

*Politische Kommunikation ex libris –
vergleichende Analyse von Politikerbüchern in Deutschland und Frankreich 2002–2012*

*Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie
an der Ludwig-Maximilians-Universität München*

vorgelegt von

Andrea Wolf

aus München

2016

Erstgutachter: Prof. Dr. Christine Haug

Zweitgutachter: Prof. Dr. Waldemar Fromm

Datum der mündlichen Prüfung: 29.1.2016

Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung	5
I.1	Forschungsfrage und Vorgehen	6
I.2	Stand der Forschung und Methodik	7
I.3	Vorgehen und wissenschaftliche Relevanz	10
II	Historische Verankerung und theoretisches Fundament für Politikerbücher als Mittel der politischen Kommunikation im 21. Jahrhundert	17
II.1	Theoretische Grundlagen zu Politik und Rhetorik in Deutschland und Frankreich	18
II.1.1	Die Staatsform der Demokratie als Basis für den Einsatz von Politikerbüchern zur politischen Kommunikation	18
II.1.2	Historischer, mentalitäts- und sozialgeschichtlicher Hintergrund und seine Auswirkungen auf den Inhalt aktueller Politikerbücher	24
II.1.3	Grundlagen der Rhetorik und ihre Anwendbarkeit auf Politikerbücher	28
II.2	Politische Kommunikation durch das Medium Politikerbuch	39
II.2.1	Identifikation eines Referenzmediums: Die TV-Talkshow	39
II.2.2	Eigenschaften der medialen Kanäle im Kommunikationskontext	46
II.2.2.1	Massenkommunikation und die Rolle von Sender und Empfänger von Nachrichten im politischen Kommunikationskontext	48
II.2.2.2	Wechselwirkungen von Kanal und Nachricht	53
III	Eingrenzung einer potenziellen Zielgruppe und Analyse des Marktumfelds für Politikerbücher	61
III.1	Demografische und politische Rahmenbedingungen in Deutschland und Frankreich im 21. Jahrhundert – eine Annäherung an eine potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher	61
III.1.1	Bevölkerungsstruktur, Kaufkraft, politisches und medienspezifisches Interesse	62
III.1.2	Das politische System und Wahlsystem Deutschlands und Frankreichs	72
III.2	Vergleichende Analyse des populären Sachbuchmarktes in Deutschland und Frankreich	79
III.2.1	Die Verlags- und Buchhandelslandschaft im bilateralen Vergleich mit besonderem Fokus auf das populäre Sachbuch	80
III.2.2	Marktentwicklung	84
III.2.3	Produktanalyse der Textkorpora im bilateralen Vergleich	86
III.2.3.1	Worttitel, Covergestaltung und Ausstattung	87
III.2.3.2	Weitere Elemente des Peritextes	100
IV	Analyse ausgewählter Politikerbücher der Jahre 2002 bis 2012	110
IV.1	Positionierungsbücher	112

