in Frankreich“ Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article1095

Sozialistischen Partei (PS) Lionel Jospin den zweiten Platz zu belegen, unterlag dann jedoch seinem Kontrahenten dem amtierenden Präsidenten Jacques Chirac klar, mit nur 17 Prozent gegenüber 83 Prozent. Shields, ein Experte der extremen Rechten in Frankreich stellte fest: „With the left still in disarray following the catastrophe of 2002, these elections appeared to offer the FN an unusually promising conjuncture."[24] Den Schwung aus diesen Wahlen konnte jedoch für zukünftige Wahlen nicht aufrecht gehalten werden.

Die ***Parti Socialiste*** **(PS)** ist die Erfolgsstory der V. Republik und ist heute eine der bedeutendsten Parteien Frankreichs. Ursprünglich aus der Sektion der Arbeiterorganisation (SFIO) zu Beginn des 20. Jahrhunderts gebildet, wurde die Sozialistische Partei 1971 von François Mitterand neu gegründet, welcher 1981 die Wahlen zum Staatspräsidenten für sich entscheiden konnte. Lionel Jospin wurde 1995 zum Parteivorsitzenden ernannt, unter ihm widerfuhren der Partei maßgeblich organisatorische und inhaltliche Veränderungen. Die Partei wurde von nun an demokratischer geführt und es gab eine Zuwendung zu sozialdemokratischen Positionen sowie eine eindeutige proeuropäische Positionierung. Die härteste Niederlage erlitt die Partei 2002, als ihr Kandidat Lionel Jospin bei den Präsidentschaftswahlen an dritter Stelle, hinter dem Kandidaten der *Front National* Jean-Marie Le Pen, lag. Seither versucht die Partei an die ehemaligen Erfolge von François Mitterand anzuknüpfen.

Die ***Parti Communiste Français (PCF)*** geht wie die *Parti Socialiste* aus der SFIO hervor und wurde 1920 in Tours gegründet. Die Partei war wiederholt an Regierungen beteiligt: nach der Wahl von François Mitterrand zum Staatspräsidenten im geschlossenen Bündnis mit der PS und außerdem von 1997 bis 2002. Obwohl man immer versuchte sich von den realsozialistischen Parteien Osteuropas abzugrenzen, begann jedoch mit den 1970er Jahren bereits der Abwärtstrend der Partei, der sich in den 1980ern und 1990ern kontinuierlich fortsetzte. Obwohl 2001 der eher unauffällige Robert Hue 2001 von Marie-George Buffet als Generalsekretär

[24] Vgl. SHIELDS: „The Extreme Right in France. From Pétain to Le Pen" 2007. Seite: 296

abgelöst wurde, konnte die PCF bei den Präsidentschaftswahlen 2002 nur noch 4,7 Prozent erreichen und wurde somit endgültig zur Randpartei. Dies ist mit dem Schrumpfen des klassischen Arbeitermilieus als auch mit dem Verlust der Wählerschaft an die Front Nationale, da diese sich als Vertreter des „kleinen Mannes“ etablierten, in Verbindung zu bringen.

Die ***Parti Radical de Gauche (PRG)*** ist 1972 als Abspaltung der *Parti républicain, radical et radical-socialiste* entstanden und ist trotz ihres Namens eine gemäßigte Partei, da es für die Ablehnung der Monarchie steht und im deutschen als liberal zu übersetzten ist. Seit 1996 schloss die Partei bei allen Wahlen ein Bündnis mit der Sozialistischen Partei und ist dadurch parlamentarisch vertreten. Ohne diese Allianz wäre dies für die Partei nicht möglich.

Die ***Verts (Les Verts)*** gehen aus dem 1984 vorgenommenen Zusammenschluss der *Parti Écologiste* und der *Confédération Écologiste* hervor. Allerdings sei erwähnt, dass Umweltbewegungen schon seit den 1970ern bestehen und sich am politischen Prozess in Frankreich beteiligten. Stark vertreten ist die Partei vor allem in den Großstädten. Anfang der 190er kam es erneut zur Zersplitterung, da es Meinungsverschiedenheiten über eine Koalition mit der PS gab. Die verbleibenden Verts entschieden sich für die Koalition und 1997 wurde Dominique Voynet zur Ministerin für Umwelt und Raumplanung in der Regierung Jospin, womit sich die Verts als beständige Kraft etablieren konnten.

3.2.3. Rolle und Funktion der Parteien

Die institutionellen Rahmenbedingungen der Parteien in Frankreich sind vergleichbar zu anderen europäischen Staaten. Wie auch in Österreich sind sie nach den Status von Verbänden organisiert und in der Verfassung verankert. Den verfassungsrechtlichen Status erlangten sie 1958. Der Artikel vier der Verfassung der fünften Republik besagt: „Die politischen Parteien und Vereinigungen wirken bei den

Wahlentscheidungen mit. Ihre Bildung und die Ausübung ihrer Tätigkeit sind frei. Sie haben die Grundsätze der nationalen Souveränität und der Demokratie zu achten.“[25]

In Frankreich herrscht traditionelle Skepsis gegenüber der Rolle der Parteien. Charles de Gaulles ging sogar so weit und sieht „die politischen Parteien als Grundübel und Hauptursache für den Untergang der III. und IV. Französischen Republik. Mit Etablierung der V. Republik sollen sie deshalb dauerhaft aus dem Prozess der politischen Entscheidungsfindung verdrängt werden. Doch entgegen der Intention ihrer Gründungsväter passen sich die Parteien den Vorgaben des neuen Regierungssystems an und erlangen infolgedessen zunehmende Bedeutung im Zusammenspiel der politischen Hauptakteure.“[26]

Daraus ergibt sich, dass sich die Parteien heute aktiv an der Gestaltung des politischen Lebens beteiligen. Ihre Hauptaufgabe besteht darin zwischen der Bevölkerung und der politischen Macht zu vermitteln. Sie nehmen die Bedürfnisse und die Stimmung des Volkes auf um in ihr politisches Programm zu integrieren. Sie haben eine Leitfunktion inne um ihr verkündetes politisches Programm umzusetzen. Eine essentielle Funktion nehmen die Parteien auch bei der Kandidatenaufstellung und er Auswahl de politischen Verantwortlichen.

Die Parteien nehmen auch auf die politische Entwicklung in Parlament und Regierung Einfluss. Dies geschieht indem die Regierung einerseits unterstützt wird von ihrer Partei im Parlament, und andererseits durch eine parlamentarische Kontrolle durch eine starke Opposition in der Nationalversammlung. Bei den Fraktionen in der Nationalversammlung herrscht größtenteils Abstimmungsdisziplin wie in den meisten anderen westlichen Demokratien.

---

[25] Vgl. AUTEXIER: „Die Verfassung der Französischen Republik vom 4. Oktober 1958“ Artikel 4. Unter: http://archiv.jura.uni-saarland.de/BIJUS/constitution58/

[26] Vgl. ALT: “Party government” oder “parti presidential”? Die Rolle der politischen Parteien im Regierungssystem der V. Französischen Republik“. 2007, Seite 49

In Frankreich gibt es erst seit dem Jahr 1988 eine staatliche Parteienfinanzierung. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es keine gesetzlichen Regelungen für Mitgliedsbeiträge und Spenden der Industrie, über die sich die Parteien bis dahin finanzierten.

Die Absichten der neuen Regelung waren mehr Transparenz bei den Parteifinanzen, ein Verbot von Spenden der Industrie und einen Rahmen für Wahlkampfausgaben zu schaffen.
Heute finanzieren sich die Parteien durch öffentliche Mittel oder durch Spenden von Einzelpersonen, für die eine Obergrenze existiert, und obwohl sie steuerlich absetzbar sind, selten erfolgen.

Die Höhe der staatlichen Subventionen wird von den beiden Parlamentspräsidenten vorgelegt, ohne der Existenz einer gesetzliche Obergrenze. Um in den vollen Genuss dieser Mittel zu kommen, muss eine Partei in mindestens 50 Wahlkreisen zur Wahl antreten. Eine zweite Berechnung erfolgt durch die Anzahl der Abgeordneten einer Partei, die jedoch nur erfolgt, wenn die erste Voraussetzung erfüllt wurde.
Seit dem Jahr 2000 gibt es eine interessante Regelung bei der Parteifinanzierung. Es erfolgt eine Reduzierung der Förderung, wenn die Partei die gesetzliche Gleichstellung zwischen Männern und Frauen nicht umsetzt.[27]

3.2.4. Die Aufstellung der Kandidaten zur Präsidentschaftswahl

Um sich als Präsidentschaftskandidat aufstellen zu lassen, müssen einige gesetzliche Voraussetzungen erfüllt sein. Das heißt der Kandidat muss ein Mindestalter von 23 Jahren haben und muss selbst wahlberechtigt sein. Des Weiteren benötigt man für eine gültige Kandidatur die Unterstützung durch Unterschrift von 500 Mitgliedern gewählter Körperschaften. Diese Unterstützer können politische Ämter in einen der beiden Parlamentskammern, dem Wirtschafts-

[27] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Parteienfinanzierung in Frankreich“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article1619

und Sozialrat, den Territorialräten der Überseegebiete und den Generalräten innehaben. Diese müssen aus mindestens 30 verschiedenen Départements oder Überseegebieten kommen. Die Namen der Unterstützer unterliegen keiner Geheimhaltung und werden vom Verfassungsrat veröffentlicht.[28]

„Obwohl der Entschluss, sich einer Kandidatur für das Amt des Präsidenten zu stellen, in Frankreich meist auf der persönlichen Entscheidung des jeweiligen Betroffenen beruht, hängt der tatsächliche Erfolg jedes Kandidaten doch weitgehend von der Unterstützung seiner Partei ab. Die Parteien gewährleisten die finanzielle Unterstützung sowie die Organisation des Wahlkampfs und sie verfügen über einen fixen Stamm an Sympathisanten.“ [29]

Um den parteiinternen Kampf um die Kandidatur zu gewinnen ist es für den Anwärter notwendig die eigene Partei fest im Griff zu haben. Sie benötigen ausreichend Rückhalt und Vertrauen bei einer Mehrheit der Parteifunktionäre. Es ist essentiell für eine Partei nach außen den Eindruck von innerer Geschlossenheit zu vermitteln und daher versucht man die Rivalitäten um die Kandidatur von den Medien möglichst fern zu halten, was natürlich nur selten gelingt.

3.2.5. Die Wahl des Präsidenten

„Die Besonderheit des französischen Wahlsystems liegt wohl darin, dass Frankreich als einzige westliche Industrienation dem Volk die Möglichkeit gibt, seinen obersten (tatsächlichen) politischen Führer direkt und persönlich zu wählen.“[30]

---

[28] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Wahlen und Wahlverfahren“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article2294#staatspraesident

[29] Vgl. EMERICH: “Der Französische Präsidentschaftswahlkampf von 1981 im Spiegel des „Nouvel Observateur“. 1990, Seite 159

[30] ebenda, Seite 146

Der französische Präsident wird seit dem Referendum vom September 200 für eine Amtszeit von nur fünf Jahren gewählt und entspricht somit der Länge des Mandats der Nationalversammlung. Davor betrug die Amtsperiode des Staatsoberhauptes sieben Jahre, seine Wiederwahl jedoch ist weiterhin beliebig oft möglich.

Der Staatspräsident wurde ursprünglich durch ein Wahlmännerkollegium gewählt, welches aus den Abgeordneten und Senatoren, den Generalräten, Bürgermeistern und Abgeordneten der Stadträte bestand. Seit der Verfassungsreform vom November 1962 wird der Präsident in allgemeiner und direkter Wahl gewählt, durch alle volljährigen französischen Bürger in zwei Wahlgängen durch Mehrheits- und Persönlichkeitswahl. Dadurch ist er unmittelbar legitimiert, was die bedeutende Rolle des Präsidenten in Frankreich erklärt.

Es gibt einen genauen aber flexiblen Zeitrahmen für das Abhalten der Präsidentschaftswahlen. Sie müssen mindestens 20 Tage und höchstens 35 Tage vor dem Ablauf der Amtszeit des scheidenden Staatspräsidenten stattfinden.

Die Wahl des Präsidenten erfolgt nach dem so genannten romanischen Mehrheitswahlrecht in zwei Wahlgängen.[31] Um gewählt zu werden, muss der Kandidat im ersten Wahlgang die absolute Mehrheit der abgegebenen Stimmen erreichen (also 50 Prozent plus eine Stimme). Wenn kein Kandidat im die absolute Mehrheit erreicht (was bei allen Präsidentschaftswahlen bisher der Fall war), kommt es im zweiten Wahlgang zu einer Stichwahl. Im zweiten Wahlgang dürfen nur die beiden Kandidaten antreten, welche im ersten Durchgang die meisten Stimmen erhalten haben. Der zweite Durchgang findet am zweiten Sonntag nach dem ersten Wahltag statt. Ein Kandidat gilt als gewählt, wenn er die Mehrheit der abgegeben Stimmen auf sich vereint hat.

[31] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Wahlen und Wahlverfahren“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article2294#staatspraesident

IV. Wahlkampf

Nach dem nun geklärt wurde, wie die Spielregeln der Präsidentschaftswahlen in Frankreich aussehen, wird nun das Phänomen Wahlkampf definiert. Davor wird auf die Veränderungen der Politikvermittlung eingegangen, die die für Natur von Wahlkämpfen ausschlaggebend sind. Die Relevanz von Bildern und Sprache wird dabei hervorgehoben.
Das Phänomen der „Amerikanisierung" von Wahlkämpfen wird besprochen und anschließend die Details der Präsidentschaftswahlkämpfe in Frankreich erörtert.

4.1. Veränderung der Politikvermittlung im Wahlkampf

Da die Wahlkampfforschung per se eine relativ junge ist, deutet dies darauf hin, dass die Wichtigkeit von Wahlkämpfen lange Zeit unterschätzt wurde. In den meisten westlichen Ländern, so auch in Frankeich ist ein Rückgang von Stammwählern zu beobachten, wodurch die Mobilisierung in Wahlkampfzeiten an Bedeutung gewonnen hat. „Die optimale Ausnutzung des Stimmenpotenzials erfordert somit zielgerichtete Kommunikationsstrategien, damit sowohl Nichtwähler, potenzielle Wechselwähler und die eigene Anhängerschaft von der Bedeutung des Urnengangs überzeugt werden."[32]
Besonders in Wahlkampfzeiten haben die Parteien als Übermittler von politischen Informationen an Bedeutung verloren. Politik wird zur Unterhaltung, zur Show und die Person wird zur Botschaft.

4.2. Bedeutung von Bildern in der Politikvermittlung

Wie bereits in dieser Arbeit erwähnt, spricht Thomas Meyer (2.1.Politik als Theater) von einer Visualisierung der Kultur wodurch der Informationsgehalt der Botschaft auf ein Minimum reduziert wird. Man ist auf der ständigen Suche nach Bildern mit

[32] Vgl. HETTERICH, 2000 in GRIESE: „Von der Notwendigkeit des Wahlkampfmanagements".2002, Seite 86

politischem Signalwert, nicht nur in Wahlkampfzeiten, jedoch dann mit noch größerer Anstrengung.
Die emotionalisierende Wirkung des Bildes wurde durch Massenmedien und Fernsehen besonders verstärkt. Das Bild ist zu einem entscheidenden Element in der Politikvermittlung geworden. Durch eine unterhaltsame und gleichzeitig anspruchslose Wahrnehmung des Auges lässt sich die Aufmerksamkeit am schnellsten für sich gewinnen. Das allgemein bekannte Sprichwort: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ unterstreicht den Stellenwert des Bildes als Hauptrolle in der Inszenierung politischer Wirklichkeit. Wir schenken Bildern oft mehr Vertrauen weil wir den Eindruck bekommen, uns selbst ein „Bild“ der Situation machen zu können. Durch die visuelle Kommunikation entsteht das Gefühl selbst am Geschehen teilzuhaben, da uns auch unserem Empfinden nach kein Kommentar oder Urteil über das politische Geschehen aufgezwungen wird.
Es ergeben sich dadurch Möglichkeiten für Politiker bewusst Bilder zu kreieren, die ihre Botschaften gezielt zum Ausdruck bringen. Gleichzeitig liegt dahinter jedoch die Gefahr, Bilder zu produzieren die eine falsche ungewollte Botschaft transportieren, die sich dann jedoch sehr schwer revidieren lassen.

Das jüngste Beispiel stammt vom scheidenden US Präsidenten George W. Bush, der in einem Interview kurz vor dem Ende seiner zweiten Amtszeit, Resümee zieht über seine Regierungszeit und auch Fehler eingesteht. Im Jahr 2003 hielt er eine Ansprache an Bord der USS Abragam Lincoln bei der er das Ende der schweren Kämpfe im Irak verkündete. Die Rede wurde von ihm vor einem großen Banner mit den Worten „Mission accomplished“ und in voller Flieger Montur gehalten. Die Bilder gingen um die Welt während im Irak die Unruhen weiter wüteten. Bush bekennt im Interview: „Für manche hat das bedeutet: „Tja, Bush glaubt, der Krieg ist vorbei“, obwohl ich das nicht geglaubt habe. Aber nichtsdestotrotz hat das eine falsche Botschaft transportiert.“[33]

[33] „Bushs Rückblick auf seine Amtszeit“
Unter: http://www.orf.at/081112-31652/index.html

4.3. Bedeutung von Sprache in der Politikvermittlung

Die Besetzung von politischen Begriffen ist zu einer ebenfalls bedeutungsvollen Politikvermittlungsaufgabe geworden. Auch hier kommt es zu einer Inhaltsreduzierung und Vereinfachung. So gennannte „Sager“ und Wahlkampfslogans bleiben dem Wähler leichter im Gedächtnis als komplexe Erklärungsversuche. Durch das Fernsehen wird diese Tendenz weiterhin verstärkt uns es scheint so, dass erfolgreiche Politiker durch ihre Fähigkeit zur einfachen Rhetorik, gekennzeichnet sind.
Der schnelle soziale Wandel in unserer modernen Gesellschaft, lässt den wenigen ausreichend Zeit um sich mit der Komplexität politischer Themen zu beschäftigen. Daher gilt in Wahlkampfzeiten: wer richtig kommuniziert, gewinnt. Spektakuläre Bilder des Geschehens in Kombination mit der Fähigkeit komplexe Sachverhalte und Probleme in einer einfachen Umgangssprache auszudrücken, gelten als Garant für eine erfolgreiche Kommunikation mit dem Wähler.
Laut George Lakoff war es einer der cleversten Schachzüge der Republikaner im US Präsidentschaftswahlkampf 2004, den demokratischen Herausforderer Senator John Kerry als „flip flopper“ zu bezeichnen. Den Republikanern ist es somit gelungen als einen unfähigen Kandidaten zu porträtieren, da er seine Meinung zu entscheidenden Themen wie den Irakkrieg änderte. John Kerry hatte ursprünglich im Senat für die Invasion des Iraks gestimmt hatte, baute er seine Kampagne auf die Ablehnung des Krieges auf. Dies wurde zum gefundenen Fressen für die Wahlkampfstrategen der Republikaner und der Begriff „flip flopper“ wird bis heute mit dem Senator in Verbindung gebracht.
Matt Bai erklärt in seinem Artikel „The Framing Wars“, dass eine gesamte Image eines Kandidaten in einer Wahlkampagne stimmig sein muss. Mit seinen widersprüchlichen Ansätzen ist dies John Kerry nicht gelungen. Er bezieht sich dabei George Lakoff, der als Vater des „framing“ Konzepts gilt:

„The most compelling part of Lakoff’s hypothesis is the notion that in order to reach voters, all individual issues of a political debate must be tied together by some larger frame that feels familiar to us. Lakoff suggests that voters respond to grand

metaphors (…) as opposed to specific arguments, and that specific arguments only resonate some grander metaphor."[34]

4.4. Wahlkampfdefinition

Wahlkampf ist jener Prozess, in dem Parteien oder Einzelpersonen versuchen den Wähler davon zu überzeugen, ihnen ihre Stimme zu geben. In Grieses Text „Von der Notwenigkeit des Wahlkampfmanagements" werden einige Wahlkampfdefinitionen erwähnt.
Radunski formuliert 1980 noch ganz allgemein und sagt Wahlkampf ist „eine Auseinandersetzung der Parteien um Zustimmung und Person".
Des Weiteren wird erwähnt, dass Uneinigkeit herrscht über den Zeitpunkt des Beginns von einem Wahlkampf. Für die einen ist der die offizielle Nominierungsveranstaltung, wohingegen die andere Seite die Ansicht vertritt, dass nach der Wahl bereits wieder vor der Wahl ist.
Die genaueste Definition in Griese stammt von Timm aus dem Jahr 1999: „Wahlkampf ist derjenige Abschnitt im permanenten Parteienwettbewerb, in dem die Parteien zusätzliche organisatorische und inhaltliche Anstrengungen, um Wählerstimmen für sich zu gewinnen."
In Griese werden auch die drei Wahlkampfphasen nach Wolf von 1985 vorgestellt:

- die Vorbereitungszeit
- die Vorwahlkampfzeit
- die Schlussphase.[35]

---

[34] BAI: „The Framing Wars" in STINEBRICKER: "American Government – Annual Editions" 2006/07 Seite 129

[35] GRIESE: „Von der Notwendigkeit des Wahlkampfmanagements".2002, Seite 85

Die Vorbereitungszeit spielt für Parteien eine wichtige Rolle für ihre Jahresplanung, in der sie evaluieren wie viele Kampagnen in diesem Wahljahr zu finanzieren sind. Für Einzelpersonen kann die Vorbereitungszeit bereits viele Monate wenn nicht sogar Jahre vor einer Wahl beginnen.