IV.1.1	Wahlkampfbücher: „S’imposer comme leader d’une formation politique candidat aux plus hautes fonctions politiques“	113
IV.1.1.1	Das Wahlkampfbuch <i>à la française</i> : Nicolas Sarkozys <i>Ensemble</i> (2007) und François Hollandes <i>Changer de destin</i> (2012)	117
IV.1.1.2	Frank-Walter Steinmeiers <i>Mein Deutschland</i> (2009) – die Bedeutung von Regionalität und Parteikonformität im Wahlkampfbuch	133
IV.1.1.3	Helmut Schmidt und Peer Steinbrück: <i>Zug um Zug</i> (2011) – Wahlkampf <i>ex libris</i> und mediale Inszenierung	146
IV.1.1.4	Politische Erstpositionierung via Buch aus weiblicher Perspektive: Angela Merkels <i>Mein Weg</i> (2004) und Ségolène Royals <i>Maintenant</i> (2007)	159
IV.1.2	„Sauver la face après une mise en accusation personnelle“ – Das Buch als Instrument des Skandalmanagements	167
IV.1.2.1	Karl-Theodor zu Guttenbergs <i>Vorerst gescheitert</i> (2011) und Rachida Datis <i>Je vous fais juges</i> (2007) als Prototypen unterschiedlicher Ausprägungen von Skandalmanagementbüchern	169
IV.1.2.2	Christian Wulffs <i>Ganz oben, ganz unten</i> (2014) – ein Sonderfall des Neupositionierungsbuchs	180
IV.2	Rechtfertigungsbücher – „justifier l’action gouvernementale que l’on conduit“	190
IV.2.1	Jean-Pierre Raffarins <i>La France de mai</i> (2003): Regierungserklärungen aus dem <i>Matignon</i>	191
IV.2.2	Gerhard Schröders <i>Entscheidungen</i> (2006): Retrospektive und Rechtfertigung einer verkürzten Legislaturperiode	201
IV.3	Wegweiserbücher – „prendre de la hauteur“	212
IV.3.1	Kompendien <i>à la française</i> und <i>à l’allemande</i> : Lionel Jospins <i>Le monde comme je le vois</i> (2005) und Helmut Schmidts <i>Außer Dienst</i> (2008)	214
IV.3.2	Edmund Stoibers <i>Weil die Welt sich ändert</i> (2012) – ein Leitfaden aus bayerischer Perspektive	229
IV.4	Bilanzbücher – „assurer sa place dans l’histoire“: Jacques Chiracs <i>Chaque pas doit être un but</i> (2009) und Helmut Kohls <i>Erinnerungen 1930–1982</i> (2004)	238
IV.4.1	Hintergrund und Aufbau beider Werke im Vergleich	239
IV.4.2	Imagepflege über den Aspekt der Ehe im Buch	243
IV.4.3	Der Umgang mit der eigenen Partei als Publizist	249
IV.4.4	Stilistische Besonderheiten des Bilanzbuchs	257
V	Fazit	263
	Literaturverzeichnis/Abbildungsverzeichnis	272

I Einleitung

En politique, si t'as pas écrit un livre à 50 ans, t'as raté ta vie.¹

Politische Ereignisse sind in Demokratien stets medial begleitet – sowohl von außen durch die Berichterstattung als auch durch die Akteure selbst, die sich zum Zwecke politischer Kommunikation der Medien bedienen. Die Vermittlung politischer Inhalte zielt, in „[...] konkurrierenden Lebens- und Alltagswelten, ab auf Aufmerksamkeit im umkämpften Wahrnehmungsmarkt.“² Dies geschieht selbst in Zeiten von Fernsehduellen, multimedialen Kommunikationsmöglichkeiten und elektronischen Medien noch immer durch das analoge Medium Buch. Dabei scheinen Bücher auf den ersten Blick aufgrund der veränderten Mediennutzungsgewohnheiten in westlichen Demokratien gegenüber nahezu allen anderen medialen Ausgabekanälen im Hintertreffen zu sein: Sie sind weniger aktuell als ein Zeitungsartikel und Radiobeiträge, können nicht wie das Fernsehen auf bewegte Bilder zurückgreifen und sind nicht kostenlos wie viele Alternativangebote im Internet. Trotzdem setzen Politiker neben dem Medium für politische Kommunikation schlechthin, dem Fernsehen, nach wie vor auf das Medium Buch, um ihre Botschaften zu vermitteln. Es ist also davon auszugehen, dass dieser Kanal Vorzüge hinsichtlich der Kommunikation mit einer unbestimmt großen Masse an potenziellen Adressaten auf sich vereinigt, welche die o. g. Nachteile zumindest kompensieren, evtl. sogar überwiegen. Die **Funktionsweise politischer Kommunikation** durch das Medium Politikerbuch, sowohl auf Produkt- als auch auf inhaltlicher Ebene, ist Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Untersucht werden theoretische und historische Grundlagen für politische Kommunikation in Deutschland und Frankreich sowie das landesspezifische Publikationsumfeld von Politikerbüchern zwischen 2002 und 2012. Darüber hinaus wird ein Korpus ausgewählter Veröffentlichungen im Hinblick auf inhaltliche, gattungs- und landesspezifische Merkmale analysiert.

¹ Rumeau (2012)

² Machnig (2002), S. 147

I.1 Forschungsfrage und Vorgehen

Ziel der vorliegenden Arbeit ist eine Untersuchung des Status Quo und des Potenzials politischer Kommunikation durch das Medium Buch in Deutschland und Frankreich. Die aufgestellten Thesen werden anhand von Fallbeispielen aus beiden Ländern überprüft. Herauszuarbeiten sind Unterschiede und Gemeinsamkeiten unter vergleichbaren Rahmenbedingungen entstandener Politikerbücher. Das Forschungsvorhaben weist durchgängig einen komparatistischen Zugriff auf, der im zweiten Schwerpunkt der Arbeit besonders deutlich hervortritt: Hier steht nicht mehr der Kommunikationskanal Buch, sondern eine inhaltliche Analyse des Verlagsprodukts im deutsch-französischen Vergleich im Vordergrund.

Wichtig ist es dabei, die verschiedenen **Rollen** zu beachten, die Autor und Rezipient in der **Kommunikationssituation** einnehmen, die das Politikerbuch schafft. Als Rolle werden die „Rechte und Pflichten des Inhabers einer Position unter dem Gesichtspunkt der Erwartungen, die Mitglieder von Bezugsgruppen an sein Verhalten haben“³, bezeichnet. Einerseits liegt für das Politikerbuch die klassische Aufteilung zwischen **Buchautor** und **Leser** vor, also einem Sender von Informationen und deren Empfänger. Auf der anderen Seite spricht hier aber auch ein **Politiker** zu seinem potenziellen **Wähler**. Die in der Definition genannte **Position** eines Politautors, also die „Stelle in der Gesellschaft, mit der sich bestimmte Rechte und Pflichten verbinden“⁴, ist die des Politikers; aus ihr ergeben sich die **Rollen** des Autors und des Mandatsträgers (die Vokabel dient zur Umschreibung des Politikers in seinem Amt).

Durch Politikerbücher sollen konkrete Verhaltensweisen im realweltlichen Kontext des Lesers ausgelöst werden, die direkt mit dem Autor korrelieren, z. B. die Wahlentscheidung zu seinen Gunsten betreffend. Die Tatsache, dass schreibende Politiker ihrem Leser Zustimmung zur eigenen Person und Politik nahelegen wollen, ist elementar wichtig für die Analyse dieser Publikationen und nimmt daher großes Gewicht in der vorliegenden Arbeit ein. Politikerbücher sollen nicht nur (auf der ersten Ebene) unterhalten und informieren, sondern auch (auf der zweiten Ebene) eine Meinungsverstärkung oder -änderung im Sinne des Autors auslösen. Der **Politiker als Autor** muss Aufmerksamkeit für den **Politiker als Mandatsträger** generieren, für ihn werben, ihn medien- und öffentlichkeitswirksam inszenieren und ihn als Experten profilieren. Autorschaft von Politikern darf also nicht auf rein literarische Motivation zurückgeführt werden, sondern muss immer als Instrument zur

³ AG Soziologie (1992), S. 44

⁴ ebd., S. 43

Inszenierung des Mandatsträgers und als Werkzeug zur Vermittlung ihm dienlicher politischer Sachverhalte verstanden werden. Aus dieser Zwitterrolle des Politikers geht auch eine Zwitterrolle auf Rezipientenseite hervor: Der Leser ist in diesem Fall nicht nur Medienkonsument, sondern er besetzt darüber hinaus auch die Rolle des potenziellen Wählers. Autor und Leser stehen sich in einer **Konsumbeziehung**, Mandatsträger und Wähler in einer **Legitimationsbeziehung** gegenüber – in beiden Fällen ist aber ein Werben des Politikers zu erwarten, der seinem Gegenüber Zustimmung und Aufmerksamkeit abringen muss.

Es ist festzustellen, dass für die vorliegende Arbeit jeder Politiker, der nach außen hin als Urheber einer Publikation fungiert, als Autor bezeichnet werden soll. Aufgrund der Schwierigkeiten beim Nachweis von **Ghostwritern** wird davon ausgegangen, dass ein Text, für den der Politiker mit seinem Namen bürgt, von ihm freigegeben und darum als willentliche, kommunikative Handlung seinerseits anzusehen ist. Es steht weniger das eigenhändige Verfassen als vielmehr der Kommunikationsgedanke im Vordergrund dieser Arbeit. Im Übrigen ist im politischen Kontext die Äußerung von Politikern durch von Dritten formulierte Texte nicht unüblich. So werden hier auch Redenschreiber angestellt, die – durchaus offener als im Bereich des Politikerbuchs – für die Formulierung der Botschaften eines Politikers zuständig sind. Trotzdem werden Politiker mit ihren großen **Reden** assoziiert – in der Geschichte z. B. Winston Churchill („Blood, Toil, Tears and Sweat“), John F. Kennedy („Ask not what your country can do for you ...“), Charles de Gaulle („Rede an die deutsche Jugend“), in jüngerer Zeit z. B. Johannes Rau („Ruck-Rede“) oder Christian Wulff („Der Islam gehört zu Deutschland“). Auch hier ist der Eigenanteil des Politikers nicht immer klar, die Reden werden ihm aber zugeschrieben, ohne nach den eigentlichen Urhebern zu fragen – so wird in der vorliegenden Arbeit auch für Politikerbücher vorgegangen.