So bemühte sich Sarkozy bereits während seiner Zeit als Innenminister für Aussehen zu sorgen. In Sommer 2005 als die Unruhen in den Pariser Vorstädten ihren Höhepunkt erreicht hatten, teilte Sarkozy mit, dass er die Pariser Vorstadt Corneuve mit einen Hochdruckreiniger von Kriminellen befreien möchte. Obwohl dies zwei Jahre vor den Präsidentschaftswahlen war, musste Sarkozy bereits eine Kandidatur ins Auge gefasst haben und wollte sich somit ein Image des starken Mannes, der Probleme anpackt, schaffen. Ein Imageproblem, das ihn bei manchen Wählerschichten zu Beliebtheit verhalf, ihn jedoch gleichzeitig gefährlich und unberechenbar machte, und somit für viele unwählbar.

Ein weiteres Beispiel wär die zweite Buchveröffentlichung Barack Obamas 2006, zwei Jahre vor den Wahlen zum Präsidenten in den USA. Auch er und seine Berater dachten zu diesem Zeitpunkt bereits an eine Kandidatur. Obama konnte somit einem breiten Publikum seine bisherige politische Karriere vorstellen, nachdem er mit seinem ersten autobiographischen Werk eine breite Anhängerschaft gewonnen hatte.

In der Vorwahlkampfzeit werden systemabhängig die Kandidaten gekürt und anschließend die intensive Phase des Wahlkampfs genau geplant. „In ihr müssen genaue Pläne bestimmt werden, die alle politischen, organisatorischen und werblichen Termine, Aktionen uns Arbeiten bis zum Wahltermin aufeinander abstimmen. Hierzu zählen insbesondere Einsatzpläne des Spitzenkandidaten und der Parteiprominenz, Ereignispläne von eigenen oder gesellschaftlichen Großveranstaltungen, Kongressen etc.“[36]

[36] ebenda, Seite 85

In der Schlussphase geht es darum, noch einmal alle parteinahen Wählergruppen, die so genannte Basis zu mobilisieren und durch verstärkte Aktionen den Gegner anzugreifen. Besonders in den USA ist zu beobachten, dass in den letzten Tagen vor der Wahl das „negative campaigning“ noch einmal signifikant zunimmt. Bei den Präsidentschaftswahlen 2008 wurde nur wenige Tage vor der Wahl versucht, den demokratischen Kandidaten in ein negatives Licht zu Rücken in dem von einer illegal im Land lebenden Verwandten berichtet wurde. Man versucht auch noch einmal auf das Unvermögen und die mangelnden Leadership Qualitäten seines Gegenübers aufmerksam zu machen.

4.5. „Amerikanisierung“ von Wahlkämpfen

Ist von Wahlkämpfen in Europa die Rede, wird in den meisten Fällen der Begriff der Amerikanisierung ins Spiel gebracht. Hier soll eine allgemeine Definition des Konzepts der Amerikanisierung und dann auf die Bedeutung in Wahlkämpfen eingegangen werden.

Unter dem Begriff der Amerikanisierung versteht man die Übernahme von US-amerikanischer Kultur in so gut wie allen Bereichen: Wirtschaft, Gesellschaftsordnung und persönlicher Lebensweise. Dabei ist der Einfluss der Werte dieser Kultur entscheidend, die zum Vorbild genommen werden. Im großen Rahmen versteht man darunter den Transfer von Kultur, Gegenständen, Institutionen, Normen, Werten, Gebräuchen, Verhaltensweisen und Verhaltensmustern. [37]

Auch das Konzept der „soft power“ vom US- amerikanischen Politologen Joseph Nye schließt hier an. Er unterscheidet „hard power“, womit Militär und Wirtschaft gemeint sind, und „soft power“, womit Kultur und Werte sowie Institutionen gemeint sind. Nye

[37] Vgl. KAMPS: „Trans –Atlantik – Trans – Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der Politischen Kommunikation“. 2000, Seite 14

vertritt die Meinung, dass Amerikas Macht zu einem großen Anteil mit „soft power“ zu erklären ist, da andere Kulturkreisen bestrebt sind, Amerika zu imitieren.[38] Eine Entwicklung die sich auch in der Wahlkampfführung beobachten lässt.

Bezüglich Wahlkämpfe, wird unter Amerikanisierung in eine Professionalisierung sowie Modernisierung und Personalisierung von Wahlkampagnen verstanden. US-amerikanische Wahlkämpfe haben eine Vorreiterolle inne, da im US. amerikanischen System weitaus mehr Wahlkämpfe zu bestreiten sind als in anderen westlichen Demokratien. In den Vereinigten Staaten werden viele Ämter, egal ob auf bundesstaatlicher (Präsident, Senatoren, Repräsentanten), einzelstaatlicher (Gouverneure, Länderparlamentsabgeordnete) oder auf lokaler Ebene (Bürgermeister, Gemeinderäte, Sheriffs, Richter) per Wahl besetzt. Dort gibt es deshalb viel häufiger die Gelegenheit, neue Wahlkampftechniken auszuprobieren und auf diesem Gebiet zu experimentieren. Amerikanische Wahlkämpfe, insbesondere Präsidentschaftswahlkämpfe, sind viel kapitalintensiver und dauern wesentlich länger als in Europa, da bei den Präsidentschaftswahlen auch die sog. Primaries zu bestreiten sind.[39]

Honza Griese zählt folgende Kriterien der Angleichung an die Vereinigten Staaten auf:[40]

- Die politischen Kommunikationsaktivitäten der Parteien richten sich vorwiegend nach den Selektions- und Präsentationsbedingungen der Massenmedien.

[38] Vgl. NYE: „Soft power - the means to success in world politics”. 2004

[39] Vgl. HEIDNER: „Personalisierung und Professionalisierung im amerikanischen Wahlkampf“. 2004, Seite 2

[40] Vgl. GRIESE: „Von der Notwendigkeit des Wahlkampfmanagements“.2002, Seite 81

- Politische Vermittlung ist durch ihre Orientierung auf das Fernsehen von einer starken Visualisierung geprägt.

- Die strategisch kalkulierte Inszenierung von Ereignissen gewinnt in der öffentlichen Darstellung von Politik an Bedeutung, dabei wird Politik zunehmend in unterhaltenden Kontexten präsentiert.

- In der Ansprache von Wählern werden Strategien, die auf emotionale Loyalitätsbindungen zielen, wichtiger.

- Kampagnen als zeitlich wie sachlich fokussierte und lifesytlegerechte Aktionsformen prägen die politischen Werbeaktivitäten.

- Politische Organisationen und Institutionen entwickeln eigenen professionellen Sachverstand (sog. Spin Doctors), um ihr Medien- und Kommunikationsstrategien optimal zu gestalten.

- Politik wird zunehmend personalisiert über wenige mediale Politik-Stars vermittelt; Prominent wird so zum politischen Herrschaftselement.

- Die Auflösung politisch-ideologischer Fundamentalalternativen erzeugt Pragmatismus oder gar Opportunismus und eine Konzentration auf die „Mitte“ der Gesellschaft.

In Konklusion lässt sich sagen, dass unter Amerikanisierung die sukzessive Angleichung der Wahlkampfführung in Europa an die Art und Weise, wie in den USA Wahlkampf betrieben wird, verstehen kann. Darunter versteht man im engeren Sinne

die Professionalisierung der Methoden und die Personalisierung der Politik. Diese Entwicklung ergibt sich nicht nur durch die Ausbreitung amerikanischer Kultur, sondern ist das Ergebnis eines gesellschaftlichen Modernisierungsprozesses und der zunehmenden Bedeutung von Massenmedien.

Aus diesem Grund schlägt Oskar Niedermayer vor, stellvertretend für den Begriff der „Amerikanisierung" den Begriff der „Modernisierung" zu verwenden, da es dabei um globale Veränderungen der Gesellschaft handelt und nicht den Wunsch amerikanische Wahlkampftechniken zu nachzuahmen.[41]

4.6. Personalisierung im Wahlkampf

Unter dem Personalisierungstrend im Wahlkampf versteht meine eine Entwicklung weg von den „issues" hin zu den „images" eines Kandidaten. Kampagnen werden mit einer Konzentration auf den Spitzenkandidaten unabhängig von seiner Partei aufgebaut. Diese Entwicklung wird mit Amerikanisierung in Verbindung gebracht, da das personalisierte Wahlsystem in den USA dem Wähler erlaubt nur Kandidaten zu wählen, die ihre Kampagnen autonom planen und nur lose mit den programmatischen und thematischen Positionen ihrer Partei verbunden sind. Die Kampagnen beziehen sich auf persönlichen Imagestärken und Wahlkampfbotschaften der Kandidaten.

Sarcinelli geht so weit und sagt: „Personalisierung ist eine Grunddimension der Wahrnehmung von Politik schlechthin."[42] In der heutigen Berichterstattung mittels moderner Massenmedien wie TV und Internet lassen sich Persönlichkeiten leichter darstellen als die Komplexität politischer Inhalte und Handlungen. Besonders in Wahlkämpfen eignen sich Personen zur visuellen Darstellung und zur Konstruktion von Bildern. Dadurch wird der Vorwurf laut, Politik sei überwiegend inszeniert,

---

[41] Vgl. NIEDERMAYER: „Modernisierung der Wahlkämpfe als Funktionsentleerung de Parteibasis" 2000,Seite 3

[42] Vgl. SARCINELLI: „Symbolische Politik: zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland" 1987, Seite 178

personalisiert und inhaltslos geworden. Dem Image und dem Auftritt eines Politikers würde mehr Bedeutung zugemessen, als den eigentlichen Sachthemen – eine Entwicklung, in der nichts mehr dem Zufall überlassen wird.[43]

Die Konzentration auf eine Person an Stelle von Inhalten verursacht zwangsweise eine Vereinfachung komplexer politischer Prozesse. Diese Entwicklung wird kritisch beobachtet, da dadurch auch die Gefahr des Populismus besteht. Sacinelli sagt Politik wird unseriös, wenn es nur noch um einen Sympathiewettbewerb politischer Stars geht und die tatsächlich wichtigen politischen Auseinandersetzungen verdrängt werden.[44] Im Wahlkampf wird die Botschaft untrennbar mit dem Kandidaten verknüpft, da sich so die Inhalte der Kampagne am besten eignen für den Transport über die Medien. Gibt es kein Gesicht zu einer Botschaft, läuft sie Gefahr unterzugehen.

Zur Personalisierung zählen auch das steigende Interesse und die zunehmende Relevanz des Privatlebens eines Kandidaten im Wahlkampf. In den USA ist es nicht ungewöhnlich Persönlichkeiten mit geringer politischer Erfahrung in hohe Ämter, wenn nicht sogar in das Präsidentenamt zu wählen. Die Kompetenz eines Politikers wird eher an den Eigenschaften seiner Persönlichkeit als an fachlicher Praxis gemessen. Diese Tendenz der Kandidatenbewertung ist auch außerhalb der USA zu beobachten. Persönliche Merkmale wie Aussehen, Sympathie, Charaktereigenschaften, Vertrauenswürdigkeit und im allgemeinen sein Privatleben werden zu entscheidenden Faktoren.[45]

Daraus ergibt sich, dass auch das sog. „negative campaigning“ an Beliebtheit zunimmt. Das permanente Durchforsten de Biographie des Gegenspielers (opposition research) und das Anprangern persönlicher Schwächen des

---

[43] Vgl. HEIDNER: „Personalisierung und Professionalisierung im amerikanischen Wahlkampf“ 2004, Seite 2

[44] Vgl. SARCINELLI: „Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln. Analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung.“ 1994, Seite 43

[45] Vgl. FLEISCHMANN: „Das Zusammenspiel der Politik mit dem Medium Fernsehen im Wahlkampf mit einer Erhebung des Image der Spitzenkandidaten der vier größten Parteien Österreichs“ 2003, Seite 47

Konkurrenten zur Betonung der eigenen Stärken sind fester, integraler Bestandteil der Wahlkampfkommunikation.[46]

4.8. Präsidentschaftswahlkampf auf Französisch

In diesem Abschnitt soll die offizielle Seite des Wahlkampfs in Frankreich beleuchtet werden. In Frankreich stoßen die Kandidaten auf strenge Regulierungen beim Umsetzen ihrer Wahlkampfkampagnen.

Die Dauer des offiziellen Wahlkampfes beträgt ungefähr 30 Tage. Er beginnt am Tag der Veröffentlichung der Kandidatenliste, die mindestens 15 Tage vor dem ersten Wahlgang stattfinden muss. Da die Wahlen traditionsgemäß an einem Sonntag abgehalten werden, setzt der Wahlkampf am Freitag um Mitternacht, vor dem ersten Wahlgang, aus.
Geht es in die zweite Runde, was bis zum heutigen Zeitpunkt immer der Fall war, beginnt der Wahlkampf wieder von neuen sobald die zwei Kandidaten für die entscheidende Runde feststehen und endet wieder in der Nacht von Freitag auf Samstag, vor dem finalen Wahlgang.
Von offiziellen Stellen wird kontrolliert, ob alle Kandidaten gleich behandelt werden und eine gerechte Aufteilung der Sendezeit bei Radio und TV, der Plakatverteilung und ein Aufkommen der Kosten für den Versand der Kandidateninformationen gewährleistet werden.
Eine nationale Kontrollbehörde wacht über die Einhaltung dieser Gleichbehandlung. Die Medienkontrollbehörde überprüft die Sendezeiten der verschiedenen Kandidaten.

Im Umfragefreudigen Frankreich, spielen diese neben Medienauftritten eine einflussreiche Rolle bei der Entscheidungsfindung vieler Franzosen. Bis zum Jahr 2002 durften Umfragen nur bis eine Woche vor dem jeweiligen Wahlgang veröffentlicht werden, um ein objektives Entscheiden der Wähler zu gewährleisten.

[46] Vgl. HEIDNER: „Personalisierung und Professionalisierung im amerikanischen Wahlkampf“ 2004, Seite 20

Dies wurde durch eine Gesetzesnovelle 2002 geändert und seitdem dürfen Meinungsumfragen noch am Abend vor den Wahlen bekannt gegeben werden.[47]

Nach mehreren Parteispendenskandalen und Skandalen der Wahlkampffinanzierung wurden strenge gesetzliche Richtlinien für die Ausgaben in einem Wahlkampf festgelegt. Die Kandidaten müssen eine andere Person zur Führung ihres Wahlkampfkontos beauftragen, das die Herkunft aller Einnahmen und die Art der getätigten Ausgaben genauestens zurückverfolgen lässt. Zwei Monate nach dem zweiten Wahlgang wird diese bei der nationalen Kommission für Wahlkampfausgaben und die Finanzierung politische Parteien hinterlegt um dessen Gültigkeit zu überprüfen. Der Verfassungsrat überwacht die Wahlkampfabrechnung.[48]

Ein Gesetz aus dem Jahr 1995 legt die Begrenzung der Ausgabensumme für jeden Bewerber im ersten Wahlkampf auf einen Betrag von 13,7 Millionen Euro fest, die der Kandidaten des zweiten Wahlgangs jeweils auf maximal 18,3 Millionen Euro. Diese Beiträge wurden 2002 um 1,8 Prozent erhöht. Jeder Kandidat erhält eine Wahlkampfkostenerstattung in Höhe von 5 Prozent der Ausgabenhöchstgrenze. Bekommt ein Kandidat mehr als 5 Prozent der abgegebenen Stimmen, erhöht sich diese Summe auf 50 Prozent der Höchstgrenze.[49] Die Erstattungen dürfen zudem nicht höher sein als die Ausgaben der Kandidaten.

Seit 1993 sind Spendernamen zu veröffentlichen und für Spenden von Privatpersonen gibt es eine Begrenzung von 4.600 Euro.

---

[47] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Wie man Staatspräsident wird: Wie verläuft der Wahlkampf?“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/article.php3?id_article=2299#wahlkampf

[48] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Wie man Staatspräsident wird: Wie finanzieren die Kandidaten ihre Kampagne?“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/article.php3?id_article=2299#wahlkampf

[49] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ 2007, Seite 5

Wer sich nicht an diese Spielregeln hält, wird mit einer Geldstrafe geahndet. Wenn die Ausgabengrenze überzogen wird, muss der Kandidat genau diesen Betrag an den Staat zurückzahlen, jedoch darf er nicht von der Wahl ausgeschlossen werden.[50]

Eine absolute Gleichbehandlung der Kandidaten soll auch in den Medien gewährleistet sein. So stehen jedem von ihnen eine zweieinhalbstündige Fernseh- sowie eine zweistündige Rundfunksendung zu. Zusätzlich stehen allen eine kostenfreie Postwurfsendung und einige Plakatanschläge zu. Privat finanzierte Werbung in den öffentlichen und privaten Medien, auch Anzeigen oder Telefonanrufe sind drei Monate vor der Wahl verboten.[51]

V. Französische Präsidentschaftswahl 2007

Bei den Präsidentschaftswahlen 2007, den neunten Wahlen der Fünften Republik, wurde für eine fünfjährige Legislaturperiode, ein Nachfolger für Amtsinhaber Jacques Chirac bestimmt. Die Wahlbeteiligung des ersten Durchgangs lag mit 85 Prozent sehr hoch. Der seit über zwanzig Jahren anhaltende Trend in die Wahlenthaltung wurde aufgehalten. Seit 1974, wo es eine ähnlich hohe Beteiligung bei den Präsidentschaftswahlen gab, ist die Zahl der Nichtwähler konstant gestiegen und hat schließlich 2002 mit 29 Prozent ihren Höhepunkt erreicht.[52]

Bereits im März 2007 teilte das Innenministerium mit, dass im Vergleich zu 2006 die Zahl der eingeschriebenen Wähler in Frankreich 4,2 Prozent gestiegen sind und somit 44,5 Millionen Franzosen in die Wählerlisten für die bevorstehen

---

[50] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Wie man Staatspräsident wird: Wie finanzieren die Kandidaten ihre Kampagne?“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/article.php3?id_article=2299#wahlkampf

[51] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ 2007, Seite 5

[52] Vgl. VEIT: „Sarko- Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“ 2007, Seite 2

Präsidentschafts- und Parlamentswahlen eingetragen sind. Es handelt sich um den bedeutendsten Anstieg der registrierten Wähler kurz vor einer Präsidentschaftswahl seit 1981 (plus 3,7 Prozent).[53]

5.1. Die Kandidaten

Zu diesen Wahlen gab es 12 offiziell zugelassene Kandidaten, die am 20. März bekannt gegeben wurden. Diese werden nun im folgenden Abschnitt vorgestellt.

5.1.2. Nicolas Sarkozy

Nicolas Sarkozy, Kandidat und Parteichef der konservativen Regierungspartei UMP (*Union pour un mouvement populaire),* wurde im 2. Wahlgang am 6. Mai 2007 mit 53,06 Prozent der Stimmen zum Staatspräsidenten gewählt. Im ersten Wahlgang erreichte er 31,11 Prozent der Stimmen.
Auf die Person Nicolas Sarkozy wird im folgenden Kapitel (VI. Performing Sarkozy) genauer eingegangen.

5.1.3. Ségolène Royal

Ségolène Royal, Kandidatin der Sozialistischen Partei PS, erreichte 2007 mit einem Ergebnis von 25,84 Prozent die Stichwahl gegen Nicolas Sarkozy. Im zweiten Wahlgang kam sie nur auf 46,94 Prozent der Stimmen und unterlag somit Sarkozy.

In der parteiinternen Wahl der Mitglieder der sozialistischen Partei am 16. November 2006, konnte sie sich gegen Laurent Fabius (18,54 Prozent) und Dominique Strauss-

[53] Vgl. Französische Botschaft in Deutschland: „Viele Franzosen wollen wählen gehen: Starker Anstieg der Zahl der eingetragenen Wahlberechtigten“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article2415

Kahn (20,83 Prozent) mit 60,62 Prozent der Stimmen als Spitzenkandidatin der Sozialisten überraschend durchsetzten. Die Wahlbeteiligung lag bei 82,04 Prozent, wobei die meisten Stimmen der neu beigetretenen Parteimitglieder auf Royal fielen.[54]

Royal steht für die Errichtung einer „bürgernahen Demokratie" (*démocratie participative)* und für eine stärkere Rolle der Frau in der Gesellschaft. Besonderen Anklang dürften ihre Forderungen zur Bestrafung krimineller Jugendlicher, bei den Konservativen gefunden haben. Sie setzt sich für ein hartes Vorgehen ein, und kann sich zur Integration straffälliger Jugendlicher durchaus die Idee von militärischen Erziehungscamps vorstellen.

Schon während ihres Studiums an der Elitehochschule ENA tritt sie der Sozialistischen Partei bei. Während ihrer Studienzeit lernt sie auch ihren Lebensgefährten und Vater ihrer vier Kinder, François Hollande kennen. Er ist ebenfalls Mitglied der Sozialistischen Partei und hat im Jahr 1997 den Vorsitz der Partei übernommen.

Ségoène Royal wurde bei den Parlamentswahlen 1988 vom damaligen sozialistischen Präsident François Mitterand in das westfranzösische Département Deux-Sévres geschickt, wo sie erstmals zur Abgeordneten gewählt wurde. Für kurze Perioden zwischendurch hatte sie auch Ministerposten inne: Umweltministerin von 1992 bis 1993, Ministerin für schulische Angelegenheiten von 1997 bis 2000, und Familienministerin von 2000 bis 2002. Seit dem Jahr 2004 ist sie Vorsitzende des Regionalparlaments Poitou-Charentes.