I.2 Stand der Forschung und Methodik

Die vorliegende Arbeit verbindet ein buchwissenschaftliches Erkenntnisinteresse mit einem komparatistischen Zugang. Ein solcher vergleichender Zugriff wird in der deutschen Buchwissenschaft bisher noch wenig genutzt. Eventuell liegt dies im Fehlen ähnlich ausgeprägter institutioneller Forschung in Großbritannien, Frankreich, den USA etc. begründet. Dort sind buchaffine Institute oft auf das Gebiet der Buchgeschichte fokussiert und

historischen oder philologischen Studiengängen bzw. Forschungseinrichtungen untergeordnet. Eine buchwissenschaftliche Tradition wie in Deutschland ist bemerkenswert, ihre Stellung als Solitär in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Thema Buch muss jedoch keinen Hinderungsgrund für komparatistische Untersuchungen auf diesem Gebiet darstellen.

Der deutsch-französische Vergleich ist das Zentrum der vorliegenden Arbeit: In Frankreich ist der Komplex der Politikerbücher durchaus gut erforscht, herausragend auf diesem Gebiet ist der Politikwissenschaftler **Christian Le Bart**, auf dessen Publikationen die folgenden Ausführungen aufbauen. Während das französische Politikerbuch wissenschaftliche Beachtung findet, ist in Deutschland ein Desiderat auf diesem Gebiet vorhanden. Die vorliegende Arbeit schließt diese Lücke und schafft gleichzeitig den Brückenschlag zur bereits existenten Forschung in Frankreich. Neu ist neben dieser vergleichenden Komponente auch das große Gewicht auf der inhaltsanalytischen Ebene. Wo Le Bart für Frankreich strukturelle und publikationstheoretische Aspekte untersucht, werden hier auch inhaltliche und sprachliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgestellt.

Wenn auch Politikerbücher als Unterordnung des Sachbuchs in Deutschland bisher nicht wissenschaftlich bearbeitet sind, so ist doch die Sachbuchforschung seit 2011 als ein Schwerpunkt am Institut für Buchwissenschaft der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz angesiedelt. Hier wird das Sachbuch in allen seinen Facetten beleuchtet, vor allem auch die Frage nach der Popularisierung von Wissen und dessen Vermittlung via Buch. Strukturelle, gattungsspezifische und historische Belange stehen im Fokus des Interesses. Mit dem Thema der vorliegenden Arbeit lässt sich Marcella Blums Beitrag *Das aktuelle Debattenbuch im politischen Feld. Eine Analyse von Fallbeispielen*⁵ in Verbindung bringen, jedoch steckt die Autorin den Rahmen ihrer Untersuchung über das Thema Politik, nicht aber über die Autorschaft eines Politikers ab. Im Zuge der Vermittlungsproblematik, unter der Politik in westlichen Demokratien leidet, sind jedoch gerade solche Bücher interessant, die die Kluft zwischen politischem Personal und Wählern überwinden können. Dafür ist die Personalunion von Autor und Politiker unabdingbar. An dieser Stelle setzt die vorliegende Arbeit an.

Um eine potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher einzugrenzen und darüber hinaus eine Basis für den deutsch-französischen Vergleich zu schaffen, wird mit Studien und statistischen Daten gearbeitet. Im Bereich der Mediennutzung sind vor allem folgende Erhebungen relevant:

⁵ Blum, Marcella (2013): *Das aktuelle Debattenbuch im politischen Feld. Eine Analyse von Fallbeispielen*. Arbeitsblätter für die Sachbuchforschung, Bd. 19. Magisterarbeit (2010), Universität Mainz.

- ARD/ZDF-Onlinestudie: Seit 1997 werden hier Daten zur Entwicklung der Internetnutzung gesammelt (Stichprobenverfahren; Bundesdeutsche ab 14 Jahren, Telefoninterviews mit CATI-Auswertung; durchgeführt vom Institut für Medien- und Marktforschung Enigma-GfK, Wiesbaden).⁶
- AWA/Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse: Statistiken zu Einstellungen, Konsumgewohnheiten und Mediennutzung der deutschen Bevölkerung (erstellt seit 1959 vom Institut für Demoskopie Allensbach; mündlich-persönliche Interviews, befragt wird die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren).⁷
- Als Referenz für gesellschaftliche Gruppen werden die Lebenswelten der Sinus Markt- und Sozialforschung, Heidelberg, herangezogen: Die Sinus-Milieus® liefern eine „[I]änderspezifische Segmentation von Gesellschaften auf Grundlage von Wertorientierungen und Lebensstilen in 18 Nationen“. Hier wird seit 1978 der Alltag von Menschen im soziokulturellen Wandel untersucht und darüber die Bevölkerung sog. Milieus zugeordnet.⁸

Statistiken, vor allem zu Demografie und Medienaffinität, werden von der Statista-GmbH (Hamburg), dem Statistischen Bundesamt (Wiesbaden) und dem *Institut national de la statistique et des études économiques* (INSEE; Paris) bezogen. Für buchmarktspezifische Fragestellungen werden folgende Fachmedien konsultiert:

- Deutschland: *Börsenblatt des deutschen Buchhandels* als Verbandsorgan des Börsenvereins des deutschen Buchhandels (verlegt von der MVB, Frankfurt a. M.)
- Bestsellerlisten: Hier werden die Buchreport/Spiegel-Bestsellerlisten verwendet, die wöchentlich über elektronische Abfrage der „Warenwirtschaftssysteme von derzeit mehr als 500 Buchhandlungen“ erstellt werden. „Die Verkaufsstellen sind so ausgewählt, dass sie mit ihren Umsätzen und Standorten der Gesamtheit des Buchhandels in Deutschland entsprechen. Online-Buchhandlungen mit einem nicht spezialisierten Titelangebot werden ergänzend hinzugezogen.“⁹
- Für Frankreich: *Livres Hebdo* (publiziert bei Electre, Tochtergesellschaft des *Cercle de la Librairie*, Paris)

⁶ vgl. ARD/ZDF (o. J.)

⁷ vgl. Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (o. J.)

⁸ alle Fakten zu Sinus: Sinus-Institut (o. J.)

⁹ beide Buchreport (2014 b); siehe dort auch eine detaillierte Auflistung der Ranking-Kriterien

Zusätzlich werden Definitionen und Theorien von Autoren aus der Politik- und Medienwissenschaft (u. a. Gerhard Maletzke, Roman Jakobson) herangezogen, um der Forschungsfrage nicht nur aus buchwissenschaftlicher Perspektive zu begegnen. Die Arbeit verfolgt einen interdisziplinären Ansatz, der die Elemente politische Kommunikation/Politikwissenschaft, Medienrezeption/Medienwissenschaft und Analyse des Politikerbuchs/Buchwissenschaft miteinander verknüpft.

I.3 Vorgehen und wissenschaftliche Relevanz

Die Arbeit gliedert sich in einen Theorie- und einen Analyseteil. Im theoretischen Bereich werden zwei Untersuchungen aufgespannt: Zunächst wird der **politiktheoretische und historische Hintergrund** analysiert, der heutige Politikerpublikationen prägt. Dabei muss einerseits die ideengeschichtliche Entwicklung hin zu demokratischen Staatskonzepten herausgearbeitet werden, denn das Vorhandensein dieser Staatsform ist notwendige Voraussetzung für Politikerbücher – diese These wird im entsprechenden Abschnitt zu beweisen sein. Darüber hinaus sind jedoch auch die unterschiedlichen **politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen** in Deutschland und Frankreich vor allem seit 1789 von Bedeutung, die Politautoren noch im 21. Jahrhundert beeinflussen. Ebenso muss analysiert werden, wie Politikerbücher in Deutschland und Frankreich **rhetorisch** ausgestattet werden, um ihr Ziel der Persuasion des Lesers zu erreichen.