Für besonders großes mediales Aufsehen sorgte sie, als sie sich als amtierende Ministerin kurz nach der Geburt ihres vierten Kindes auf der Entbindungsstation von den Medien filmen lässt. Von großem Interesse war auch ihre Freundschaft zu Michèle Bachelet, für die sie 2004 nach Chile flog um sie als Präsidentschaftskandidatin zu unterstützen.[55]

---

[54] LE MONDE: Endergebnis der parteiinternen Wahl der Sozialistischen Partei „Soirée électorale du 16/22/2006"
Unter: http://medias.lemonde.fr/mmpub/edt/doc/20061117/835462_resultats_investiture_ps-16-11.pdf

[55] ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. Sègolène Royal"
Unter: http://www.arte.tv/de/Portraets-der-Kandidaten/1465128.html

5.1.4. François Bayrou

François Bayrou, dem Kandidaten und Parteichef der Zentrumspartei UDF (*Union pour la Démocratie Française*) gelang bei den Präsidentschaftswahlen 2007 ein Achtungserfolg. Er präsentierte sich als die Alternative zu den beiden Großparteien und als einzige glaubhafte Stimme der Demokratie und des politischen Wandels. Innerhalb von wenigen Wochen gelang ihm eine Aufholjagd in den Umfragen, vom unbeachteten Kandidaten zu einem ernst zu nehmenden Anwärter auf das Präsidentenamt. Er erreichte im ersten Durchgang 18,6 Prozent der Stimmen und belegte somit den dritten Platz.

Bayrou kommt aus einer Bauernfamilie aus der Region Pyrénées-Atlantiques. Er studierte zunächst Klassische Literatur an der Universität von Bordeaux, bevor er mit nur 23 Jahren das höchste französische Lehramtsexamen für Altphilologie absolvierte.

Sein großes Interesse gilt der Literatur und der Geschichte Frankreichs. Unter seinen Publikationen findet sich auch eine Biografie über den französischen König Henri IV, von dem 300 000 Exemplare verkauft wurden. Durch seine gesamte politische Karriere zieht sich sein persönlicher Einsatz für einen besseren Lese- und Schreibunterricht in Frankreich.

Im Jahr 1981 wird er erstmals als UDF Abgeordneter in das Parlament seiner Heimatregion gewählt. 1993 wird er nach dem Wahlsieg der RPR (*Rassemblement Pour la République*) unter Édouard Balladur zum Bildungsminister berufen. In dieser Zeit macht er sich für eine ausführliche Überprüfung der Situation der Schüler und Lehrer in Frankreich stark. Er behält diesen Posten auch in der darauf folgenden Regierung unter Alain Juppé, der 1995 neuer Premierminister wurde, bis 1997.

Seit 1998 ist er Parteivorsitzender der UDF. In dieser Funktion sieht er seine Aufgabe darin, eine starke politische Kraft der Mitte zu bilden um den Gaullisten die Stirn zu bieten. Bei den Präsidentschaftswahlen 2002, bei denen es zu einer

Wiederwahl Chiracs kam, erreichte er mit 6,8 Prozent der Stimmen im ersten Wahlgang den vierten Platz.

Bayrou, der auch von 1999 bis 2002 EU-Abgeordneter war, setzt sich für ein föderalistisches Europa unter Ausschluss der Türkei ein, und er steht für eine grundlegende Änderung der französischen Verfassung.[56]

Nach den Präsidentschaftswahlen 2007 gründete Bayrou die neue Partei MD oder MoDem (*Mouvement démocrate*) um bei den Wahlen zur Nationalversammlung am 22. April teilzunehmen. Er konnte das Ergebnis von mehr als 18 Prozent in der Präsidentenwahl nicht beibehalten, und rettete nur 7,3 Prozent der Stimmen in der Parlamentswahl. Nur noch knapp 30 Prozent der Bayrou Wähler haben fünf Wochen später auch für das Mouvement démocrate gestimmt.
Seine Strategie des Alleingangs erwies sich als schweres Fehlkalkül, und sein Versuch eine dritte politische Kraft zu etablieren, scheiterte kläglich. Aufgrund des Mehrheitswahlrechts ziehen neben ihm selbst nur zwei weitere Abgeordnete, Anne-Marie Comparini und Gilles Artigues, in die Nationalversammlung ein.
Noch am Wahlabend kündigte Bayrou an, dass „Frankreich eines Tages das Ungleichgewicht in seinen Institutionen bereuen wird“.[57]

5.1.5. Jean-Marie Le Pen

Bei den Präsidentschaftswahlen 2007 belegte Jean-Marie Le Pen mit 10,4 Prozent der Stimmen den vierten Platz hinter Sarkozy, Royal und Bayrou und erreichte daher die zweite Runde des Wahlgangs nicht.

---

[56] ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. François Bayrou”
Unter: http://www.arte.tv/de/Portraets-der-Kandidaten/1463318.html

[57] WIEGEL: „Wahlen in Frankreich – „Superpremierminister“ Sarkozy“
Unter:
http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~ECD35D4A048FC4DE0A2D6804C4D4FBECA~ATpl~Ecommon~Scontent.html

Somit konnte er nicht an seinen bisher größten Erfolg aus dem Jahr 2002 anknüpfen, wo er es in die Stichwahl gegen Jacques Chirac geschafft hatte. Zwar hatte Le Pen 2002 zunächst Schwierigkeiten 500 Unterschriften von Mitgliedern gewählter Körperschaften zur Unterstützung seiner Kandidatur zu sammeln, verwies er im ersten Wahlgang mit 16,7 Prozent der Stimmen Lionel Jospin, den Kandidaten der Sozialistischen Partei, auf den dritten Platz.

Nach einer Unterstützungswelle für Chirac, konnte er in der Stichwahl mit nur 17,8 Prozent der Stimmen gegen 82,2 Prozent der Stimmen, den Amtsinhaber nicht schlagen.

Nach seinem Studium der Politikwissenschaft in Paris, schloss sich Le Pen der Fremdenlegion an. Neben Einsätzen in Indochina und Ägypten, setzte er sich auch für das Beibehalten der französischen Präsenz in Algerien ein.

Mit erst 27 Jahren wurde Le Pen 1956 zum jüngsten Parlamentsabgeordneten Frankreichs gewählt. Sein damaliger politischer Mentor war der rechtspopulistische Abgeordneten Pierre Poujade. 1972 beteiligt sich Le Pen an der Gründung des Front National und wurde sofort zu dessen Vorsitzenden gewählt. Die Strategie des Front National war es an alle Wahlen teilzunehmen, um die Basis zu vergrößern und den Bekanntheitsgrad zu steigern. Bei den Kommunalwahlen 1983 konnte die Partei erstmals einen größeren Erfolg erzielen und sorgte somit für Aufsehen in den Medien. Ein Jahr später zeigen sich auch Erfolge auf der nationalen Ebene. 1984 wurde Le Pen erstmals in das Europaparlament gewählt, was ihm auch bis dato immer wieder gelang.

Seit über dreißig Jahren in Jean-Marie Le Pen der Inbegriff rechtsextremer Politik in Frankreich, der für die Bevorzugung von Staatsbürgern französischer Herkunft (*préférence nationale*) und einen Stopp der Einwanderung steht.[58]

[58] ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. Jean-Marie Le Pen“ Unter:

5.1.6. Weitere Kandidaten

Im folgenden Abschnitt werden die restlichen acht Kandidaten vorgestellt, die bei der Wahl 2007 unter der 5 Prozent Marke blieben.

Olivier Besancenot ist der Sprecher der revolutionär- kommunistischen Liga LCR (*Ligue Communiste Révolutionnaire)*. Bei den Wahlen 2007 schaffte er es auf 4,1Prozent und somit ein ungefähr gleich bleibendes Ergebnis wie 2002, wo er es auf 4,2 Prozent der Stimmen brachte. Mit seinen 32 Jahren ist er der jüngste Teilnehmer 2007. Der studierte Historiker nennt als seine politischen Vorbilder Rosa Luxemburg und Che Guevara, und verfolgt mit seiner linksradikalen Partei eine trotzkistische Linie. Als seine Ziele bezeichnet er die Befreiung der Menschen von den Zwängen der Marktwirtschaft und eine stärkere Kontrolle der Konzerne.

Philippe de Villiers ist Leiter der Partei Bewegung für Frankreich MPF (*Mouvement pour la France*), die als besonders EU kritisch gilt und für ein unabhängiges Frankreich eintritt. De Villiers, der adeliger Abstammung und seit 2004 wieder Abgeordneter des Europaparlaments ist, versucht den Raum zwischen dem Konservativen Sarkozy und dem Rechtsextremen Le Pen zu besetzten. Seine politischen Absichten sind die Bekämpfung der Bevormundung Frankreichs durch die Europäische Union und das Aufhalten der Islamisierung Frankreichs.

Marie-George Buffet ist die Generalsekretärin der Kommunistischen Partei Frankreichs PCF (*Parti communiste français*). Sie ist bei den Wahlen 2007 zum ersten Mal angetreten und schaffte es auf 1,9 Prozent der Stimmen. Von 1997 bis 2002 war sie Jugend- und Sportministerin unter Lionel Jospin und konnte einige Erfolge im Anti-Doping Kampf verbuchen. Die Ziele der Partei sind höhere Löhne und ein Ausbau des öffentlichen Dienstes. Buffet selbst bezeichnet sich als aktive Feministin und setzt sich für das Abtreibungsrecht ein.

Dominique Voynet ist die Spitzenkandidatin der französischen Grünen (*Les Verts*) und ist bereits 2002 angetreten, wo sie es knapp über die 5 Prozent Hürde geschafft hatte. Diesen Erfolg konnte sie 2007 jedoch nicht wiederholen und schaffte es nur auf 1,6 Prozent der Stimmen. Auch sie hatte unter der Regierung Jospin einen Ministerposten inne, für Umwelt und Raumplanung. Die Ziele ihrer Partei sind der Atomausstieg Frankreichs bis 2030 und die höhere Besteuerung von Konzernen und Besserverdienern.

Arlette Laguiller trat 1974 als erste Frau bei den französischen Präsidentschaftswahlen an und erzielte 2,3 Prozent der Stimmen. 2002 schaffte sie es knapp auf 6 Prozent, ein Erfolg den auch sie nicht ins Jahr 2007 retten konnte und nur auf 1,3 Prozent der Stimmen kam. Sie ist Mitbegründerin der Partei LO (*Lutte Ouvrière*), die sich vor allem für Arbeitnehmerinteressen einsetzt.

José Bové, der unabhängige Globalisierungsgegner konnte bei den Wahlen 2007 1,3 Prozent der Stimmen für sich verbuchen. Der militante Vietnamkriegsgegner wurde durch seine aufsehenerregenden Protestaktionen gegen Mac Donalds und Genmaiskulturen, zum Medianstar und zum Liebling der ökologischen und linken Protestbewegung. Auf Grund seines Aussehens wird Bové oft mit dem Comic-Helden Asterix verglichen, der auch über einen unbeugsamen Widerstandsgeist verfügt.

Frédéric Nihous ist der Kandidat der Partei Jagen, Fischen, Natur, Traditionen CPNT (Chasse, Pêche, Nature, Traditions) und schaffte es 2007 nur auf 1,1 Prozent der abgegebenen Stimmen. Wichtige Politische Erfahrung sammelte er 2002 als Wahlkampfleiter von CPNT Spitzenkandidat Jean Saint-Josse und schaffte es über 4 Prozent der Stimmen. Die Partei vertritt die Interessen des ländlichen Frankreichs und kämpft gegen die von ihr als zu restriktiv gesehenen europäischen Richtlinien.

Gérard Schivardi ist der Kandidat der Arbeiterpartei PT (*Parti des travaileurs*) und kam 2007 nur auf 0,3 Prozent der Stimmen. Das ehemalige Mitglied der sozialistischen Partei ist Bürgermeister der Gemeinde Mailhac und sieht sich als Vertreter der Interessen von Gemeinden. Er engagiert sich für Referenden gegen die Europäische Union und ist für einen Austritt Frankreichs aus allen EU-Institutionen.[59]

Kandidat	**Prozent**
Nicolas Sarkozy (UMP)	31,2
Ségolène Royal (PS)	25,9
François Bayou (UDF)	18,6
Jean-Marie Le Pen (FN)	10,4
Olivier Besancenot (LCR-trotzk.)	4,1
Philippe de Villiers (MPF- rechtsnational)	2,2
Marie-George Buffet (PC-kommun.)	1,9
Dominique Voynet (Grüne)	1,6
Arlette Laguiller (LO-trotzk.)	1,3
José Bové (Antiglobalis.)	1,3
Frédéric Nihous (Jäger)	1,1
Gérad Schivardi (PT-trotzk.)	0,3

Abb.1 Kandidaten und Stimmenanteil [60]

[59] SPIEGEL ONLINE: „Präsidentschaftswahlen in Frankreich. Die Kandidaten im Portrait“ Unter: http://www.spiegel.de/flash/0,5532,15077,00.html

[60] Vgl. VEIT: „Sarko- Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“ 2007, Seite 1

5.2. Die Themen des Präsidentschaftswahlkampfs

Der Wahlkampf 2007 hat sich hauptsächlich durch einen scharfen Ton und ein niedriges Niveau ausgezeichnet. Doch wo bleiben die Themen? Die Beobachter dieses Wahlkampfs sind sich einig, dass es kein dominierendes Thema in diesem Wahlkampf gegeben hat. An Stelle von dominierenden Themen spricht man von einem „Themen-Zapping“, da auch im abschließenden Fernsehduell deutlich wurde. Am 27. März gibt Frau Dr. Beatrice Gorawantschy, Leiterin des Auslandsbüros der Konrad-Adenauer Stiftung ein Interview zum Präsidentschaftswahlkampf in Frankreich:

„Der Wahlkampf in Frankreich wird von den innenpolitischen Themen dominiert. Im Vordergrund steht der Bereich Wirtschafts- und Sozialpolitik, speziell Maßnahmen zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, vor allem der hohen Jugendarbeitslosigkeit. Ein zweiter großer Bereich ist das Thema Integration und Immigration nach den Unruhen in den Pariser Bonlieurs. Der Schwerpunkt liegt hier auf den Themen Chancengleichheit und Ausbildungsmöglichkeiten für die sozial Schwachgestellten. In diesem Wahlkampf nimmt auch die Umweltpolitik eine wichtige Rolle ein. Und schließlich spielen auch institutionelle Reformen eine Rolle. Die Kandidaten plädieren vor allem für eine Stärkung der Macht des Parlaments. In Bezug auf Europa ist dieses Thema im Wahlkampf natürlich risikobehaftet und tritt deshalb eher etwas in den Hintergrund. Die Kandidaten haben sich zu Europa zwar geäußert, es wird aber nicht die entscheidende Rolle spielen.“[61]

Bei den Erläuterungen zu den folgenden Themen wird hauptsächlich auf die Positionen der beiden aussichtsreichsten Kandidaten Nicolas Sarkozy und Ségolène Royal eingegangen, und die Position von François Bayrou teilweise am Rande erwähnt.

---

[61] KONRAD ADENAUER STIFTUNG: „Frankreich vor den Wahlen – Interview von Thomas Hirschfeld mit Interview mit Dr. Beatrice Gorawantschy“. 2007, Seite 3
Unter: http://www.kas.de/wf/de/71.4626/

5.2.1. Europa

Nachdem die Mehrheit der Franzosen beim Referendum 2005 gegen die Ratifikation des Vertrags über eine Verfassung der Europäischen Union gestimmt hat, steht das Thema Europa bei den Präsidentschaftswahlen 2007 unter einem kritischen Stern.

Hier soll erwähnt werden, dass von den drei Hauptkandidaten keiner über außenpolitische Erfahrung verfügt, sieht man von Bayrous kurzer Zeit als Abgeordneter im Europäischen Parlament ab. Alle drei haben, wie die Mehrheit der Nationalversammlung und der PS, für den europäischen Verfassungsvertrag gestimmt. Allerdings ist Nicolas Sarkozy in seiner bisherigen politischen Karriere nicht durch seine europäischen Überzeugungen aufgefallen. Er will den Vertrag vom Parlament ratifizieren lassen, während Bayrou und Royal erneut die Franzosen abstimmen lassen wollen.
Ansonsten sind die Unterschiede der Programme der Kandidaten bezüglich Europa relativ gering. Alle drei befürworten die Inhalte des ersten Verfassungsentwurfs (Doppelte Mehrheit im Ministerrat, Verstärkung der Mehrheitsentscheidungen, Verlängerung des Mandats des Ratspräsidenten und Schaffung eines europäischen Außenministers) und treten für eine Überwindung der institutionellen Krise Europas ein. Verstärkte Zusammenarbeit wird auch in den Bereichen Energie-, Umwelt und Forschungsfragen sowie die Einführung von europäischen Mindeststandards (Mindestlohn), für notwendig und wünschenswert erachtet. Ebenfalls Einigkeit herrscht bei der Frage ob es verstärkte Partnerschaften innerhalb der Europäischen Union geben soll, wenn nicht alle Mitgliedstaaten gleich schnell voranschreiten wollen. Dies wird befürwortet.

Unterschiedliche Positionen gibt es bezüglich der der Frage der Europäischen Zentralbank und des Beitritts der Türkei. Ségolène Royal und Nicolas Sarkozy sprechen sich dafür aus mit politischen Mitteln gegen den starken Euro zu kämpfen, währen François Bayrou die Unabhängigkeit der der Europäischen Zentralbank beibehalten möchte. Den Beitritt der Türkei zur Europäischen Union schließt Royal langfristig nicht aus, jedoch während der Zeit der Blockade in Europa, wie sie das Ablehnen des Verfassungsvertrags bezeichnet. Bewusst vermeiden sie das Wort

Krise im Zusammenhang mit der Europäischen Union. Sarkozy und Bayrou hingegen sprechen sich eindeutig nur für eine privilegierte Partnerschaft der Türkei aus und somit für keine vollständige Mitgliedschaft.

In der Frage der Finalität Europas herrscht wieder Einigkeit und alle drei bekennen sich zur Europäischen Union als eine politische Union. Einstimmig wird ein expliziter Bezug Europas auf das Christentum abgelehnt und betont es sich bei Europa um kein Territorium handelt, sondern um ein politisches Projekt.[62]

Es soll noch erwähnt werden, dass jedoch weder Sarkozy noch Royal aktiv für das Fortführen des Erweiterungsprozess der Europäischen Union in ihrem Wahlkampf werben.

5.2.2. Außenpolitik

Dominique Moïsi, Mitbegründer und Sonderberater *des Institut français des relations internationales* (ifri) beklagt die Tatsache, dass außenpolitische Themen im Präsidentschaftswahlkampf 2007 so gut wie keine Rolle spielten. Er vertritt die Meinung, dass diese Themen stärker einbezogen werden sollen, da Frankreich das Zeitalter der Globalisierung als auch seine Verantwortung auf der internationalen Ebene nicht vernachlässigen darf. Frankreichs nationale Identität steht in einem engen Zusammenhang mit der Rolle des Landes in der Weltpolitik. Außenpolitik sollte auch für Präsidentschaftskandidaten nicht unbeachtet bleiben, da es für diejenigen die es in das Amt schaffen, zu deren Bewertung nach Beendigung ihrer Amtszeit, beitragen wird. Vergleicht man das Bilanzziehen über Jacques Chirac und Tony Blair, ist festzustellen, dass ihre außenpolitischen Akzente unterschiedle Auswirkungen zeigen. Während der britische Premierminister seine durchwegs

---

[62] NIEDER „Französischer Wahlkampf: Europa- und Außenpolitik im nationalen Interesse“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. 2007, Seite 1 bis 4
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Nieder.pdf

positive Bilanz mit seiner Außenpolitik verdüstert hat, wirkt sich das Ablehnen des Irakkriegs positiv, auf eine eher unzufriedene Bilanz bei Jacques Chirac, aus.[63]

Auch bei den Vorschlägen in den Programmen zur Außenpolitik der beiden Kandidaten Sarkozy und Royal gibt es einige Übereinstimmungen. Beide sind Befürworter einer Reform der UNO und sprechen sich für ihre Verstärkung aus. Ebenfalls Einigkeit herrscht in der Frage, ob der französische Sitz im Sicherheitsrat zu einem europäischen umgewandelt werden soll. Dies wird vehement abgelehnt. In der Verteidigungspolitik sind beide Kandidaten für eine Beibehaltung der französischen Nuklearmacht in Verbindung mit einer Ausweitung der europäischen Verteidigungspolitik.

Régis Debray, ein linker Intelektueller in Frankreich hat folgende Metapher benutzt: Sarkozys Außenpolitik wäre wie ein Direktflug nach Washington D.C., während Ségolène Royal einen Zwischenstopp in Oslo einlegen würde, um ihre europäische Ausrichtung zu betonen.[64]
Von den französischen Medien wurde Sarkozy wegen seiner zahlreichen amerikafreundlichen Äußerungen kritisiert. Daraufhin ist er beim Thema USA vorsichtiger geworden. Royal tritt für eine neue Grundlage der Beziehungen zu den USA ein, die auf Basis des Dialogs der legitimen Konfrontation von Interessen und Analysen, stattfinden sollen.

Nicolay Sarkozy heißt einen deutschen Sitz im Sicherheitsrat für gut, zusammen mit Japan, Indien, und einem Vertreter Afrikas und Lateinamerikas. Er empfiehlt eine stärkere Kontrolle der französischen Entwicklungshilfe und will den Schuldenerlass für Entwicklungsländer an politische Ziele koppeln. Er will den Kampf gegen den Terrorismus und die Verteidigung Israels verstärken und spricht sich für eine

---

[63] MOISI: „Knigge für die Grande Nation. Wie man Weltmacht bleibt, ohne seine Freunde zu verärgern: ein Leitfaden“ 2007, Seite 31 bis 32
Unter: http://www.internationalepolitik.de/archiv/jahrgang2007/april2007/knigge-fur-die-grande-nation.html

[64] DEBRAY: „La Coupe de l'Elysée 2007“ 2007,
Unter: http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=978049

privilegierte Partnerschaft zwischen der Europäischen Union und den Ländern der Region, wobei Israel einen Sonderstatus einnehmen soll, aus.

Ségolène Royal hingegen tritt dafür ein, die internationale Empfehlung von 0,7 Prozent des BIP für Entwicklungshilfe in die Tat umzusetzen. Sie sieht in der Entwicklungszusammenarbeit die beste Methode zur Lösung des Problems der illegalen Einwanderung. Sie kann sich auch einen bedingungslosen Schuldenerlass der ärmsten Länder vorstellen. Ihr Außenpolitisches Programm beinhaltet auch eine aktivere Rolle Frankreichs im Osten Europas sowie eine gemeinsame Vertretung der EU in den großen internationalen Finanzinstitutionen.[65]

5.2.3. Innere Sicherheit

Im Präsidentschaftswahlkampf 2002 war das Thema innere Sicherheit wichtiger als erwartet. Bei den Wählern ist die Bedrohung der inneren Sicherheit zum Thema Nummer eins geworden und so mussten sowohl die Politiker des rechtsbürgerlichen als auch des linken Lagers auf dieses Thema eingehen. Es stellte sich heraus, dass der Wahlkampf letztendlich mit den Themen Le Pens geführt und gewonnen werden musste.

Nicolas Sarkozy, der nach den Wahlen 2002 Innenminister wurde, war darum bemüht eine harte Linie gegen Kriminalität, illegale Einwanderung und im Besonderen gegen die Vorstadtkrawalle umzusetzen. Er hat sich dadurch das Image geschaffen, er nehme das Problem ernst und unternimmt aktiv etwas dagegen. Ein Jahr nach den größten Unruhen aus dem Jahr 2005, liegt die Arbeitslosenquote unter den Vorstadt-Jugendlichen, die zumeist aus dem Maghreb und der Sub-Sahara stammen, aber immer noch bei ca. 40 Prozent.[66]

---

[65] Vgl. NIEDER: „Französischer Wahlkampf: Europa- und Außenpolitik im nationalen Interesse“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. 2007, Seite 4
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Nieder.pdf

Bei einer Umfrage 2007, bei der die Franzosen zu den Wahlentscheidenden Themen interviewt wurden, wurde Armut und Prekarität, Arbeitslosigkeit und geringe Kaufkraft als am relevantesten empfunden. Die innere Sicherheit findet sich nur auf Platz sechs.

Besonders am Anfang des Wahlkampfs um die Präsidentschaft machten Sarkozy und Royal scharfe Bemerkungen in Bezug auf innere Sicherheit, die von den französischen Medien als deutlich rechts der Mitte bewertet wurden. Insbesondere Sarkozy muss mit Le Pen um die gleichen Wählerstimmen kämpfen und legt daher einen radikaleren Ton an den Tag.[67]

Während Nicolas Sarkozy für härtere Strafen für kriminelle Jugendliche eintritt, kann sich Royal militärischen Erziehungscamps für straffällige Jugendliche zur Resozialisierung vorstellen. Für diese Vorstellungen erntete sie scharfe Kritik in der eigenen Partei.

5.2.4. Integration und Immigration

Das Thema Immigration steht überhaupt nur auf Platz zehn der Liste der Wahlentscheidenden Themen. Es ist festzustellen, dass Royal eine moderatere Einwanderungspolitik vertritt als Sarkozy, die sich bereits während seiner Zeit als Innenminister gezeigt hat. In seiner Zeit gab es einen klaren Rückgang der Asylanträge sowie einen deutlichen Zuwachs bei Abschiebungen.

Bei einem Fernsehauftritt im März 2007 erklärte Sarkozy, er würde als Staatspräsident Frankreichs ein Ministerium für Einwanderung und nationale Identität schaffen, um die Familienzusammenführung erneut zu begrenzen. Er sieht

---

[66] Vgl. DEUTSCHE WELLE: „Gewalt in den Banlieues als Wahlkampfthema in Frankreich“ 2006
Unter: http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2213969,00.html

[67] Vgl. SCHWARZER: „Wahl der Willkür. Wer führt Frankreich aus der Krise? Trends, Themen und Temperamente an Vorabend der Präsidentschaftswahl“
2007, Seite 11
Unter: http://www.internationalepolitik.de/archiv/jahrgang2007/april2007/wahl-der-willkur.html

Immigration als potenzielle Bedrohung für den Sozialstaat und in direkter Verbindung mit der inneren Sicherheit des Landes. Sarkozy steht für eine Immigration, die dem Land von Nutzen ist (*immigration choisie*).
Jedoch eine eher moderate Maßnahme während Sarkozys Amtszeit als Innenminister, war die Abschaffung der doppelten Bestrafung für straffällig gewordene Migranten (*double peine*). Davor war es unter Umständen für Menschen ohne französischen Pass möglich, dass man sie nach Ablauf ihrer Haftstrafe abschiebt, und somit eine doppelte Bestrafung entsteht.

Ségolène Royal lehnt in ihrem Programm den Vorschlag Sarkozys der „*immigration choisie*“ ab und betont im Gegensatz zu ihm, die französische Realität eines multiethnischen und multikulturellen Frankreichs („*France métissée*“), das eine Bereicherung für das Land darstellen kann. Sie tritt für eine Wiedereinführung der automatischen Legalisierung nach zehn Jahren, einen großzügigeren Umgang mit der Familienzusammenführung sowie einen leichteren Zugang zur französischen Staatsbürgerschaft, ein. Ihr Konzept nennt sich geteilte Einwanderung („*immigration partagée“*), das eine enge Zusammenarbeit mit den Ländern aus denen die Einwanderer meist stammen, in Aussicht nimmt.[68]

5.2.5. Wirtschafts- und Sozialpolitik

Auf Grund der Massenproteste im Frühjahr 2006, als Millionen Franzosen gegen den Ersteinstellungsvertrag CPE (*Contrat Première Embauche*) auf die Straße gingen und somit gegen eine Liberalisierung des Arbeitsrechts protestierten, konzentrieren sich die Kampagnen der beiden Hauptkandidaten auf soziale Themen. Im Mittelpunkt stehen die Zukunft der Pensionen, die Steuerpolitik, gesellschaftliche Ungleichheit, der gesetzliche Mindestlohn und die Wohnungspolitik.

---

[68] Vgl. MIGRATION-INFO.DE: „Frankreich: Einwanderung und Integration im Wahlkampf“ 2007
Unter: http://www.migration-info.de/mub_artikel.php?Id=070409

Besonders beim Thema Arbeitslosigkeit hat Sarkozy einen strategischen Vorteil, da während seiner Zeit als Wirtschaftminister, im Zeitraum von November 2005 bis November 2006 die Arbeitslosenquote von 10,1 Prozent auf 8,7 Prozent gesunken ist.
Bei den Vorschlägen zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit gibt es zwischen Sarkozy und Royal Übereinstimmungen als auch Differenzen. Bei sind sich einig, dass die Arbeitsvermittlungseinrichtung ANPE mit der Arbeitslosengeldzahlstelle UNEDIC zu fusionieren um die Effizienz bei der Betreuung von Arbeitslosen zu steigern. Einigkeit herrscht auch dabei, dass das in Frankreich nicht sehr weit reichende Angebot zur Weiterbildung gefördert werden soll und dass Arbeitnehmer die Möglichkeit gegeben werden soll, ihre Arbeitspraxis als Diplom anerkennen zu lassen. Von beiden Seiten gibt es auch Vorschläge finanzielle Anreize einzuführen, um Arbeitnehmern das Annehmen von schlechter bezahlten Tätigkeiten attraktiv zu machen.

Unterschiede gibt es bei den Vorstellungen welche Rolle der Staat in Zukunft spielen soll. Sarkozy setzt sich für mehr Eigenverantwortung der Arbeitssuchenden ein und möchte mehr Anreize schaffen eine Arbeitsstelle anzunehmen. Wenn jemand mehr als zwei Jobangebote ablehnt, die seinen Qualifikationen entsprechen, dann soll der Anspruch auf Unterstützung erlöschen. Das Programm von Royal hingegen sieht eine starke finanzielle Unterstützung für Arbeitssuchende vor. So soll ein Jahr lang Arbeitslosengeld in der Höhe von 90 Prozent des letzten Gehalts vom Staat bezahlt werden und individuelle Hilfe bei der Arbeitssuche geboten werden. Die PS sieht auch vor, das Unternehmen ihre Staatsbeihilfen zurückzahlen müssen, wenn diese trotz deutlicher Profite Arbeitnehmer kündigen.

Das Programm der UMP macht sich für eine Flexibilisierung des Arbeitsmarkts stark und fordert daher die Möglichkeit mehr arbeiten zu können, um mehr zu verdienen. So soll auch die Steuerbelastung für Überstunden gesenkt werden. Nachdem der CPE nicht im vollen Ausmaß unter der Regierung de Villepin in Kraft getreten ist, sieht Sarkozy durch eine Vereinheitlichung der bestehenden Arbeitsverträge die Schaffung eines neuen unbefristeten Arbeitsvertrages vor, der zur Modernisierung des Arbeitsmarkts beitragen soll. Royal hingegen spricht sich für das totale Gegenteil aus und möchte den CPE abschaffen und die 35-Stundenwoche, nach einer Absprache mit den Gewerkschaften, ausbauen. Zusätzlich möchte sie den

Mindestlohn von 1200 Euro auf 1500 Euro erhöhen und niedrige Pensionen um 5 Prozent anheben.

Das Steuersystem betreffend gibt es sehr große Unterschiede zwischen Royal und Sarkozy. Sarkozys Plan lässt sich auf den ersten Blick leichter durchschauen. Er will die Besteuerung in den Verfassungsrang heben und eine Maximalgrenze von 50 Prozent des Einkommens festlegen. Darüber hinaus möchte er die Vermögenssteuer sowie die Unternehmenssteuer deutlich senken, um die Wirtschaft anzukurbeln. Auf der anderen Seite möchte Royal die Obergrenze von 60 Prozent für die Besteuerung von Einkommen aufheben. Darüber hinaus soll die mit der 35-Stundenwoche eingeführte Steuerentlastung für Sozialbeträge, zugunsten der Arbeitnehmer mit niedrigem Gehalt geändert werden, um den Beitrag zur Sozialversicherung zu einem progressives Besteuerungselement zu machen. Dieser soll in die Steuerbemessungsgrundlage miteinbezogen werden.[69]

5.2.6. Umweltpolitik

Auch in Frankreich mangelt es der Umweltpolitik durch die Präsenz des Themas globale Erwärmung in den Medien, nicht an Aktualität. Auch im Wahlkampf wird das Thema Umweltpolitik, das in Frankreich bisher keine hohe Popularität genoss, ausgiebig diskutiert. Die aussichtsreichsten Kandidaten versuchen sich als Pioniere in Sachen Umweltpolitik zu präsentieren und signalisieren, dass die Problematik ernst nehmen. Royal hat das Thema sogar zu einem ihrer Kernpunkte im Wahlprogramm gemacht.

Maßgeblich dazu beigetragen hat der ökologische Medienstar Nicolas Hulot. Er hat alle Präsidentschaftskandidaten, bis auf die extreme Linke und Rechte, dazu

---

[69] Vgl. SCHWARZER/ JONCHERAY: „Debatten, Kalküle und Programme im Präsidentschaftswahlkampf 2007. Weichenstellungen für Frankreichs künftige Politik?“ 2007, Seite 9 bis 13
Unter: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=3922

gebracht, seinen Umweltpakt zu unterschreiben. Sein bestes Druckmittel war eine eigene Kandidatur, sollte die Umweltpolitik bei den Präsidentschaftswahlprogrammen keine signifikante Rolle spielen. Der in Frankreich sehr bekannte Umweltaktivist, hätte laut Umfragen sowohl bei linken als auch bei konservativen Wählern Anklang gefunden und Sarkozy als auch Royal wertvolle Stimmen streitig machen können. Stattdessen versucht er durch das Umsetzten seines Umweltpakts seine Ziele zu verfolgen. Dieser Pakt setzt auf ökologischen Anbau, Kreislaufwirtschaft, saubere Energien, CO_2-Steuern und das Ende von Agrarexportförderungen.
Bei der Umsetzung dieser Vorhaben, lassen sich einige Übereinstimmungen und viele Unterschiede zwischen Sarkozy und Royal feststellen. Für Sarkozy sind Marktwirtschaft und Umweltschutz vereinbar. Laut ihm sollen Agrarhilfen teilweise von Umweltkriterien abhängig gemacht werden. Die ökologische Landwirtschaft soll verbreitet werden und Gemeinschaftsrestaurants beliefern. Des Weiteren soll eine Umwelt-Steuer eingeführt werden, um die Besteuerung von Arbeit zu reduzieren und durch eine gesenkte Mehrwertsteuer sollen umweltfreundliche Produkte preiswerter und somit attraktiver werden.

Royal geht davon aus, dass Umweltschutz sich nicht mit den Gesetzten des freien Markts vereinen lässt. Jedoch eine Gemeinsamkeit ist der Wunsch nach einer Einführung eine Umwelt-Steuer und unterstützt die Forderung nach einer nachhaltigen, biologischen Landwirtschaft. Sie ist der Ansicht, dass bei der Produktion auch die Kosten der Umweltverschmutzung berechnet werden sollen und bei den Abgaben berücksichtigt werden sollen. Um den Umgang mit der Ressource Wasser zu verbessern, soll dieser gesetzlich geregelt werden und der Anteil an erneuerbaren Energien in Frankreich soll bis 2020 auf 20 Prozent erhöht werden.
Da beide Kandidaten Hulots Umweltpack unterschrieben haben sind sie auch gewollt, seine Forderungen umzusetzen. Royal erklärte sich bereit, ein Ministerium für nachhaltige Entwicklung zu schaffen, während Sarkozy dieses nur auf die Bereich Umwelt, Transport und Energie begrenzen möchte.[70]

---

[70] Vgl. WEBER: „ Die grüne Welle in der französischen Politik“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007 Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04326.pdf

5.2.7. Institutionelle Reformen

Auch in Punkto institutionelle Reformen sind sich die beiden Hauptkandidaten einig, dass diese dringend verwirklicht gehören, jedoch in unterschiedlichen Ausmaß.
Ségolène Royals Umfeld in der PS besteht aus Reformern, zu denen Vincent Peillon sowie Arnaud Montebourg zählen, die starke Verfechter der These von der VI. Republik sind. Royal selbst nimmt jedoch selbst nicht das Wort der VI. Republik in den Mund, hat aber umfassende Vorstellungen von einer Wiederbegründung der Republik. Ihre bisherige politische Karriere, bietet ihr den idealen Hintergrund, um als Reformerin aus der Region aufzutreten, die mit ihrem Erneuerungsprogramm Paris erobern möchte. Ihr Konzept einer neuen Republik steht für Dezentralisierung sowie eine Verstärkung von direkter Demokratie. Royal möchte so genannte „Bürgerjurys" schaffen, die die Arbeit der gewählten Funktionsträger auf den verschiedenen Ebenen „begleiten" sollen. Zudem möchte sie eine Art Volksbegehren schaffen, wenn eine Million Bürger, verteilt über 30 Departements, dies verlangen. Sie ist auch der Meinung, dass eine „neue parlamentarische Republik" geschaffen werden muss und somit der Paragraph 49.3 abgeschafft werden soll, der das Regieren mittels Verordnung ermöglicht. Eine „verstärkte soziale Demokratie" gehört ebenfalls zu ihren Prioritäten, zu der auch eine Einheitsgewerkschaft (*„syndicalisme de masse"*) zählt, die Tarifverhandlungen erleichtern soll.

Sarkozy sieht ebenfalls eine Erneuerung und Modernisierung der V. Republik vor und ist dabei zunächst nicht zurückgeschreckt das Wort VI. Republik in den Mund zu nehmen. Sein Konzept sieht ein duales politisches System vor, welches dem amerikanischen sehr ähnlich ist. Laut ihm soll die starke Rolle des Präsidenten erhalten bleiben, jedoch soll ihm eine gestärkte Nationalversammlung gegenüberstehen und das Regieren anhand von Verordnung soll beschränkt werden. Die Anzahl der Ministerien will er von 31 auf 15 reduzieren und die Amtszeit des Staatspräsidenten auf maximal zwei Mandate beschränken.[71]

Die Forderungen zur Beschränkung der Befugnisse des Präsidenten, haben bei den Kandidaten in den meisten Fällen jedoch nur so lange Priorität, bis sie selbst in dieses Amt gewählt werden. Ab dann scheint es den meisten doch eher unvorteilhaft, für das Durchsetzen der eigenen Vorstellungen, die eigene Macht einzugrenzen.

5.2.8. Nationale Identität

Der Einzug Le Pens in die zweite Runde bei den Wahlen 2002 hat die französische Bevölkerung in einen Schock versetzt, jedoch bestimmt auch ein Thema, das so zusagen zu den Themen Le Pens gehört, den Wahlkampf 2007. Zu Aktualität des Themas haben sowohl die nationalen als auch internationalen Geschehnisse, wie die Anschläge vom 11. September 2001 und die Pariser Vorstadtkrawalle mit ihren Höhepunkt 2005, die eine Diskussion über die französische Identität hervorgerufen haben, beigetragen.

Die bisher erwähnten Themen haben sich nicht durch den gesamten Wahlkampf gezogen, sondern sind nur von Zeit zu Zeit aufgeflammt. Anders ist dies bei dem Thema der nationalen Identität, welches nie an Brisanz verloren hat. Die Höhepunkte waren als Nicolas Sarkozy den Vorschlag zur Schaffung eines Ministeriums für „Einwanderung und nationale Identität“ präsentierte oder Royals Idee, dass jeder französische Haushalt eine Trikolore zum Nationalfeiertag aus dem Fenster hängen sollte. Sie betonte auch, dass man durch Klarheit über die französische Identität, wieder leichter auf den europäischen Weg zurückkehren könne, nachdem der Verfassungsentwurf von der französischen Gesellschaft abgelehnt wurde. Dadurch zeigt sich deutlich, dass die Kandidaten nicht davor zurückschrecken von der Parteilinie abzudriften um Wählerstimmen dazu zu gewinnen. Bei der Wahl zum Präsidenten handelt es sich also hauptsächlich um eine Personenwahl, und die Linie der Partei tritt in den Hintergrund.
Jedoch findet sie Diskussion um die nationale Identität nicht nur zu Wahlkampfzeiten statt, sondern ist ein allgegenwärtiges Thema in Frankreich.

---

[71] Vgl. VEIT: „Der Lange Marsch in die VI. Republik. Frankreich vor den Wahlen des Jahres 2007“ 2007, Seite 4 bis 6
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04255.pdf

Laut Meinungsumfragen ist auch Rassismus weitgehend verbreitet und so bezeichnen sich 30 Prozent der französischen Bevölkerung als rassistisch und 48 Prozent sind der Ansicht es gäbe zu viele Ausländer in Frankreich. Zuwanderung wird von vielen als eine reale Bedrohung der nationalen Identität empfunden.
In der Öffentlichkeit wird fortlaufend an der Definition der französischen Identität gearbeitet. Es ist auffallend, dass die französischen Ideale von Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit keine vordergründige Rolle dabei einnehmen, sonder die Abgrenzung zum anderen an Bedeutung gewinnt.

Man spricht von einem allgemeinen Rechtsruck bzw. von einer „LePenisierung" der französischen Gesellschaft, da Themen wie nationale Identität und innere Sicherheit, die in den letzten Jahren die Politik dominiert haben, seit jeher im Mittelpunkt des Programms der Front National stehen und daher mit seiner Hauptperson Jean Marie Le Pen assoziiert werden. Da diese Themen die Hauptrolle spielen, müssen die Kandidaten der anderen Parteien zwangsweise auf diesen Zug aufspringen. Lionel Jospin weigerte sich zunächst 2002 auf das Thema der inneren Sicherheit einzugehen, und wirkte dann als er sich doch noch dazu gezwungen sah, dazu Stellung zu beziehen, unglaubwürdig. Der große Vorteil Le Pens ist, die bereits erwähnte automatische Assoziation der Bevölkerung dieser Themen mit ihm, die ihn als dadurch als sehr authentisch und glaubhaft wahrnimmt.
Um den Fehler von Jospin 2002 zu vermeiden, haben sich die Kandidaten Sarkozy und Royal von Anbeginn auf diese Thema eingeschworen, was von Bayrou als „nationalistische Besessenheit" bezeichnet wurde. Er versuchte andere Themen anzusprechen und somit von der Diskussion über die nationale Identität abzulenken. Während Sarkozy um eine harte Linie bemüht war, versuchte Royal den Balanceakt zwischen nationalem Bewusstsein und Nationalismus, indem sie das Zusammengehörigkeitsgefühl einer Nation unterstrich.[72]

[72] Vgl. SCHWARZER/ JONCHERAY: „Debatten, Kalküle und Programme im Präsidentschaftswahlkampf 2007. Weichenstellungen für Frankeichs künftige Politik?" 2007, Seite 15 bis 19
Unter: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=3922

Auf die Frage warum genau in diesem Wahlkampf 2007 das Thema der nationalen Identität von Relevanz war, und wie es Nicolas Sarkozy als Nachkomme ungarischer Einwanderer gelang, sich besonders bei diesem Thema zu profilieren, wird bei der Überprüfung der Hypothesen (7.1.) noch genauer eingegangen. Fest steht bereits jetzt, dass es Sarkozy am besten gelang, die Bevölkerung auf einer Ebene zu erreichen, die ihr die Angst vor der Bedrohung der Einwanderung nimmt, da man von ihm am ehesten zutraute aktiv gegen diese Problematik etwas zu unternehmen.