Folgend steht das Medium Buch als **Kanal für politische Kommunikation** im Fokus. Um hier Potenziale aufzuzeigen und kritisch zu bewerten, wird der Kommunikationsprozess via Politikerbuch anhand von **Roman Jakobsons** einfachem Kommunikationsmodell nachvollzogen. Jakobson stellte es 1960 in seinem Aufsatz *Linguistics and Poetics: Closing Statement*. (In: Sebeok, Thomas (Hg.) (1960): *Style in Language*. New York: M.I.T.) vor und benannte darin alle Faktoren im Kommunikationsprozess: **Sender** und **Empfänger** der Nachricht, die **Nachricht** selbst, den **Vermittlungskanal**, den **Kontext** und den **Code**. Die Analyse der speziellen Kommunikationssituation, die das Politikerbuch schafft, erfolgt entlang dieses Begriffssextetts. Um den Erkenntnisgewinn zu erhöhen, wird ein Referenzmedium im Rahmen der politischen Kommunikation identifiziert, und zwar die **politische TV-Talkshow**. Diese zeigt augenfällige Korrelationen zum Politikerbuch und eignet sich darum hervorragend für eine vergleichende Analyse. Sie hat eine große potenzielle Reichweite, ist allerdings auf Verkürzung und Pointierung hin angelegt und von Rede und

Gegenrede geprägt, sodass sie für einen gewinnbringenden Vergleich genügend Unterschiede zum Politikerbuch aufweist. Sie ist darüber hinaus als Tribut an Personalisierungs- und Individualisierungstendenzen und einen wachsenden Entertainmentdruck auch im Bereich der Politik anzusehen – die aus solchen Trends resultierende Inszenierung birgt die Gefahr eines permanenten Inszenierungsverdachts und damit einer wachsenden Politikverdrossenheit in der Bevölkerung. Hinzu tritt die wachsende Angleichung der politischen Parteien, die dazu führt, dass eine parteipolitische Profilierung einzelner Mandatsträger erschwert wird. Ob das Buch solchen Tendenzen entgegenwirken kann, wird im entsprechenden Kapitel thematisiert.

Im zweiten Theorieteil der Arbeit wird eine **potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher** eingegrenzt, wobei auch die **politischen Gegebenheiten und Partizipationsmöglichkeiten** beider Länder gegenübergestellt werden. Um neben dem politischen auch das buchspezifische Element einzubauen, folgt eine Analyse des **populären Sachbuchmarkts** in Deutschland und Frankreich – hier wird die Publikationsumgebung für Politikerbücher untersucht. Diese beiden Schritte entfalten den realweltlichen Hintergrund, vor dem der Leser eines Politikerbuchs mit diesem in Kontakt kommt: Einmal in seiner Rolle als Wähler, die durch das politische System beeinflusst ist, einmal in seiner Rolle als Rezipient und damit als Konsument im Buchmarkt.

Um schließlich das Politikerbuch auch als Verlagsprodukt in den Vordergrund zu stellen, wird eine Analyse von Politikerbüchern mithilfe von Gérard Genettes **Paratexttheorie** vorgenommen. Genette beschrieb 1987 in seinem Buch *Seuils* (Paris: Éditions du Seuil) Elemente eines Textes, die ihm beigegeben sind, aber nicht unmittelbar zum Haupttext gehören, also Umschlag, Widmungen, Vorworte etc. Gerade diese Bestandteile sind für das Politikerbuch als Kommunikationskanal sehr aufschlussreich. Mithilfe von Genettes Paratexttheorie wird das Buch als Präsentationsfläche für den Inhalt, den der Autor vermitteln möchte, analysiert.

Mit diesem Schritt schließt der Theorieteil der Arbeit ab, der Analyseteil ist dann, vor dem Hintergrund der theoretischen Überlegungen, der inhaltlichen **Untersuchung des Textkorpus** gewidmet. Es gilt die These, dass die im Theorieteil diagnostizierten Unterschiede zwischen Deutschland und Frankreich im politischen, gesellschaftlichen und mentalitätsbezogenen Bereich ihre Entsprechungen in Politikerbüchern finden. Die Politiker beider Länder sind von diesen Umständen selbst geprägt worden und müssen ihnen Rechnung tragen, wenn sie als Mandatsträger agieren und als Autor kommunizieren. Wie dies in den einzelnen Teilen des Textkorpus umgesetzt wird, ist Gegenstand des Analyseteils.