5.3. Erster Wahlgang

Einen Tag vor dem ersten Wahlgang am 22. April 2007, waren in Frankreich sowohl auf der rechten als auch auf der linken Seite des Parteienspektrums die Ängste groß, dass Bayrou ihnen eine Strich durch die Rechnung ziehen wird. Man erinnerte sich noch nur zu gut an 2002, als Le Pen die zweite Runde erreichte. Die linksliberale Zeitung „Libération" formulierte diesen Zustand folgendermaßen: „Das Gespenst des 21. April 2002, eine schwarze Erinnerung, schwebt über der Wahl".[73] Bayrou konnte sowohl für Sarkozy als auch Royal gefährlich werden: er könnte Royal vom Einzug in die zweite Runde abhalten, und sollte das Duell der zweiten Runde dann Sarkozy gegen Bayrou lauten, wären Sarkozys Chancen gering, gegen ihn als Gewinner hervorzugehen. Die Stimmen der linken Wählerschaft, die sich bei dieser Stichwahl nach dem Prinzip „alles außer Sarkozy" („*tout sauf Sarkozy*") entscheiden würde, würden somit alle auf Bayrou fallen. Kim Rahir erklärt in seinem Artikel, dass besonders bei dieser Wahl auf eine „*vote utile*", also eine „nützliche Stimme" beworben wird. Royal mit der Unterstützung der PS im Hintergrund, setzt ganz auf dieses Argument. Die Wähler sollen ihre Stimme nicht aus Protest an eine der linken Kandidaten verschwenden, die sowieso keine Chance auf die zweite Runde haben, sondern sie sollen sie wählen, um eine Wiederholung des Debakels von Jospin 2002 zu verhindern.

---

[73] Vgl. RAHIR: „Präsidentschaftswahl in Frankreich. Rechte Gespenster, Linke Ängste" 2007 Unter: http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,478275,00.html

Die große Überraschung des ersten Wahlgangs bei den Präsidentschaftswahlen 2007 war, dass es diesmal keine Überraschung gab. Wie erwartet zogen Sarkozy und Royal in die zweite Runde ein, und weder Bayrou noch Le Pen konnten sie dabei ernsthaft gefährden. Ohne Zweifel heißt der große Gewinner des ersten Durchgangs Nicolas Sarkozy, der 31, 2 Prozent (11 Millionen Stimmen) der abgegeben Stimmen erreichen konnte, gefolgt von Ségolène Royal mit 25,9 Prozent, François Bayrou mit 18,6 Prozent und Jean-Marie Le Pen mit 10,4 Prozent.

Das Antreten von Nicolas Sarkozy hat auch zu einer bisher in Frankreich ungekannten Wählermobilisierung geführt, 84,6 Prozent der wahlberechtigten Franzosen sind zu den Urnen gegangen, was somit zur höchsten Wahlbeteiligung in der jüngeren Geschichte Frankreichs geführt hat. Bemerkenswert ist auch, dass sich 1,8 Millionen Franzosen zusätzlich auf die Wählerlisten eintragen ließen. Dies ist ein Anstieg von 4 Prozent. Besonders groß war der Anstieg bei jenem Teil der Bevölkerung, der sich in den letzten Jahrzehnten von der Politik vernachlässigt und unverstanden gefühlt hat. Dazu zählen die sozial schwächeren Schichten, die die Vorstädte von Paris und anderen größeren Städten bewohnen. Sie hielten dich in der Vergangenheit eher von Wahlen fern, da sie keine Lösungsansätze für ihre Probleme in den Parteien und ihren Repräsentanten sahen. Durch die bereits mehrmals erwähnten Vorstadtkrawalle kam es zu einem regelrechten Wachrütteln dieser Wählerschichten.

Mehr hätte man sich im ersten Durchgang vom rechtsextremen Kandidaten Jean Marie Le Pen erwartet. Wurde er bei den Wahlen 2002 zum großen Gewinner des ersten Durchgangs, war er 2007 der große Verlierer. Bei vergangen Wahlen konnte er stets für Überraschungen sorgen, da er von den Umfrageinstituten durchwegs unterschätzt wurde. Bei diesen Wahlen war es umgekehrt. Seine Umfragewerte waren weitaus höher als das tatsächliche Ergebnis von 10,4 Prozent.[74]

[74] Vgl. SCHMID: „Nach dem ersten Wahlgang der Präsidentenwahl: Polarisierung zwischen Mitte und Rechts. Wer wird gewinnen: Schneewittchen oder Giftzwerg?“2007
Unter: http://www.trend.infopartisan.net/trd0507/t270507.html

Auch eher enttäuschend war das Ergebnis des UDF Kandidaten Bayrou, der von den Umfrageinstituten und Medien als ernst zu nehmender Kandidat für die zweite Runde gehandelt wurde. Es ist immerhin ein Achtungserfolg, dass er es mit 18,6 Prozent noch vor Le Pen landete. Die große Niederlage erlitt er erst bei den darauffolgenden Parlamentswahlen, als er mit seiner Zentrumspartei nur 7,3 Prozent erreichte

Nicolas Sarkozy belegte den ersten Platz mit 31,2 Prozent von Ségolène Royal mit 25,9 Prozent. Somit stand das Duell für die Stichwahl fest, das von den Medien zum „Sarko-Ségo Showdown“ hochstilisiert wurde. Im Wahlkampf vor der Stichwahl wurde die Gegenüberstellung der beiden unterschiedlichen Persönlichkeiten noch einmal besonders deutlich sichtbar, da nun nur mehr die Kandidaten, die schon zuvor die meiste Aufmerksamkeit der Medien genossen, auf der Showbühne zu finden waren.

Dass es bei diesen Wahlen mehr noch auf Sympathie und persönliche Eigenschaften der Kandidaten ankommen wird, war spätestens zu diesem Zeitpunkt sonnenklar. Das Ergebnis des ersten Durchgangs zeigt zusätzlich, dass die französische Bevölkerung nicht für große Umstürzte bereit ist. Insgeheim hat man darauf gehofft, dass Sarkozy und Royal weiterkommen und so wurde auch mit großer Mehrheit dafür gestimmt. Der Generationenwechsel scheint den Franzosen Umbruch genug, und die Sehnsucht nach längerfristiger Stabilität ist größer als die“ Experimentierfreudigkeit“ mit Parteien und Kandidaten.

5.4. Stichwahl

Nicolas Sarkozy hat es geschafft, mit 52 Jahren wurde er zum sechsten Präsidenten der Fünften Republik gewählt. Sofort nach seinem Wahlsieg wandte er sich, seiner polarisierenden Wahrnehmung, bei den Teilen der Bevölkerung, welche nicht zu seinen Anhängern zählen, bewusst, an das Volk und rief zur Einheit auf. Bei dieser Siegesrede, von zahlreichen jungen Fans am Place de la Concorde bejubelt, betonte der frisch gebackene Präsident er werde der „Präsident aller Franzosen sein, und dies ausnahmslos“.



Abb. 2.: Junge Sarkozy Fans feiern den Sieg [75]

Des Weiteren versprach seine Wahlversprechen einzulösen und sagte: „Ich werde Euch nicht betrügen, ich werde Euch nicht belügen, ich werde Euch nicht enttäuschen." Die Franzosen wurden auch von ihm aufgefordert großzügig, tolerant und brüderlich zu sein. Er betonte seine Liebe und seinen Stolz für Frankreich, und dass er als Präsident alle Franzosen liebe, da es nur ein Frankreich gibt. Den viel beworbenen Umbruch *(„rupture")* während des Wahlkampfes wurde wieder betont. Sarkozy betonte, dass die Franzosen bereit sind für diesen Wandel und beruhigte zugleich die europäischen Partner indem er sich als überzeugter Europäer gab. Auch die Freundschaft zu Amerika wurde betont und Werte wie Arbeit, Autorität, Moral und Respekt wurden hervorgehoben um den Stolz der Franzosen für ihr Land wieder zu beleben.[76]

---

[75] Unter : http://www.lefigaro.fr/basephoto/20070506.PHO2586.jpg

[76] Vgl. WIEGEL: „Stichwahl. Sarkozy wird Präsident Frankreichs" 2007
Unter:
http://www.faz.net/s/RubDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23A0/Doc~E675D8C9BE45D4B1192B139AE1B6E5599~ATpl~Ecommon~Sspezial.html

Die eindeutige Niederlage Royals und der Sieg Sarkozys sind darauf zurückzuführen, dass es ihm gelang die Wähler des Front National, für die Chirac nicht wählbar war, anzusprechen. Winfried Veit betont in seinem Artikel „ Sarko – Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“, dass Sarkozy bewusst Themen aus dem rechtsnationalen Spektrum, aufgriff und den Begriff der „nationalen Identität“ zu einer seine zentralen Wahlkampfparolen machte. Sarkozy sagte selbst er schrecke vor dem „politisch Unkorrekten“ nicht zurück und nehme sich Themen wie Migration, Integration und Kriminalität an.[77]

Hinzu kommt, dass Sarkozy die Wähler Bayrous aus der ersten Runde für sich vereinen konnte, obwohl es von seiner Seite eine indirekte Aufforderung zur Wahl Royals gab, indem er sagte er werde nicht für Sarkozy stimmen.

5.6. Die Medien im Wahlkampf

Wie in jedem Wahlkampf spielen die Medien eine tragende Rolle, da über sie die Botschaften hauptsächlich vermittelt werden. Ihre Konzentration auf die zwei Hauptpersonen Nicolas Sarkozy und Ségolène Royal haben maßgeblich zu dem hohen Personalisierungsgrad in diesem Wahlkampf beigetragen. Über die Grenzen Frankreichs war bekannt, dass Sarkozy mächtige Persönlichkeiten aus der Industrie, die auch Eigentümer der größten Medienkonzerne Frankreichs sind, zu seinen persönlichen Freunden zählt. Daher fürchtete man um die Unabhängigkeit der französischen Medien in diesem Wahlkampf. Im Folgenden soll ein genauerer Blick auf diese Situation geworfen werden, wobei besonders auf den Text von Lars Weber, „Die französischen Medien im Präsidentschaftswahlkampf“ Bezug genommen wird.

Weber behauptet in seinem Text, dass sowohl Royal als auch Sarkozy zu einer neuen Politikergeneration gehören, die sich im Wahlkampf neuer Technologien

---

[77] Vgl. VEIT: „Sarko- Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“ 2007. Seite 3
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Sarko-Sego.pdf

bedienen, um sich mit ihren Anhängern auszutauschen und nicht davor zurückschrecken ihr Privatleben in die Öffentlichkeit zu stellen. Royal sorgte zu ihren Zeiten als Ministerin für Aufsehen, als sie nach der Geburt ihrer Tochter die Medien zu sich ins Krankenhaus einlud.[78]

Des Weiteren führt er an, dass sich besonders der Kandidat der UDF sich über die Konzentration der Medien auf Sarkozy und Royal beschwerte. Er sprach von einer „Bipolarisation" der Medien. Dies geschah im Januar 2007 als Bayrou in den Umfragen bei ca. 6 Prozent lag. Tatsächlich gab bei der Berichterstattung ein Ungleichgewicht. Die französische Rundfunkbehörde CSA (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*), stellte fest, dass Sarkozy und Royal zusammen auf 52 Prozent Sendezeit, im Zeitraum von Dezember 2006 bis Mitte Februar 2007, kamen. In Folge dessen bemühten sich die Medien um eine ausgeglichene Berichterstattung. Bayrou wurde mehr Aufmerksamkeit geschenkt und seine Umfragewerte sind rasant angestiegen. Zwischenzeitlich kam er auf 24 Prozent und zog somit gleich mit Royal und lag nur knapp hinter Sarkozy. Gerade Bayrou, der sich über mangelnde Aufmerksamkeit der Medien beklagte, entwickelte sich zum Medienstar. Ab diesen Zeitpunkt wurde dann von einer „Tripolarisation" der französischen Medien gesprochen.[79]

Die Rolle der so genannten „neuen" Medien muss bei diesem Wahlkampf erwähnt werden. Die in Frankreich besonders beliebten Blogs, wurden von den Anhängern besonders intensiv genutzt. Im Gegensatz zum Wahlkampf 2002 spielte das Internet 2007 eine tragende Rolle. Royal nutze das Internet besonders intensiv für die Erstellung ihres 100 Punkte Programms, das folglich in ihr Wahlprogramm einfloss. An diesem Programm konnte jeder interessierte Franzose online mitgestalten.[80]

---

[78] Vgl. WEBER: „Die französischen Medien im Präsidentschaftswahlkampf" 2007 Seite 1
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Medien%20im%20Wahlkampf.pdf

[79] Vgl. ebenda Seite 2

[80] Vgl. ebenda Seite 4

VI. Performing Sarkozy

6.1. Die Person Nicolas Sarkozy

6.1.1. Ausbildung und erste Schritte in die Politik

Sarkozy ist ein ungarischer Name, dies ist allgemein bekannt. Gerade ein Sohn eines Einwanderers macht das Thema der „nationalen Identität“ zum Mittelpunkt seines Wahlkampfs. Wer genau ist dieser Mann, der Frankeich im Sturm erobert? Im Folgenden wird ein genauerer Blick auf die Privatperson und den Politiker Nicolas Sarkozy geworfen, um seine Wahlkampthemen und seine Wahlkampfführung besser nachvollziehen zu können.

Am 28. Jänner 1955 wird Nicolas Sarkozy in Paris geboren. Sein Vater Pal Nagy Bocsa y Sarkozy aus dem ungarischen Kleinadel stammend, floh vor dem kommunistischen Regime in seiner Heimat nach Frankreich. Er heiratete in die französische „*haute bourgeoisie*“ ein indem er die französische Juristin Andrée Mallah ehelichte. Neben Nicolas gingen noch zwei weitere Söhne aus der Verbindung hervor. Die drei Brüder wuchsen in der großväterlichen Villa in Paris nahe dem Park Monceau auf. Die Mutter legte großen Wert auf eine traditionelle Erziehung ihrer Kinder, daher besuchten sie die katholische Privatschule Saint-Louis. Als Nicolas fünf Jahre alt war ließen sich die Eltern scheiden und von nun an kümmerte sich der Vater nur noch gelegentlich um seine Söhne.[81]

Vielleicht hängen Sarkozys heutige Zielstrebigkeit und sein unermüdlicher Drang Kontrolle und Macht an sich zu binden mit seiner nicht einfache Kindheit zusammen. Reza beschreibt Sarkozy in ihrem Buch als einen rastlosen, unermüdlichen und extrem launischen Menschen.

---

[81] Vgl. WIEGEL: „Nicolas Sarkozy. Der Eroberer.“ 2007
Unter:
http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E02136C6D456D4D809A7BE30A2F220A75~ATpl~Ecommon~Scontent.html

Unterschiede zwischen Sarkozy und seinen Vorgängern im Präsidentenamt finden sich in seiner Ausbildung. Wie bereits erwähnt besuchte er eine katholische Konfessionsschule, und keine Elite-Gymnasium und auch keine Grand École, wie die ENA (*École Nationale d'Administration*) welche Ségolène Royal und auch Jaques Chirac absolvierten. Er studierte wie seine Mutter Jura an der vornehmen Universität von Nanterre. Wegen seiner schwachen Englischkenntnisse schaffte er jedoch nicht den Abschluss an dem angesehenen Science- Po. Nach einer eher untypischen Ausbildung für einen künftigen Präsidenten, begann Sarkozy seine politische Karriere im Gemeinderat der wohlhabenden Stad Neuilly-sur-Seine.[82]

Seine Aufgabe im Gemeinderat nahm er trotz seiner nur 22 Jahren besonders ernst und ging jeden Samstag zu Fuß in ein anderes Stadtviertel um mit den Bewohnern in Kontakt zu treten, und verpasste nie eine Veranstaltung eines in der Stadt ansässigen Vereins. Die Leidenschaft und das Interesse für die Gaullisten entstanden jedoch schon früher. Man sagt, dass er bereits mit dreizehn Jahren an einer Demonstration für die Gaullisten teilnehmen wollte, von der ihn seine Mutter mit Hilfe des Schuldirektors gerade noch abhalten konnte.[83]

1982 ehelichte Sarkozy die gebürtige Korsin Marie-Dominique Culioli. Zusammen haben sie zwei Söhne, die nach den Namenspatronen der beiden Kirchen, Piere und Jean, getauft wurde. Ein Jahr später mit nur 28 Jahren, schlägt er den erfahrenen Politprofi Charles Pasqua bei der Bürgermeisterwahl der Stadt Neuilly-sur-Seine. Als Bürgermeister der Stadt, entstanden die engen Kontakte zur Creme de la Creme der französischen Wirtschaftswelt als auch des Showbusiness, wo er auch seine zweite Frau, Cecilia Ciganer-Albeniz, kennenlernte.[84]

---

[82] Vgl. JOFFE: „Und der der Sieger heißt…Sarko“,2007
Unter: http://www.zeit.de/online/2007/19/sarkozy-wahlsieg-kommentar

[83] Vgl. HÈNARD: „Ein Selfmademan aus ehrgeizigem Hause“
Unter : http://sc.tagesanzeiger.ch/dyn/news/ausland/734988.html

[84] Vgl. ebenda

6.1.2. Politischer Aufstieg und die Beziehung zu Jaques Chirac

Bereits bei der Gründung der neogaullistischen RPR 1976 durch Chirac war Sarkozy ganz vorne dabei. Er begründete es damit, dass er „ die volkstümliche Seite der Gaullisten und das typisch Französische an ihnen“ besonders mochte.[85] Seine Karriere innerhalb de Partei führte ihn durch ehrgeizige Arbeit steil nach oben. Bis zum Jahr 2002 blieb er Bürgermeister von Neuilly-sur-Seine, ganze 19 Jahre. Über die Stadtgrenzen hinaus bekannt wurde er 1993 als er sich als geschickter Verhandler bei einer Geiselnahme bewies. Sarkozy hielt den geisteskranken Erpresser in einer Schule von Neuilly-sur-Seine so lange auf Trab, bis dieser einschlief und die, die Kinder unverletzt von einem Spezialkommando befreit werden konnten.[86]

Als nächste Station in seiner politischen Karriere war ein Ministeramt (1993 bis 1995) in der Balladur Regierung. Mit nur 38 Jahren wurde er zum Haushaltsminister und gleichzeitig zum Sprecher der Regierung ernannt. [87]

Eine enge Beziehung hatte Sarkozy zu seinem politischen Ziehvater Jaques Chirac. Chirac vertraute ihm sogar seine zweite Tochter Claude an, um sie in die Politik einzuführen. Es wurde darüber spekuliert ob bei dieser Verbindung mehr entstehen würde, das Verhältnis blieb jedoch rein freundschaftlich. Claude Chirac machte ihm zu ihren Trauzeugen bei ihrer Hochzeit mit dem Politologen Phillioppe Habert. Sarkozy gehörte somit trotzdem fast zur Familie Chirac.[88]

Zum Bruch mit der Familie Chirac kam es im Jahr 1995, als Balladur sich entschloss gegen Chirac zu kandidieren und Sarkozy ihn und nicht Chirac, seinen ehemaligen

---

[85] Vgl. ebenda

[86] Vgl. ebenda

[87] Vgl. SCHWARZER/ JONCHERAY: „Debatten, Kalküle und Programme im Präsidentschaftswahlkampf 2007. Weichenstellungen für Frankreichs künftige Politik?“ 2007, Seite 34 Unter: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=3922

[88] Vgl. WIEGEL: „Nicolas Sarkozy. Der Eroberer.“ 2007 Unter: http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E02136C6D456D4D809A7BE30A2F220A75~ATpl~Ecommon~Scontent.html

Mentor, unterstützte. Dies sollte sowohl der Wahlsieger Jaques Chirac als auch seine Frau Bernadette Sarkozy nie mehr verzeihen. Bernadette bezeichnete ihn als „Brutus“ und Jaques Chirac machte es sich zum Ziel, seinen politischen Aufstieg zu wie seine Karriere zu verhindern.[89]

Sarkozy beschreibt in seinem Buch „Libre“ das komplizierte Verhältnis zum Präsidenten Jaques Chirac. Er sagt, dass Chirac ihn zwar nicht hasst, ihn jedoch fürchtet und dies noch viel schlimmer sei. Er hat ihm eine Schweigestrafe auferlegt, die für Sarkozy nicht leicht war, und hat erst wieder 1997 mit ihm Kontakt aufgenommen.[90]

Mit dieser Verachtung Chiracs und den verlorenen Europawahlen 1999, die unter seiner Leitung standen, hatte Sarkozy erste politische Rückschläge erlebt. Die von ihm angeführte Liste erreichte auf Grund konkurrierender Rechtslisten nur 13 Prozent. Schon damals versuchte er den Parteivorsitz an sich zu reißen, was Chirac aber noch einmal zu verhindern wusste.[91]

Sarkozy musste bis 2002 warten, als er nach der Wiederwahl Chiracs zum Präsidenten unter Premierminister Jean-Pierre Raffarin, das Innenministerium bekam. Dies war von besonders großer Bedeutung, nachdem das Thema innere Sicherheit beim Wahlkampf um das Präsidentenamt dominiert hat und die Öffentlichkeit noch immer unter dem Schock stand, dass Jean-Marie Le Pen die zweite Runde erreicht hatte. In der Zeit als Innenminister bis 2004, hat er sich ein Image des harten Mannes und des Law-and-Order Politikers aufgebaut, der hart gegen die Vorstadtkrawalle vorgeht. Er nutze dieses Amt um sich selbst mehr in die Öffentlichkeit zu bringen und sein Ansehen zu steigern.[92]

---

[89] Vgl. ebenda

[90] Vgl. ebenda

[91] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy“ 2004. Seite 3
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

[92] Vgl. SCHWARZER/ JONCHERAY: „Debatten, Kalküle und Programme im Präsidentschaftswahlkampf 2007. Weichenstellungen für Frankeichs künftige Politik?“ 2007, Seite 34
Unter: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=3922

Mit Hilfe von Polizeipräsenz an öffentlichen Orten, Videoüberwachung und Radarkontrollen, schaffte es Sarkozy die Kriminalitätsrate auffallend zu senken und damit seine Popularität weiter zu steigern. Obwohl Sarkozy zur Partei des Präsidenten gehört, nimmt er sich als einziges Kabinettsmitglied kein Blatt vor den Mund und kritisiert den Präsidenten und seine Politik öffentlich. Dadurch wurde seine Beliebtheit, innerhalb und außerhalb der UMP, derartig gesteigert, dass Chirac ihn zwangsweise bei der Kabinettsumbildung nach den verlorenen Regionalwahlen 2004, nicht nur zum Finanzminister sondern auch zu einem Staatsminister machen musste.[93]

2004 gelang ihm ein weiterer Schritt in Richtung ganz nach oben. In Le Bourget wurde er zum Vorsitzenden der Regierungspartei UMP gewählt, und das mit überwältigender Mehrheit von 85 Prozent der abgegeben Stimmen. Auch die Wahlbeteiligung war überdurchschnittlich hoch bei dieser Abstimmung, die über mehrere Tage andauerte. Fast 55 Prozent der Parteimitglieder haben gewählt, was einer Verdoppelung zur letzten Abstimmung 2002 entspricht, als Alain Juppé zum ersten Vorsitzenden der damals neu gegründeten UMP gewählt wurde. Nachdem klar war, dass die beiden unbedeutenden Kandidaten gegen Sarkozy aussichtslos waren, feierten 40 000 Sarkozy Getreue ihren Star.[94]
Schon damals liebte Sarkozy die Show und große Inszenierungen um seine Person. Bei diesem Parteitag der UMP wurde von einer pompösen Aufführung nach amerikanischem Vorbild gesprochen, eine Assoziation, die von nun an den politischen Werdegang des Nicolas Sarkozy begleiten sollte.

Eigentlich hatte Chirac, nachdem sich Sarkozy von ihm abwandte, Juppé weiterhin für den Parteivorsitz als auch für seine Nachfolge vorgesehen. Juppé jedoch war bereits während seiner Zeit als Premierminister von 1995-1997 unbeliebt und an ihm haftete das Image des kalten Technokraten. Zudem stolperte Juppé im Frühjahr 2004 über einen Parteifinanzierungsskandal. Auf Grund des Urteils konnte er zehn

---

[93] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy“ 2004. Seite 3
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

[94] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy“ 2004. Seite 2
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

Jahre kein öffentliches Amt mehr ausüben und der Weg für Sarkozy an die Parteispitze stand somit frei. Auch die Chiraquisten wie Innenminister Dominique de Villepin oder auch Regierungschef Jean-Piere Raffarin wagten nicht gegen den populären Sarkozy zu kandidieren.[95]

Das Sarkozy hoch hinaus wollte, hatte er nie verheimlicht und sogar groß angekündigt. Bereits vor seiner Kür zum Parteiführer hatte Sarkozy angekündigt, dass er die UMP, das „Baby" Chiracs, zu einer „großen, modernen, offenen und vielfältigen politischen Formation" machen zu wollen. Er meinte, dies sei notwendig um „das politische Leben in Frankeich wieder interessanter zu machen".[96]

6.2. Die Kampagne Sarkozy

Der Wahlkampf von Sarkozy hat viel früher begonnen als seine eigentliche Kampagne. Es ging darum sich innerhalb der Partei durchzusetzen und die idealen Voraussetzungen für eine Präsidentschaftskandidatur zu schaffen. Sarkozy hat es verstanden bereits vor dem offiziellen Wahlkampf, auf sich aufmerksam zu machen und seine Themen in den Mittelpunkt zu stellen. Durch die UMP hat er kontinuierlich thematisch fokussierte Parteikongresse zu wichtigen Fragestellungen, die dann zu seinen Wahlkampfthemen werden sollen, organisiert. Die Orte hat er so gewählt, dass er in seiner Funktion als Parteipräsident vor den unterschiedlichsten Zielgruppen, große politische Grundsatzreden, die schon als Wahlkampfreden eingestuft werden können, halten konnte.[97]

Im Folgenden wird geschildert wie sich Nicolas Sarkozy innerhalb der Partei gegen Dominique de Villepin durchsetzt und den Auftakt zu seiner Kampagne bei der UMP Sommeruniversität setzt. Danach wird auf Sarkozys eigentliche Wahlkampagne,

---

[95] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy" 2004. Seite 2
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

[96] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy" 2004. Seite 4
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

[97] Vgl. GORAWANTSCHY: „ Frankreich im September 2006: La rentrée als Auftakt zum Vorwahlkampf" 2006. Seite 6
Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_9089-544-1-30.pdf

seinen Auftritt beim TV-Duell gegen Royal sowie auf seinen Onlinewahlkampf eingegangen.

6.2.1. Rivalität mit de Villepin und die Folgen des CPE

De Villepin und Chirac hatten ein Ziel, und dies hieß eine Präsidentschaftskandidatur von Sarkozy zu verhindern. Chirac ging davon aus, dass wenn er Sarkozy untersagte gleichzeitig einen Ministerposten als auch den Parteivorsitz der UMP innezuhaben, in die Knie zwingen könne. Sarkozy jedoch kündigte seinen Rücktritt als Minister an, zu dem Zeitpunkt wo er an die Spitze der Partei gewählt wird. Mag es zwar auf den ersten Blick seltsam erscheinen, einen prestigeträchtigen Ministerposten für den Parteivorsitz aufzugeben. Betrachtet man jedoch die unterschiedliche Höhe der finanziellen Förderungen für eine Präsidentschaftskandidatur, wird die Entscheidung nachvollziehbar.

Villepin hatte das große Pech, dass während seiner Zeit als Premierminister, versucht wurde der Erstanstellungsvertrag CPE (*Contrat premier embauche*) durchzusetzen. Dieses Gesetz entstand als Reaktion auf die jugendlichen Vorstadtkrawalle, die primär auf eine besonders hohe Arbeitslosigkeit unter Jugendlichen zurückzuführen ist. Der CPE sieht vor, dass Junge Arbeitssuchende (unter 26) mit einem unbefristeten Arbeitsvertrag bei Unternehmen angestellt werden können. Das heißt, die Arbeitnehmer werden mit gleichem Lohn wie alle anderen bezahlt, aber es besteht eine viel längere Probezeit, nämlich zwei Jahre. In diesen zwei Jahren kann der Arbeitgeber den Arbeitnehmer ohne Angaben von Gründen entlassen.

Die Regierung hat sich weder mit den Gewerkschaften, den Arbeitgebern noch mit dem Rat der Arbeits- und Sozialminister beraten und auch keine Debatte im Parlament zugelassen. Das Gesetz wurde mit dem Notverordnungsartikel 49.3 durchgesetzt, folglich kam es zu massiven Protesten bei der Bevölkerung. Die Proteste von Studenten, Schülern und Gewerkschaftvertretern nahmen derartige Ausmaße an, dass das öffentliche Leben in Frankreich zum Stillstand gelang. Am Ende sah sich die Regierung gezwungen dem Druck der Straße nachzugeben. Obwohl das Gesetzt in Kraft war ordnete Chirac an das Gesetz nicht anzuwenden.

Dies war nicht nur rechtlich fragwürdig, sondern implizierte auch einen drastischen Legitimationsverlust für den Premierminister Villepin, da Sarkozy und weitere UMP Mitglieder die Krise in den Griff bekommen sollten und mit der Ausarbeitung eines neuen Gesetztes beauftragt wurden.

Die Zuspitzung um den CPE hat die Spaltung des rechtbürgerlichen Lagers deutlich gezeigt und den bereits bestehenden Konkurrenzkampf zwischen de Villepin und Sarkozy verstärkt. Zu diesem Zeitpunkt dürfte de Villepin jedoch selbst bereits klar gewesen sein, dass durch seine schlechte Positionierung eine Kandidatur für das Präsidentenamt, eher unwahrscheinlich ist.[98]

Hinzu kommt noch die so genannte „Clealstream Affäre“ die den Premierminister nachhaltig geschadet hat und die Rivalität zwischen Sarkozy und Villepin demonstrierte. Clearstream ist der Name eines Luxemburger Finanzinstituts, bei dem mehrere französische Politiker ein Konto haben, auf welches Kommissionsgelder geflossen sein sollen in Zusammenhang mit dem Verkauf von französischen Fregatten an Taiwan. Die Medien veröffentlichten eine Liste der Politiker mit solchen Konten, auf der sich auch der Name von Nicolas Sarkozy befand. Die Liste stellte sich im Nachhinein als gefälscht heraus. Überraschenderweise wurde die Affäre besonders brisant für den Premierminister Villepin, der eine nochmalige Untersuchung anordnete, obwohl er in seiner damaligen Funktion als Außenminister nicht die Befugnisse dazu hatte.[99] Der Verdacht einer Verschwörungsaktion gegen Sarkozy entstand somit fast zwangsweise, obwohl dies von Villepin natürlich dementiert wurde. Das Image eines unfairen Kämpfers, ist in einem Wahlkampf fatal, da man mit diesem kein Vertrauen beim Wähler erzeugen kann.

---

[98] Vgl. GORAWANTSCHY: „La Méthode de Villepin gescheitert – die Krise der V. Republik dauert an“ 2006
Unter: http://www.kas.de/proj/home/pub/30/1/year-2006/dokument_id-8377/index.html

[99] Vgl.GORAWANTSCHY: „La Méthode de Villepin gescheitert – die Krise der V. Republik dauert an“ 2006
Unter: http://www.kas.de/proj/home/pub/30/1/year-2006/dokument_id-8377/index.html

Auch im Duell mit dem Premierminister zeigt sich Sarkozys unermüdlicher Wille, es ganz nach Oben zu schaffen. Hier spielte ihm auch ein glücklicher Zufall in die Hände, die Schwächung von de Villepin lies sich nicht vorausahnen. Sarkozy bewies aber auch politische Raffinesse, indem er sich als Krisenmanager hervortat. Dadurch konnte er sein „Macher-Image" vertiefen und den Vertrauensvorschuss bei der französischen Bevölkerung weiter ausbauen. Ein weiterer genialer Schachzug von dem begnadeten Politiker Nicolas Sarkozy.

6.2.2. Auftakt zum Vorwahlkampf

Nach den Unruhen und Streitigkeiten im Frühjahr um den CPE und um die Vorherrschaft innerhalb der UMP war man bei der Sommeruniversität in Marseille, die von der Jugendorganisation (*Jeunes Populaires*) jedes Jahr organisier wird, um Einheit und um ein geschlossenes Bild bemüht. Das Motto der diesjährigen Veranstaltung, (*construire ensemble*) lies dies schon vorausahnen. Der Star der Veranstaltung hieß ohne jeden Zweifel Sarkozy, und Experten sahen ihn bereits als den Kandidaten der UMP da seine Rede besonders großes Interesse hervorrief und bereits präsidialen Charakter besaß. Bewusst wurden von ihm die Themen innere Sicherheit und die Einwanderung nicht angesprochen, da ihm seine spaltende Wirkung bei der Bevölkerung bewusst ist. Stadtdessen sprach er sein jugendliches Publikum direkt an und ging auf ihre echten Sorgen und Probleme ein. Der Kontrast zu Chirac, der ihm Vorjahr eine eher trockene Fernsehdiskussion mit Jugendlichen vor dem Referendum zum EU-Verfassungsvertrag geführt hatte, war unübersehbar.[100] Einmal wieder gelang es Sarkozy die Botschaft des Aufbruchs und der Veränderung, mit seiner Anhängerschaft und den übrigen potenziellen Wählern, erfolgreich zu übermitteln.

Das Duell zwischen Sarkozy und Villepin war nach dem Sommer auch entschieden. Die Eröffnungsrede von Villepin wies eindeutig darauf hin, indem er seinen ehemaligen Konkurrenten in übertriebenem Ausmaße lobte:

---

[100] GORAWANTSCHY: „ Frankreich im September 2006: La rentrée als Auftakt zum Vorwahlkampf" 2006. Seite 1-2
Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_9089-544-1-30.pdf

„*Merci Nicolas, Ce que vous avez fait de l'UMP es un atout pour notre famille tout entière et je veux vous remercier.(…) Mon premier message, c'est mon engagement: notre famille sera rassemblée pour les grandes échéances de l'année prochain. (…) Nous avons tout dans nos mains pour gagner pour la France, à condition de rester fidèles à nos deux exigences : l'action e le rassemblement.* "[101]

Diese Worte ließen die Einheit der UMP besonders glaubhaft nach außen wirken. Dazu beigetragen hat auch die Anwesenheit von Kabinettsmitgliedern, die als Chiracgetreue bekannt sind. Ein besonders großer Vorteil für Sarkozy und die UMP, wenn man sich die Parteiinternen Machtkämpfe um die Kandidatur der PS in Erinnerung ruft.

6.2.3. Sarkozys Kampagne : „Ensemble tout devient possible"

„Gemeinsam ist alles möglich" (*Ensembele tout devient possible*), so die offizielle Botschaft und das Leitmotive der Kampagne Sarkozy. Die Kampagne setzte sich aus den Wahlkampftools: Buchpublikationen, Fernsehen, Printmedien, Direct Mail, Wahlkampfevents und Internet zusammen, die in den folgenden Abschnitten noch genauer analysiert werden.

In der Kampagne Sarkozy war der „Bruch"(*rupture*) von Anfang an ein zentraler Begriff und somit ein zentrales Thema seiner Kampagne. Vergleichbar mit „change", auf das der neu gewählte US-Präsident, seine Wahlkampagne aufgebaut hatte, jedoch ruft Sarkozys Begriff „Bruch" radikalere Assoziationen hervor und erzeug auch Angst unter der gesamten französischen Wählerschaft.[102] Daher musste sich während seines ganzen Wahlkampfs darum bemühen, den Wählern diese Angst wieder zu nehmen und sein radikales Image abschwächen.

---

[101] ebenda. Seite 2

[102] Vgl. CALVET: „Royal/Sarkozy Krieg der Worte" Seite 1
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04331.pdf

Calvet beschreibt den Wahlkampf von Sarkozy und Royal regelrecht als einen Krieg der Worte und beschreibt, dass Sarkozy bei seinen Auftritten sehr oft das Wort *Arbeit* während Royal von *Beschäftigten* spricht. Während Royal den Begriff *Arbeit* mit *Würde*, *Bedingungen, Gesetzbuch* und *Vertrag* in Verbindung bringt, spricht Sarkozy von *Respekt*, *Aufwertung*, *Rehabilitierung* und *Wert*. Das Wort Arbeit ist bei Sarkozys Reden besonders beliebt. Als Beispiel führt Calvet Nicolas Sarkozys Antrittsrede, bei der er das Wort 32mal benutzt hatte. Es lag hinter den Worten Frankreich (88mal) und Republik (52mal) an dritter Stelle. Da diese Worte aber eng mit dem Kontext verbunden sind, können diese nicht gezählt werden und somit war Arbeit das beliebteste Wort von Sarkozy.[103] Dadurch wird gezeigt, dass Sarkozy nicht nur versucht im Lager der rechten Wählerschaft zu fischen. Arbeit ist traditionell ein „linkes" Thema, und da es Sarkozy gleichermaßen auf diese „abgesehen" hat, nimmt Arbeit ein zentrales Thema in seiner Kampagne ein.

6.2.4. Sarkozys Buchpublikationen

Dass Bücher ein sehr beliebtes und wirkungsvolles Wahlkampftool sind, hat sich in der Vergangenheit bewiesen. Auch hier kann der Vergleich zu Barack Obama gezogen werden, der vor seiner Kandidatur für das amerikanische Präsidentenamt zwei autobiographische Werke veröffentlicht hat. Bücher geben den Kandidaten ausreichend Platz ihre politische Sozialisierung zu beschreiben, und ihre Überzeugungen zu präsentieren.

In Frankreich hat die Veröffentlichung von Büchern bei Präsidentschaftskandidaten und denen die es werden wollen, große Tradition. Sie verfolgen damit zwei Hauptziele:

- Image- und Themenaufbau des Kandidaten
- Lieferung von Gesprächsstoff für die Talkshows, aufgrund der starken Regulierung der eigenen Kommunikationswege.

---

[103] Vgl. ebenda. Seite 2

Auch hier hat Sarkozy darauf gesetzt besonders früh mit seinen Publikationen zu beginnen. Ein besonders kluger Schachzug war auch, dass er einen Teil seiner Veröffentlichungen von seinem strategischem Team begleiten ließ.

Seine erstes Buch präsentierte Sarkozy bereits 2001, welches den Titel „Frei. Die Rechte im Herzen“ *(Libre. La Dreoit au coeur).* Darin präsentierte Sarkozy zum ersten Mal seine Vision einer „offenen Rechten“ und klagt den compassionate conservatism angelsächsischer Prägung an. Dieses Werk wurde 2003 erneut aufgelegt.

Darauf folgte im Oktober 2004 „Die Republik, die Religionen, die Hoffnung“ *(La République, les religions, l’espérance,* welches er gemeinsam mit Thibaud Collin und Philippe Verdin verfasst hat. In diesem Werk behandelt er das Thema Laizismus im Zusammenhang mit dem Islam in Frankreich. Er kritisiert dieses Tabuthema und spricht von seinen Ideen einer Revision des Gesetzes von 1905, das eine Trennung von Kirche und Staat vorschreibt. Weil die muslimische Gemeinschaft in Frankreich gegenüber der katholischen Kirche oder dem Judentum „Nachholbedarf“ habe, soll der Staat die Gemeinschaft beim Bau von Moscheen und der Ausbildung von Imamen unterstützen. Damit möchte er einer Radikalisierung vorbeugen und die Entwicklung eines gemäßigten französischen Islam fördern.[104]

Im gleichen Jahr gab Sarkozy zwei weitere Bücher heraus. Einen Sammelband gemeinsam mit Michel Bouvier über die Reform der öffentlichen Finanzen. Somit konnte Sarkozy zeigen, dass er sich auch Expertise in einem Kernbereich der Politik besitz. Ein allgemein bekanntes Zitat aus Bill Clintons Präsidentschaftskampagne von 1992 „It’s the economy, supid“ verdeutlicht die Absichten von Sarkozy in diesem Fall. Zusätzlich erschien noch ein Sportbuch gemeinsam mit Pascal Leroy.

Im darauf folgenden Jahr kam es zu einer Widerveröffentlichung der 1994 erschienen Schrift Sarkozys über den Politiker Georges Mandel („Georges Mandel:

---

[104] Vgl. VEIT: „Das Phänomen Sarkozy“ 2004. Seite 5-6
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf

Der Mönch der Politik. *Georges Mandel: Le moine de la politique*), der wie Sarkozy jüdischer Abstammung war und sein Leben der französischen Politik widmete.

Im gleichen Jahr erschien ein weiteres Buch, das sich wiederum mit einem „härteren" Thema befasste, nämlich dem Verhältnis des Staates zur Wirtschaft. Da es sich dabei um ein nationales Finanzgesetz handelt, das LOLF abgekürzt wird lautet der Titel: „Management mit LOLF: LOLF und die Entwicklung der Kontrolle der Wirtschaft in der Staatsverwaltung" (*Manager avec LOLF: LOLF et développement du contrôle de gestion dans l'administration de l'Etat*).

Dies zeigt, dass Sarkozy darum bemüht war sowohl philosophisch angehauchte Werke, die seine Überzeugungen präsentieren, als auch Werke zu pragmatischen Themen wie Finanzen und Wirtschaft, zu veröffentlichen. Dadurch konnte er seine Vielseitigkeit unter Beweis stellen und sich gleichzeitig einer breiten Leserschaft präsentieren.

Eine spontane Aktion war das erneute Auflegen des oben erwähnten Buches „Die Republik, die Religionen, die Hoffnung", als es 2005 wiederholt zu den Vorstadtunruhen kam.

Das erste tatsächliche Wahlkampfbuch Sarkozys erschien 2006 unter dem Titel „Zeugnis" bzw. „Die Zeugen- Aussage" (*Témoignage*). Sarkozy zeichnet ein großes Bild von seinen politischen Zielen und Pläne für Frankreich. Ein Buch das bereits präsidiale Charakter besitzt, da Sarkozy auf die Verwirklichung seiner Ideen als Präsident eindeutig anspielt.

Im gleichen Jahr erschien auch „Bewachung der Waffen: Für eine Zäsur" (*Veilée d'armes: Propos pour la rupture*). Hier schlägt Sarkozy einen härteren Ton an und sprich von der absoluten Notwendigkeit von Reformen. Das Stichwort „rupture" wird seither mit Sarkozy besonders stark assoziiert.

Da das Thema innere Sicherheit den letzten Präsidentschaftswahlen 2002 die entscheidende Rolle gespielt hat, geht Sarkozy schon vorweg intensiv auf dieses Thema ein. 2007 veröffentlichte er „Die Sicherheitsstrategien 2002-2007 Mit 150 Vorschlägen um weiterzukommen" (*Les stratégies de la sécurité 2002- 2007. Avec*

150 propositions pour aller plus loin). Damit sollte die tatkräftige Arbeit von Sarkozy als Innenminister in diesem Bereich hervorgehoben werden, da man in Sarkozys Kampagenteam befürchtete, die Linke würde die Situation in den Vorstädten Sarkozy in die Schuhe schieben.