Um die Grundlage für einen komparatistischen Vergleich von Politikerbüchern zu schaffen, werden zwei bereits bestehende Klassifizierungsmethoden gewinnbringend zu einem neuen System zusammengeführt. Urheber der ersten Einteilung ist **Rainer Moritz**, Literaturwissenschaftler und Leiter des Hamburger Literaturhauses. Er entwirft einen Setzkasten zur Einordnung von Politikerbüchern mittels einer literarischen Zuordnung zu Gattungen und benennt die Bausteine **Rechtfertigungsbuch**, **Bilanzbuch**, **Positionierungsbuch** und **Wegweiserbuch**¹⁰ als Gruppierungen des Politikerbuchs. Moritz geht somit von der **Motivation** aus, die den Politiker in die Rolle des Autors schlüpfen lässt: Er möchte sich für Entscheidungen in seiner Amtszeit rechtfertigen, sein politisches Leben bilanzieren, sich erstmalig oder neu positionieren oder Handreichungen geben – diesen Zielen widmet er seine Autorschaft.

Moritz' Klassifizierung wurde nicht in einem wissenschaftlichen Zusammenhang hergestellt, erscheint aber durchaus nützlich als erster Zugang zu einem möglichen Textkorpus. Um die Systematik wissenschaftlich abzusichern, wird sie mit den von **Christian Le Bart** erarbeiteten Kategorien für Politikerbücher vereinigt.¹¹ Sein Ausgangspunkt ist weniger inhaltlicher-motivatorischer Natur, er geht vom Autor in seiner Rolle als Politiker aus und orientiert sich an einer Art „**Produktlebenszyklus**“ des **Mandatsträgers**: Le Bart macht jene Zeitpunkte im Berufsleben des Politikers aus, zu denen er in die Rolle des Autors schlüpft. Die Reichweite des so etablierten Systems reicht von Publikationen, die der Politiker als ein im Markt noch nicht etablierter Autor und Politiknovize schreibt, über die Veröffentlichung von Personen in höchsten Staatsämtern bis hin zur Rechtfertigung politischer und persönlicher Niederlagen und zu Büchern, die nach dem Ausscheiden des Autors aus der aktiven Politik erscheinen. Le Bart skizziert in seiner *Typologie des stratégies politiques de publication*¹² 13 Varianten von Politikerbüchern. Um eine Kompatibilität mit dem motivationsbetonten Zugang von Rainer Moritz zu schaffen, werden fünf Typen Le Barts ausgewählt, die Entsprechungen in den Kriterien von Moritz finden und von besonderer Relevanz sind, weil sie an einem bedeutenden Punkt von Politikerkarrieren veröffentlicht werden und darum strategische Bedeutung für den Politiker als Mandatsträger haben.

Positionierungsbücher werden nach Le Bart von Autoren verfasst, deren Ziel es ist „[de] s'imposer comme leader d'une formation politique candidat aux plus hautes fonctions politiques.“¹³ Moritz spricht diesbezüglich vom Positionierungsbuch, dieses erschöpft sich

¹⁰ vgl. Moritz (2011), Min. 1:02–1:15

¹¹ vgl. Bart (2012), S. 112–118

¹² vgl. ebd., S. 112

¹³ ebd., S. 114

jedoch nicht in der Funktion des **Wahlkampf- und damit Erstpositionierungsbuchs**, wie es Le Barts Nomenklatur annehmen lässt. Daneben existieren auch Bücher zur **Neupositionierung** des Politikers, hier wird das Buch als Werkzeug z. B. bei der Verarbeitung eines nicht-politischen Skandals instrumentalisiert. Autoren dieses Typus von Büchern versuchen laut Le Bart „[de s]auver la face après une mise en accusation personnelle“¹⁴.

Moritz‘ **Rechtfertigungsbuch** hat einen Politiker zum Autor, der bereits eine Regierungstätigkeit ausübt und über seine Amtshandlungen Rechenschaft ablegt. Dieser Typus findet eine exakte Entsprechung in Le Barts System, er spricht von „[j]ustifier l’action gouvernementale que l’on conduit“¹⁵.