Im gleichen Jahr erschien nur wenige Tage vor dem Wahltermin ein Buch, dessen Cover nur aus den Farben der französischen Flagge und einen Portrait von Nicolas Sarkozy besteht. Der Titel „Gemeinsam" bzw. „Zusammen" soll das vereinende Image, dass sich Sarkozy während seiner Kampagne aufbauen versuchte, noch einmal auf den Punkt bringen. Es werden Sarkozys Visionen noch einmal zusammengefasst und einige seiner Wahlkampfreden wiedergegen.[105]

6.2.5. Der Showman Sarkozy im TV Duell

Da nicht jeder Wähler ausreichend Zeit zur Verfügung hat, um sich über die politischen Visionen für Frankreich in ausführlichen Büchern zu informieren, zählt das Fernsehen zu den beliebtesten Informationsquellen der Franzosen. In diesem Wahlkampf vertrauten knapp 42 Prozent primär dem Fernsehen.[106]

Am 2. Mai 2007 nur 4 Tage vor der Stichwahl zwischen Sarkozy und Royal fand das heiß erwartete TV-Duell zwischen den beiden Kandidaten statt. Die Einschaltquote war überwältigend. Das über zwei Stunden dauernde Duell wurde von über 20 Millionen Franzosen verfolgt, obwohl parallel dazu ein Fußball Champions League Spiel live übertragen wurde.
Das TV Ereignis wurde gemeinsam von dem kommerziellen Marktführer TF1 und dem öffentlich rechtlichen Sender France2 organisiert. Die Regeln wurden mit der

---

[105] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich" 2007, Seite 16-18

[106] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich" 2007, Seite 8

Zustimmung aller beteiligten gemeinsam bestimmt und wurden vom Obersten Rat für audiovisuelle Medien (*Conseil supérieur de l'audiovisuel*) überwacht.[107]

An sich brachte das TV Duell keine neuen Erkenntnisse für den Wähler, wer sich zuvor bereits mit den Positionen der Kandidaten beschäftigt hatte, bekam nicht viel Neues geliefert. Doch jetzt ging es um das Auftreten der Kandidaten und einen direkten Vergleich der beiden. Wie in fast allen Fällen von TV Konfrontationen von Politikern, konnte man sich nicht auf einen eindeutigen Gewinner und Verlierer einigen. Die Anhänger Sarkozys sahen ihren Kandidaten als den Sieger an, während die linke Wählerschaft Royals Auftritt als den besseren bewertete. Aus diesem Grund geht es bei solchen Fernsehdiskussionen in den meisten Fällen darum, die noch unentschlossenen Wähler, deren Anzahl von Wahl zu Wahl steigt, für sich zu gewinnen.
Man ging davon aus, dass Sarkozy mit seiner Persönlichkeit überzeugen wird, während es bei Royal darum ging, mit Inhalten entscheidende Punkte für sich zu verbuchen.

Bemerkenswert bei dieser TV Konfrontation war, dass Sarkozy ein großer Wurf gelang indem er Royal während einem Wutausbruch über die Ungerechtigkeit der sozialen Lage in Frankreich, zurechtwies. Er erklärte Royal ein Staatspräsident könne sich nicht erlauben, seine Emotionen so wenig im Griff zu haben und ließ verlauten, dass eine Präsidentschaft Royals ja heiter werden könne. Royal versuchte zwar zu kontern indem sie sagte, dass ihre Wut in diesem Falle gerechtfertigt sei zumal sie nicht wirklich wütend sondern empört sein. Dieser Punkt ging jedoch eindeutig an Sarkozy, da es ihm gelang ein Argument, dass während des Wahlkamps sehr oft gegen ihn verwendet wurde, seiner Gegnerin vorwarf.[108]

---

[107] Vgl. ebenda. Seite 10

[108] Vgl. SIMONS, Stefan: „TV-Duell zwischen Royal und Sarkozy. Harte Schläge, kein K.o." 2007. Seite 1-3
Unter: http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,480676,00.html



Abb.3.: Das TV-Duell [109]

Nachdem jedes Thema mehr oder weniger ausführlich und auch hohen Niveau diskutiert wurde und Royal dabei die Richtung vorgab, lässt sich doch resümieren, dass die Performance von Nicolas Sarkozy überzugender gewirkt hatte. Mit Bravour gelang dem Politiker auf der wichtigsten Wahlkampfbühne des 21. Jahrhunderts, dem Fernsehen, den erfahrenen ruhigen Staatsmann darzustellen. Somit gelang es ihm Vertrauen zwischen ihm und den Wählern entstehen zu lassen, welches unverzichtbar ist, um die Menschen zur tatsächlichen Stimmabgabe für einen Kandidaten zu bewegen. Ein kluger Schachzug war auch, Sarkozys Lob für Royal als dieser zu ihrer Kompetenz befragt wurde. Royal hingegen enthielt sich der Antwort auf diese Frage und forderte die Franzosen auf selbst ein Urteil über die vorliegenden Projekte zu fällen. Sarkozy verstand es einen Mix aus tatkräftigen, höflichen und „Gentlemen-like „ Image zu produzieren.

[109] http://p3.focus.de/img/gen/7/m/HB7mJlJS_Pxgen_r_467xA.jpg

6.2.6. Sarkozy in den Printmedien, auf Plakaten und im Direct Mail

Die wichtige Rolle von Bildern wird besonders bei diesem Wahlkampfmittel verdeutlicht. In Frankreichs Printmedienlandschaft sind die politischen und semipolitischen Magazine essentiell. Dazu gehören *L'Express*, *Le Nouvel Observateur* und *Le Point* etc. Das Duell des persönlichen Fotos wurde zwischen dein Hauptkonkurrenten Royal und Sarkozy besonders heftig ausgetragen, und man wetteiferte ununterbrochen um die beste „Homestory".[110] Wie bereits erwähnt, zählen die Bosse der Medienunternehmen zu Sarkozys guten Freunden, so mag es nicht verwunderlich erscheinen, dass Sarkozys Ehe in Wahlkampfzeiten nicht angegriffen wurde, obwohl diese kurze Zeit nach der Kür Sarkozys zum Präsidenten, zerbrach.
Sowohl bei den Plakaten als auch bei der gesetzlich erlaubten Postwurfsendung (siehe Abb.4) setzte Sarkozy auf seinen Leitspruch „*Tout devient possible*". Es fällt auf, dass Sarkozys Werbematerial obwohl es mehr Farben beinhaltet, als jenes der Konkurrenz, sehr ruhig auf den Betrachter wirkt.



Abb. 4.: Postwurfsendung Sarkozy [111]

Gleichzeitig vermitteln die Farben sowie die klaren Linien Frische, Aufbruchsstimmung und Erneuerung. Die Partei tritt hier völlig in den Hintergrund

[110] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich" 2007, Seite 11

[111] Vgl. ebenda. Seite 15

man hat das Gefühl, das es sich um keine politische Kampagne sondern um reine Werbung für eine Person handelt.

6.2.7. Wahlkampfevents der UMP

„Im französischen Wahlkampf haben Massenveranstaltungen eine traditionell große Bedeutung, die mit politischen Grundsatzreden verbunden werden und damit eine hohe Beachtung in der Medienberichterstattung erhalten. Solche Großkundgebungen dienen dazu, neue Mitglieder zu gewinnen, die Anhänger zu mobilisieren, Stärke gegenüber dem oppositionellen politischen Lager zu zeigen und die gewünschte Medienwirkung zu erzielen.“[112] An dieser Stelle lässt sich ein weiterer Vergleich zu Amerika ziehen, wo Massenveranstaltungen und Wahlkampfrallyes sich überaus großer Beliebtheit erfreuen. Bei der Organisation und dem Aufbau zeigen sich die Unterschiede zwischen Royal und Sarkozy besonders bei der „Bühnenbildgestaltung“. Hier zeigt sich Sarkozy wenig experimentierfreudig, traditionell steht er an einem Rednerpult deutlich über seinem Publikum, das in Reih und Glied steht und sitzt und aufmerksam seinen Worten lauscht.



Abb. 5: Wahlkampfevent Sarkozy[113]

[112] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ 2007, Seite 21

„Royal dagegen stellt die Versammlungssäle um. Sie steht in der Mitte, auf gleicher Höhe wie das Publikum (*Assistance*), das sich in alle Richtungen um sie herum bewegt in einem Kreis, der ein wenig an eine römische Arena erinnert. Royal hält auch im Gegensatz zu Sarkozy nicht nur eine Rede, sondern möchte vor allem zuhören.“[114]

Der neue Aspekt dabei ist die Mobilisierung für solche Events durch das Internet, auf welches im nächsten Abschnitt eingegangen wird.

6.2.8. Sarkozys Online – Auftritt

Die Kampagne Sarkozy nützte die Möglichkeiten des Internets in nur jeglicher erdenklichen Form für ihren Wahlkampf. Auf www.supportersdesarkozy.com gab es regelrecht eine Anleitung dafür wie sich Sarkozy Anhänger organisieren sollen und wie sie sie vorgehen sollen um weitere Wähler für ihren Kandidaten zu mobilisieren. Dieser Teil der Kampagne auf von derartiger Bedeutung, dass dafür eigens ein Verantwortlicher nominiert wurde: Yves Jégo.
Besucher der Seite wurden dazu aufgefordert sich zu registrieren und folglich dazu ermutigt:

1. neue Mitglieder zu werben („recruter“),
2. ein Team zusammenzustellen und als Chef einer solchen Gruppe dieMitglieder zu motivieren und anzuleiten („animer“), um das gemeinsame Projekt zu Erfolg zu führen. Dazu gehörten auch regelmäßige Versammlungen.
3. ihr jeweiliges Umfeld zu motivieren, sich in die Politik einzubringen („partager“). Jeder sollte sich in dem Unterstützernetzwerk einbringen können. Neue Ideen sollten ihre Chance bekommen.

---

[113] Jean Michel Turpin's best pictures of Nicolas Sarkozy in campaign. Photos ©Jean-Michel Turpin/ Lightmediation

[114] Vgl. CALVET: „Royal/Sarkozy Krieg der Worte“ Seite 3
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04331.pdf

Es gelang dadurch 2884 solcher Teams entstehen zu lassen.[115] Dadurch lässt sich die Wirksamkeit dieses Wahlkampftools am besten demonstrieren.

Zwar hat das Internet in Frankreichs Wahlkampf 2007 noch nicht jene Wichtigkeit wie das Fernsehen erreicht, aber trotzdem wird von Experten von der ersten Internetwahl gesprochen. Immerhin wurden vom Team um Sarkozy für den Onlinewahlkampf rund 4 Millionen Euro ausgegeben und 20 Leute dafür beschäftigt. Das Internet bietet eine Möglichkeit, die strengen Regulierungen zu umgehen und mit dem Wahlkampf bereits deutlich früher zu beginnen, als es offiziell vorgeschrieben ist.[116]

Das besondere an den Kandidaten Webseiten war, das die Besucher vor der eigentlichen Wahlkampfseite von einer Vorlaufseite empfangen wurden, bei der sie sich für eine Mitarbeit an der Kampagne entscheiden konnten. Der Sinn dahinter war nicht nur eine Vernetzung zwischen den Unterstützern herzustellen, sondern auch das Entstehen einer persönlichen Bindung zum Kandidaten. Neben den Webseiten haben auch Blogs und Online Video Kommunikation eine signifikante Rolle in diesem Wahlkampf gespielt.

Die Franzosen gehören weltweit zu den fleißigsten Bloggern. Allein rund 40.000 Blogs existieren zum Thema Präsidentschaftswahlkampf. Strategisch ausschlaggebend für die Kampagne Sarkozy war das Einberufen des prominenten Blog-Unternehmers Loïc Le Meur in das Wahlkampfteam. „Mit Le Meurs Fachwissen und seinen Kontakten in die Blogosphäre schaffte es Sarkozy, sie vernetzte Kommunikation zu lenken. Die Konservativen legten großen Wert auf die Verbindungen, Nennungen und Verlinkungen zu mehreren Blogs. So schufen sie ein Netzwerk an Kommunikation, welches bestimmte Themen verstärkte und Nachrichten aus dem Online-Bereich in den konventionellen Massenmedien etablierte."

---

[115] Vgl. ebenda. Seite 20

[116] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich" 2007, Seite 22

Diesen klugen Strategen ist es zu verdanken, dass die Kampagne Sarkozy auf ihrer Webseite einen GOTV Aktion startete die sich „72 Stunden um zu gewinnen“ (*72 heures pour gagner)* nannte und parallel dazu einen Blog mit dem Titel „Am Sonntag ist alles möglich“ online stellte. Hier wurde Sarkozy auf seinen letzten 72 Stunden im Wahlkampf auf Schritt und Tritt begleitet und anschließend analysiert. Eine noch die dagewesenes Angebot an Informationsquellen und eine unglaubliche Menge an Nachrichten, ergab sich somit für Interessierte Wähler. [117]

Die Visualisierung des Wahlkampfs wurde besonders von Sarkozy vorangetrieben. Wie kein anderer nutzte er die Möglichkeit der Videokommunikation. Er „revolutionierte diesen Kommunikationskanal, indem er unter dem Etikett „NS TV“ seinen eigenen Personality-Kanal präsentierte. Dort fanden sich die aktuellen Berichte des Wahlkampftages, er bereitete die Themen des Wahlprogrammes auf und betrieb unter dem Titel „*décryptages*“ – „Entschlüsselungen“ – eine Auseinandersetzung mit den Wahlversprechen von Ségolène Royal. Die Kampagne von Sarkozy betätigte sich somit als Produzent eines „eigenen Fernsehkanals“, der vom Musikclip über abgefilmte Wahlkampfveranstaltungen bis hin zu Unterstützervideos alles bot. Die unterschiedlichen Clip-Formate waren das Herzstück seiner Homepage sarkozy.fr. Sarkozy hatte seine Videos in 17 verschiedene Kanäle aufgeteilt. Auf einem Kanal konnte man die Kandidatenreden sehen, ein anderer gab Kommentare zu den Rivalen, auf einem anderen wurden Fragen beantwortet oder Fernsehnachrichten unter Anderem auf Englisch, Arabisch, Italienisch oder Chinesisch wiederholt.“[118]
Auch wiederum eine Entwicklung, die man beim ein Jahr später folgenden Präsidentschaftswahlkampf in de USA übernommen hat.

[117] Vgl. ebenda. Seite 24-27

[118] Vgl. Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ 2007, Seite 28

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es sich bei diesem Wahlkampf um einen besonders spannenden und ereignisreichen gehandelt hat, und die Wahl durch die hohe Wählermobilisierung viel internationales Aufsehen erfahren hat. Die Autoren von der Initiative ProDialog resümieren folgendermaßen: „Der Wahlkampf gefiel den Franzosen. Dieser Präsidentschaftswahlkampf war für die Franzosen keine Belastung, sondern ein Vergnügen. Sie besuchten Versammlungen, lasen Zeitungen (vgl. die Absatzsteigerung), sahen viel fern und nahmen persönlich in ihren Gesprächen lebhaft an diesem Wahlkampf teil“[119].

7.1. Überprüfung der Hypothesen

Um nun eine Überprüfung der Hypothesen anhand der Wahlkampf Analyse vorzunehmen, soll auf jede einzelne Fragestellung und Hypothese noch einmal separat eingegangen werden:

Fragestellungen:

- Warum war der französische Präsidentschaftswahlkampf 2007 gekennzeichnet durch eine beinahe vollkommene Abwesenheit von inhaltlichen Diskussionen und warum gab es keine bestimmenden Themen die den gesamten Wahlkampf durchzogen?

Die Aufarbeitung zeigt, dass es kein bestimmendes Wahlkampfthema gegeben hat, da bei den französischen Präsidentschaftswahlen eine konsequente Personalisierung verfolg wird. Die inhaltlichen Diskussionen wurden daher eher oberflächlich ausgetragen, da es den Wählern auf die persönlichen Führungsqualitäten der Kandidaten ankommt.

[119] Vgl. ebenda. Seite 36

- Wie lässt es sich erklären, dass ein starker Fokus auf Nationale Identität gelegt wurde?

Das Thema Nationale Identität lässt sich im internationalen Kontext erklären, da seit den 9/11 Anschlägen, die Diskussion darüber in westlichen Ländern stark zugenommen hat und besonders in Frankreich, wo große Minderheiten leben, nie an Aktualität verloren hat. Erwähnt muss auch werden, dass Le Pen es bei den Vergangenen Wahlen mit seinem Thema der inneren Sicherheit bis in die zweite Runde geschafft hat, und man ihm daher durch eine starke Besetzung dieser Themen die Luft aus den Segeln nehmen wollte. Hinzu kommt die Aktualität der Vorstadtkrawalle und dabei Sarkozys Rolle als Innenminister.

- Was war der bestimmende und ausschlaggebende Aspekt in Nicolas Sarkozys Kampagne?

Es lässt sich nicht ein einziger bestimmender Aspekt in der Kampagne von Sarkozy festmachen, sondern vielmehr der hohe Grad der Professionalisierung, ein Zusammenspiel einer harmonischen Kampagne und die Konzentration auf die so genannten neuen Medien. Sarkozy hat es verstanden auf allen Bühnen den perfekten Auftritt zu meistern.

- Kann man am französischen Beispiel tatsächlich von einer Amerikanisierung der Wahlkampfpraxis sprechen und lässt dich diese an der Performance von Sarkozy im Wahlkampf festmachen?

Wenn man unter der Amerikanisierung von Wahlkämpfen die Professionalisierung der selbigen versteht, lassen sich an diesem gewählten Beispiel Amerikanisierungstendenzen feststellen. Die Kampagne Sarkozy weist einen sehr hohen Grad der Professionalisierung auf, jedoch handelt es sich dabei um eine universelle Entwicklung von Wahlkämpfen. Da sich Sarkozy offen als ein Bewunderer Amerikas outet und ein Vorbild im „American Way of Life“ sieht und ein

Fan großer Inszenierungen ist, entstehen bei ihm sehr schnell Assoziationen zu Amerika.

Hypothesen:

- In Wahlkämpfen spielen nicht die Inhalte selbst, sondern sie Art und Weise wie sie der Wählerschaft übermittelt werden, die entscheidende Rolle. Political Performance.

Diese Hypothese lässt sich anhand des gewählten Beispiels des französischen Wahlkampfes bestätigen. Beim Vergleich der Programme wurden zwar Unterschiede aufgezeigt, jedoch nähernden sich die Positionen der Kandidaten in vielen Punkten an. Ich behaupte daher, dass die Inhalte zwar selbst nicht unbedeutend sind, jedoch dem Auftreten und der Wahlkampfführung unterzuordnen sind.

- Mit Sarkozys überzeugender Performance während des Wahlkampfes, ist es ihm als einzigen Kandidaten gelungen „trust“ und Emotionalität bei den Wählern zu erzeugen. Mit diesem Vorteil konnte er die Wahl letztendlich für sich entscheiden.

Olivier Duhamel bringt in seinem Artikel in der Welt die Antwort auf diese Frage auf den Punkt: „Alle Politiker haben erkannt, welche Bedeutung das Fernsehen hat. Sie haben erkannt, dass man lernen muss, auf der Mattscheibe gut „rüberzukommen“, dass man sich vor einer wichtigen Sendung rasieren muss, wie viel von einer guten Maske abhängt, dass man strahlend weiße Hemden meiden muss, dass man sich eines einfachen und eingeschränkten Vokabulars bedienen muss etc. Aber nur wenige französische Politiker haben erkannt oder gespürt, dass die Transformation

darüber hinausgeht. Sarkozy ist der erste französische Politiker, dem der Aufstieg der Videokratie vollkommen bewusst ist.“[120]
Durch diese gekonnten Auftritte erzeugt Sarkozy zwangsweise Emotionen bei der Wählerschaft, die sich dann dazu entschließen für ihn zu stimmen.

Auch nach der Wahl hat Sarkozy seine Inszenierte Politik und eine breite Darstellung seines Privatlebens fortgesetzt. Beispiele dafür sind die spektakuläre Befreiung von Ingrid Betancourt oder seine Beziehung zur prominenten Carla Bruni.

- Dadurch, dass in Sarkozys Kampagne die Schwerpunktsetzung in Richtung Nationale Identität ging, konnte er mehr „credibility“ und eine bessere Verbindung zur Wählerschaft herstellen.

Durch seine Position als Innenminister war Sarkozy beim Thema „nationale Identität“, welches eng mit der Problematik der inneren Sicherheit verbunden ist, besonders gut positioniert und wirkte glaubhaft. Wäre diese Thema nicht zu einem dominierenden Thema geworden, hätten sich mehr Schwierigkeiten für Sarkozy auftun können. Das Kalkül von Sarkozy scheint aufgegangen zu sein, er rückte bewusst weit nach rechts und appellierte so oft wie nur möglich an die „nationale Identität“, dass er einen sehr großen Teil der rechtsextremen Wähler anziehen konnte.

7.2. Resümee

Trotz meiner intensiven Beschäftigung mit diesem Thema, hab ich vorlaufend das Gefühl gehabt, dass man noch Tiefer gehen könnte und es dazu einer jahrelangen intensiven Auseinandersetzung mit Wahlkämpfen benötigt. Am Ende meiner Arbeit hab ich auch festgestellt, dass es mir nicht ganz gelungen ist den

---

[120] Vgl. DUMANEL „Sarkozy, Präsident der permanenten Verführung“ Verlag: 2007
Unter:
http://www.welt.de/politik/article1077827/Sarkozy_Praesident_der_permanenten_Verfuehrung.html

Performancetheoretischen Ansatz durchzusetzen in dieser Arbeit. Ich glaube jedoch, dass diese Arbeit besonders im Zeitalter der Re-Visualisierung besonders spannend und sinnvoll ist, da ich der Meinung bin, dass der Vormarsch von Bildern und Sprache, also der Performance, gegenüber Inhalten, weiterhin anhalten wird.

Für mich war das Erstellen und die Recherche der Diplomarbeit ein spannender Abschluss meines Studiums, dessen Wahl ich nie bereut habe, und ich auf eine sehr interessante Zeit die mit viel Freude zurückblicke. Da auch für meinen beruflichen Werdegang, Wahlkämpfe, eine interessante Perspektive darstellen, möchte ich mich weiterhin mit diesem Thema beschäftigen und auf weitere Bereiche ausweiten. Ich würde mich besonders freuen, wenn ich mein Wissen, das ich mir durch die Diplomarbeit angeeignet habe, bald anwenden kann.

VIII. Literatur- und Quellenverzeichnis

8.1. Literatur:

ALT, Stephanie: “Party government” oder “parti presidential”? Die Rolle der politischen Parteien im Regierungssystem der V. Französischen Republik“ Verlag: Diplomica GmbH, Hamburg. 2007

BAI, Matt: „The Framing Wars“ in STINEBRICKER, Bruce (Hrsg.): “American Government – Annual Editions” . Verlag: McGraw-Hill Contemporary Learnin Series. Dubuque, 2007

EMERICH, Andrea: “Der Französische Präsidentschaftswahlkampf von 1981 im Spiegel des „Nouvel Observateur“. Dissertation aus Romanistik zur Erlangung des Doktorgrades an der geisteswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien. Wien. 1990

FLEISCHMANN, Bettina: „Das Zusammenspeil der Politik mit dem Medium Fernsehen im Wahlkampf mit einer Erhebung des Image der Spitzenkandidaten der vier größten Parteien Österreichs“ Verlag: Diplomarbeit zur Erlangung der Magistergrades der Philosophie an der Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften der Universität Wien. Wien,2003

GRIESE, Honza: Von der Notwenigkeit des Wahlkampfmanagements in BERG,Thomas (Hrsg.): „Moderne Wahlkampf – Blick hinter due Kulissen“. Verlag: Leske + Budrich. Opladen, 2002

HETTERICH, Volker: „Von Adenauer zu Schröder – Der Kampf um Stimmen. Eine Längsschnittanalyse der Wahlkampagnen von CDU und SPD bei den Bundestagswahlen 1949-1998. Verlag: Leske + Budrich. Opladen, 2000

KAMPS, Klaus (Hrsg): “ Trans – Atlantik – Trans – Portabel? Die Amerikanisierung in der politischen Kommunikation“. Verlag: Westdeutscher Verlag. Wiesbaden, 2000

KEMPF, Udo: „Das Politische System Frankreichs“ in ISMAYR, Wolfgang (Hrsg.): „Die politischen Systeme Westeuropas“ 3. Auflage. Verlag: Leske + Budrich, Opladen. 2003

KOHLBERGER, Harald: „Das Marketing-Modell für eine erfolgreiche Wahlkampagne“. Verlag: Univ.-Verl. Trauner. Linz, 1999

MEYER, Thomas/ KAMPMANN, Martina : „Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst.“ 1. Auflage. Verlag: Aufbau – Verlag. Berlin, 1998

PLASSER, Fritz/PLASSER, Gunda: „Globalisierung der Wahlkämpfe. Praktiken der Campaign Professionals im weltweiten Vergleich.“ Verlag: WUV Universitätsverlag. Wien, 2002

REZA, Yasmina: „Frühmorgens, abends oder nachts“. 1. Auflage. Verlag: Carl Hanser Verlag. München, 2008

SARCINELLI, Ulrich: „Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln. Analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung.“ In JARREN, Ottfried (Hrsg.): „Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland.“ Verlag: Leske + Budrich. Opladen,1994

SARCINELLI, Ulrich: „Symbolische Politik: zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland“ Verlag: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Opladen,1987

SHIELDS, James: “The Extreme Right in France. From Pétain to Le Pen” Verlag: Routledge. London. 2007

8.2. Artikel:

ALTWEGG, Jürg: „Yasmina Reza und Sarkozy: Tagebuch einer Jägerin“. Online Ausgabe der Frankfurter Allgemeinen. Unter:
http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E3D89BD4C275E4E60AC7191F171A1BBD5~ATpl~Ecommon~Scontent.html
Genf, 25. August 2007
Letzter Zugriff: 03. September 2008

AUTEXIER, Christian (Hrsg.): Die Verfassung der Französischen Republik vom 4. Oktober 1958“ Zweisprachige synoptische Ausgabe
Unter: http://archiv.jura.uni-saarland.de/BIJUS/constitution58/
Letzter Zugriff: 03. September 2008

CALVET, Louis-Jean: „Royal/Sarkozy Krieg der Worte“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung.Paris, Februar 2007
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04331.pdf
Letzter Zugriff: 7. Dezember 2008

DEBRAY, Régis: „La Coupe de l'Elysée 2007“
Verlag : LE MONDE Online Ausgabe vom 23. Februar 2007
Unter: http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=978049
In Wikipedia: „French presidential election, 2007 – Electoral issues”
Unter: http://en.wikipedia.org/wiki/French_presidential_election,_2007#cite_note-Debray-29
Letzter Zugriff: 19. November 2008

DEUTSCHE WELLE: „Gewalt in den Banlieues als Wahlkampfthema in Frankreich“ DW-World.de 2006
Unter: http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2213969,00.html
Letzter Zugriff: 20. November 2008

DUMANEL, Olivier: „Sarkozy, Präsident der permanenten Verführung“ Verlag: Onlineausgabe Die Welt 2007
Unter:
http://www.welt.de/politik/article1077827/Sarkozy_Praesident_der_permanenten_Verfuehrung.html
Letzter Zugriff: 20. Dezember 2008

GORAWANTSCHY, Beatrice: „La Méthode de Villepin gescheitert – die Krise der V. Republik dauert an“ Verlag: Konrad Adenauer Stiftung, Länderberichte, Paris, 3. Mai 2006
Unter: http://www.kas.de/proj/home/pub/30/1/year-2006/dokument_id-8377/index.html
Letzter Zugriff: 4. Dezember 2008

GORAWANTSCHY, Beatrice: „ Frankreich im September 2006: La rentrée als Auftakt zum Vorwahlkampf“ Politischer Kurzbericht aus Frankreich. Verlag: Konrad Adenauer Stiftung, Länderberichte, Paris,10 September 2006
Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_9089-544-1-30.pdf
Letzter Zugriff: 5. Dezember 2008

HEIDNER, Katrin: „Personalisierung und Professionalisierung im amerikanischen Wahlkampf“ Verlag: Magisterarbeit aus Amerikanistik – Kultur und Landeskunde an der Universität Augsburg. Augsburg, 2004
Unter: http://www.diplomarbeiten24.de/vorschau/28115.html
Letzter Zugriff: 13. November 2008

HÈNARD, Jaqueline: „Ein Selfmademan aus ehrgeizigem Hause“ Verlag: Onlineausgabe Tagesanzeiger. Neuilly-sur-Seine, 27. März 2007
Unter : http://sc.tagesanzeiger.ch/dyn/news/ausland/734988.html
Letzter Zugriff: 1. Dezember 2008

INITIAIVE PRODIALOG: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ Kategorie: Studien. 2007

JOFFE, Josef: „Under der Sieger heißt…Sarko“ Verlag: ZEIT Online. Paris 7. Mai 2007
Unter: http://www.zeit.de/online/2007/19/sarkozy-wahlsieg-kommentar
Letzter Zugriff: 1. Dezember 2008

KONRAD ADENAUER STIFTUNG: „Frankreich vor den Wahlen – Interview von Thomas Hirschfeld mit Interview mit Dr. Beatrice Gorawantschy“.
Unter: http://www.kas.de/wf/de/71.4626/
Letzter Zugriff: 15. November 2008

KORN, Benjamin: „Schafft dieses Amt ab!“ Online Ausgabe der Zeit.
Unter: http://www.zeit.de/2007/15/Franzoesische-Praesidenten?page=1
04. April 2007
Letzter Zugriff: 28. August 2008

MIGRATION-INFO.DE: „Frankreich: Einwanderung und Integration im Wahlkampf“ Newsletter Ausgabe 4, Mai 2007 Hamburg, 2007
Unter: http://www.migration-info.de/mub_artikel.php?Id=070409
Letzter Zugriff: 22. November 2008

MOISI, Dominique: „Knigge für die Grande Nation. Wie man Weltmacht bleibt, ohne seine Freunde zu verärgern: ein Leitfaden“ Verlag: Journal für Internationale Politik der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik. Berlin, 2007
Unter: http://www.internationalepolitik.de/archiv/jahrgang2007/april2007/knigge-fur-die-grande-nation.html
Letzter Zugriff: 17. November 2008

NIEDER, Babette: „Französischer Wahlkampf: Europa- und Außenpolitik im nationalen Interesse“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Nieder.pdf
Letzer Zugriff: 17. November 2008

NIEDERMAYER, Oskar: „Modernisierung der Wahlkämpfe als Funktionsentleerung de Parteibasis“
Unter: http://www.polwiss.fu-berlin.de/people/niedermayer/docs/Aufsatz_Niedermayer 2000.pdf
Letzte Zugriff: 14. November 2008

NYE, Joseph S.: “Soft Power - the means to success in world politics”. Verlag: Public Affairs. New York, 2004

NZZ Online: „Jacques Chirac unter Anklage“
Unter:
http://www.nzz.ch/nachrichten/international/chirac_ermittlungen_verfahren_1.587713.html
Paris, 21. November 2007
Letzter Zugriff: 01. September 2008

PÜTZ, Christine: „Wahlen und Parteien“ in VOGEL, Wolfram: „Charakteristika des politischen Systems“ Informationen zur politischen Bildung – Frankreich (Heft 285) Verlag: Bundeszentrale für politische Bildung . Bonn. 2004

RAHIR, Kim: „Präsidentschaftswahl in Frankreich. Rechte Gespenster, Linke Ängste“
Verlag: Spiegel Online. Paris, 21. April 2007
Unter: http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,478275,00.html
Letzter Zugriff: 27. November 2008

SCHMID, Bernhard: „Nach dem ersten Wahlgang der Präsidentenwahl: Polarisierung zwischen Mitte und Rechts. Wer wird gewinnen: Schneewittchen oder Giftzwerg?“
Verlag: Onlinezeitung „Trend“ Ausgabe: 05/2007
Unter: http://www.trend.infopartisan.net/trd0507/t270507.html
Letzter Zugriff: 30. November 2008

SCHWARZER, Daniela: „Wahl der Willkür. Wer führt Frankreich aus der Krise? Trends, Themen und Temperamente an Vorabend der Präsidentschaftswahl“
Verlag: Journal für Internationale Politik der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik. Berlin, 2007
Unter: http://www.internationalepolitik.de/archiv/jahrgang2007/april2007/wahl-der-willkur.html
Letzter Zugriff: 20. November 2008

SCHWARZER, Daniela; JONCHERAY, Nicolas: „Debatten, Kalküle und Programme im Präsidentschaftswahlkampf 2007. Weichenstellungen für Frankeichs künftige Politik?“ Diskussionspapier der FG 1, 2007/ 02, April 2007 Verlag: Stiftung Wissenschaft und Politik. Deutsches Institut für Internationale Politik. Berlin, 2007
Unter: http://www.swp-berlin.org/common/get_document.php?asset_id=3922
Letzter Zugriff: 24. November 2008

SIMONS, Stefan: „TV-Duell zwischen Royal und Sarkozy. Harte Schläge, kein K.o.“
Verlag: Onlineausgabe Spiegel. Paris, 03. Mai 2007
Unter: http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,480676,00.html
Letzter Zugriff: 10. Dezember 2008

SPIEGEL ONLINE: „Präsidentschaftswahlen in Frankreich. Die Kandidaten im Portrait“
Unter: http://www.spiegel.de/flash/0,5532,15077,00.html
Letzter Zugriff: 12. November 2008

VEIT, Winfried: „Der Lange Marsch in die VI. Republik. Frankreich vor den Wahlen des Jahres 2007“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04255.pdf
Letzter Zugriff: 23. November 2008

VEIT, Winfried: „Das Phänomen Sarkozy“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Frankreich – Info Nr. 9 29. November 2004
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/50150.pdf
Letzter Zugriff: 2. Dezember 2008

VEIT, Winfried: „Sarko- Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Sarko-Sego.pdf
Letzter Zugriff: 04. November 2008

VOGEL, Wolfram: „Charakteristika des politischen Systems“ Informationen zur politischen Bildung – Frankreich (Heft 285) Verlag: Bundeszentrale für politische Bildung . Bonn. 2004

WEBER, Lars: „Die französischen Medien im Präsidentschaftswahlkampf“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007
Unter: http://www.fesparis.org/Images/Upload/Medien%20im%20Wahlkampf.pdf
Letzter Zugriff: 30 November 2008

WEBER, Lars: „ Die grüne Welle in der französischen Politik“ Verlag: Friedrich Ebert Stiftung. Paris, 2007
Unter: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/paris/04326.pdf
Letzter Zugriff: 25. November 2008

WIEGEL, Michaela: „Stichwahl. Sarkozy wird Präsident Frankreichs. Verlag: Online Ausgabe Frankfurter Allgemeine FAZ.NET. Paris, 2007
Unter:
http://www.faz.net/s/RubDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23A0/Doc~E675D8C9BE45D4B1192B139AE1B6E5599~ATpl~Ecommon~Sspezial.html
Letzter Zugriff: 30. November 2008

WIEGEL, Michaela: „Nicolas Sarkozy. Der Eroberer.“ Verlag: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 12.09.2004, Seite 12

WIEGEL, Michaela: „Wahlen in Frankreich – „Superpremierminister“ Sarkozy“ Verlag: FAZ.net – Online Ausgabe Frankfurter Allgemeine. Paris, 11. Juni 2007
Unter:
http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~ECD35D4A048FC4DE0A2D6804C4D4FBECA~ATpl~Ecommon~Scontent.html
Letzter Zugriff: 10. November 2008

8.3. Sonstige Quellen:

ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. Jean-Marie Le Pen“
Erstellt: 26. Jänner 2007
Letzte Änderung: 27. März 2007
Unter: http://www.arte.tv/de/Willkommen/Die-Welt-verstehen/ARTE-info/Franzoesische-Wahlen/Portraets-der-Kandidaten/1463844.html
Letzter Zugriff: 10. November 2008

ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. Sègolène Royal“
Erstellt: 26. Jänner 2007
Letze Änderung: 27. Jänner 2007
Unter: http://www.arte.tv/de/Portraets-der-Kandidaten/1465128.html
Letzter Zugriff: 10. November 2008

ARTE INFO: „Kurzporträts der französischen Präsidentschaftskandidaten. François Bayrou”
Erstellt: 26. Jänner 2007
Letzte Änderung: 16. März 2007
Unter: http://www.arte.tv/de/Portraets-der-Kandidaten/1463318.html
Letzter Zugriff: 10. November 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Politische Parteien in Frankreich“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article1095
Letzter Zugriff: 20. Oktober 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Parteienfinanzierung in Frankreich“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article1619
Letzter Zugriff: 25.Oktober 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Wahlen und Wahlverfahren“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article2294#staatspraesident
Letzter Zugriff: 26. Okober 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Wie man Staatspräsident wird: Wie verläuft der Wahlkampf?“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/article.php3?id_article=2299#wahlkampf
Letzter Zugriff: 01. November 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Wie man Staatspräsident wird: Wie finanzieren die Kandidaten ihre Kampagne?“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/article.php3?id_article=2299#wahlkampf
Letzter Zugriff: 01. November 2008

Französische Botschaft in Deutschland: „Viele Franzosen wollen wählen gehen: Starker Anstieg der Zahl der eingetragenen Wahlberechtigten“
Unter: http://www.botschaft-frankreich.de/spip.php?article2415
Letzter Zugriff: 06. November 2008

Homepage Maarten Hajer
FAQ- Methods
„What is dramaturgical analysis? How do I define performance? What do I mean by seing? What do I mean by staging?”
Unter:
http://www.maartenhajer.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=17&Itemid=19
Letzter Zugriff: 12. November 2008

LE MONDE: Endergebnis der parteiinternen Wahl der Sozialistischen Partei
„Soirée électorale du 16/22/2006“
Unter:
http://medias.lemonde.fr/mmpub/edt/doc/20061117/835462_resultats_investiture_ps-16-11.pdf
Letzer Zugriff: 08. November 2008

ORF.AT
„Bushs Rückblick auf seine Amtszeit“
Unter: http://www.orf.at/081112-31652/index.html
Letzter Zugriff: 11. November 2008

YOUTUBE: TV Duell vom 2. Mai 2007 zwischen Sarkozy und Royal
Unter: http://www.youtube.com/watch?v=K41UAAbMzIg&feature=related
Letzter Zugriff: 15. Dezember 2008

8.4. Abbildungen

Abb.1 Kandidaten und Stimmenanteil
VEIT: „Sarko- Ségo. Chronik eines angekündigten Duells“ 2007, Seite 1

Abb. 2.: Junge Sarkozy Fans feiern den Sieg
Le Figaro Online Ausgabe
Unter : http://www.lefigaro.fr/basephoto/20070506.PHO2586.jpg
Letzter Zugriff: 20. Dezember 2008

Abb.3.: Das TV-Duell
Focus Online Ausgabe
Unter: http://p3.focus.de/img/gen/7/m/HB7mJlJS_Pxgen_r_467xA.jpg
Letzter Zugriff: 18. Dezember 2008

Abb. 4.: Postwurfsendung Sarkozy
In: Initiative ProDialog: „Moderner Wahlkampf und politisches Marketing am Beispiel der Präsidentschaftswahlen 2007 in Frankreich“ 2007, Seite 15

Abb. 5: Wahlkampfevent Sarkozy
Jean Michel Turpin's best pictures of Nicolas Sarkozy in campaign. Photos ©Jean-Michel Turpin/ Lightmediation

8.5. Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
CPE	Contrat Première Embauche
d.h.	das heißt
etc.	et cetera, und so weiter
FN	Front National
Hrsg.	Herausgeber
MPF	Mouvement Pour la France
PCF	Parti Communiste Français
PRG	Parti Radical de
PS	Parti Socialiste
RPR	Rassemblement pour la République
UMP	Union pour un Mouvement Populaire
UDF	Union pour las Démocratie Française
z.B.	zum Beispiel

Lebenslauf

Name:	Julia Janković
Adresse:	Brigittenauer Lände 224/1635 1200 Wien
Telefon:	+43 699 117 77 117
E-Mail:	julia_jankovic@hotmail.com
Geboren am:	29.03 1985 in Klagenfurt
Staatsangehörigkeit:	Österreich

Ausbildung

• 1995 - 1999:	Unterstufengymnasium, BG/BRG Mössingerstraße, 9020 Klagenfurt
• 1999 - 2000:	Auslandschuljahr in Frankreich, Lycée „Cours Hattemer-Enseignement Privée et Independent depuis 1885“, 75008 Paris
• 2000-2003:	Oberstufengymnasium, BG/BRG Mössingerstraße, 9020 Klagenfurt. Abgeschlossen mit Matura
• seit Okt. 2003:	Studium der Politikwissenschaft an der Universität Wien. 1. Diplomprüfung am 31.7.2005, Gesamtnote: gut
• Sept. 2005:	TOEFL „Test of English as Foreign Language,1082 Budapest, Ungarn Computer based: total score 267
• Aug. - Dez. 2006:	Auslandssemester im Rahmen des Politikwissenschaftsstudiums an der „University of Illinois at Urbana Champaign“ IL, USA

Berufserfahrung/Praktika

• Aug. - Sept.2004:	Praktikum: Raiffeisen Bezirksbank Klagenfurt, 9020 Klagenfurt. Tätigkeiten im Bereich Marketing und Kundenbetreuung
• Aug. – Sept.2005:	Praktikum. Warenhandels GmbH „Trias“, 9020 Klagenfurt. Tätigkeiten im Bereich: Marketing und Kundenbetreuung in Kroatien, Bosnien-Herzegowina sowie Italien.
• Okt.2005 – Nov.2007:	Mitarbeiterin bei der Event- und Promotionagentur „Easystaff“, 1190 Wien.
• seit Nov. 2007	Barista bei Starbucks Coffe Austria GmbH

Sprachen

• Deutsch:	Muttersprache
• Englisch:	Fließend
• Französisch:	Fließend

- Kroatisch: Grundkenntnisse

Abstract

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007, wobei der Wahlkampf Sarkozys Performance theoretisch aufgearbeitet wird. Der Ausgangspunkt ist die Annahme, dass in Wahlkämpfen nicht die Inhalte selbst, sondern sie Art und Weise wie sie der Wählerschaft übermittelt werden, die entscheidende Rolle spielen.

Die Arbeit ist in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert. Während im theoretischen Teil eine Annäherung an das Thema mit den Theorien von Thomas Meyer, einen der bekanntesten Kritiker des Einflusses der modernen Medien auf Stil und Inhalte des heutigen Politikgeschehens, geschieht und auf den Performance theoretischen Ansatz von Maarten Hajer zurückgegriffen wird, werden im empirischen Teil dieser Arbeit die Themen sowie die Kandidaten des Wahlkampfes 2007 vorgestellt. Folgend wird die Kampagne von Nicolas Sarkozy detailliert aufgearbeitet und analysiert, mit welchen Akzenten Glaubhaftigkeit und Vertrauen bei der Wählerschaft hergestellt werden konnte. Dabei wird auf die Frage eingegangen, warum der französische Präsidentschaftswahlkampf 2007 gekennzeichnet durch eine beinahe vollkommene Abwesenheit von inhaltlichen Diskussionen war und warum es keine bestimmenden Themen die den gesamten Wahlkampf durchzogen haben, gab. Es wird auch nach einer Erklärung gesucht, warum ein starker Fokus auf Nationale Identität gelegt wurde und ob man von einer Amerikanisierung des Wahlkampfs sprechen kann. Das Ergebnis der Arbeit zeigt, dass mit Sarkozys überzeugender Performance während des Wahlkampfes, es ihm als einzigem Kandidaten gelungen ist „trust“ und Emotionalität bei den Wählern zu erzeugen. Mit diesem Vorteil konnte er die Wahl letztendlich für sich entscheiden.