Nach dem Ausscheiden des Autors aus aktiver Regierungsverantwortung entstehen Moritz‘ **Wegweiserbücher**; Le Bart entlarvt die Absicht der Autoren solcher Werke, „de prendre de la hauteur“¹⁶, sich also über Parteizugehörigkeiten, tagesaktuelle politische Debatten und machtpolitische Diskurse zu erheben und aus der Sicht des erfahrenen Staatsmannes Wegweisungen für Gegenwart und Zukunft zu erteilen. Über diese altruistische Absicht hinaus gewährleistet der Autor, selbst nicht mehr im politischen Geschäft tätig, „de continuer à exister politiquement ou médiatiquement“¹⁷. Durch die Buchveröffentlichung bleibt er Teil der politischen Diskussion, sein Wissensvorrat ist als positive Konnotation seiner Person öffentlich wahrnehmbar.

Nach diesem Stadium des Politikers als Ratgeber folgt eine Phase, in der er Rückschau über sein politisches und auch privates Leben hält, im Zuge dessen entstehen **Bilanzbücher** nach Moritz. Der Autor lässt die Leserschaft von seinem Erfahrungsschatz profitieren und setzt sich mit einer solchen, meist voluminösen Veröffentlichung, ein Denkmal. Le Bart nennt den Anspruch von Autoren dieser Textsorte „[a]ssurer sa place dans l’histoire“¹⁸.

Damit sind die fünf Kategorien von Politikerbüchern, die das Gerüst der vorliegenden Arbeit bilden, kurz skizziert.

Das so entstandene Schema zur Einsortierung von Politikerbüchern verspricht gewinnbringende Erkenntnisse, weil hier sowohl die unterschiedlichen Umstände erfasst sind, in denen der Politiker zum Autor wird, als auch Publikationsstrategien herausgearbeitet werden können. Anhand dieses Setzkastens aus einem motivationsorientierten Nomenklaturgefüge und einer Einordnung von Politikerbüchern anhand der Zeitpunkte im

¹⁴ Bart (2012), S. 116

¹⁵ ebd., S. 115

¹⁶ ebd., S. 116

¹⁷ ebd.

¹⁸ ebd., S. 117

Produktlebenszyklus des Mandatsträgers lassen sich landesspezifische Unterschiede im deutsch-französischen Vergleich erarbeiten.

Um einen repräsentativen Textkorpus für einen komparatistischen Vergleich zu erhalten, werden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

Gegenstand der Untersuchung sind Bücher, die seit 2002 – hier fanden sowohl französische Präsidentschaftswahlen als auch deutsche Bundestagswahlen statt – und bis 2012 erschienen sind. Der enge **Zeitraumen** wurde gewählt, um eine Vergleichbarkeit der Publikationen zu gewährleisten. Eine zeitlich weiter gefasste Arbeit liegt für das französische Politikerbuch mit Christian Le Barts *La politique en librairie* (Armand Colin, Paris 2012) vor, ist aber für eine ausführliche Inhaltsanalyse und einen zweisprachigen Vergleich nicht sinnvoll.

Darüber hinaus muss der Politiker **Autor**, nicht nur Herausgeber der Publikation sein; im anderen Fall wäre der dem Politiker zugeschriebene Eigenanteil meist auf ein Vor- oder Nachwort beschränkt und damit wenig aussagekräftig.

Untersucht werden Autoren der großen **Volksparteien**, also von CDU/CSU und SPD in Deutschland und UMP (RPR) und PS in Frankreich, um eine Vergleichbarkeit zu erreichen und Randphänomenen keinen prominenten Platz einzuräumen.

Der Autor muss mit politischer Macht **auf höchster Ebene** konnotiert sein, also Kandidat für das höchste Staatsamt, Präsident, Premierminister oder Bundeskanzler oder, in Ausnahmefällen, auch Minister oder Bundespräsident, sein oder gewesen sein. Durch ihr Amt in der öffentlichen Diskussion landesweit vertretene Politiker versprechen in ihrer Rolle als Autoren auch erhöhte Verkaufszahlen und damit eine Relevanz, was die Verbreitung ihrer Aussagen via Buch betrifft. Denn auf dem Gebiet der Politikerbücher wird „nicht irgendeine literarische Qualität [...] bewertet, sondern das Gewicht taxiert, mit dem solch ein Buch auf den Resonanzboden von Parteidebatten und politischen Konflikten fällt.“¹⁹ Dieses „Gewicht“ wächst mit zunehmend höherer Position des Autors.

Inhaltlich handelt es sich bei allen untersuchten Texten um Lebensbilanzen, politische Debattenbücher, Rechtfertigungen etc., nicht um Lyrik oder Narrativik. Diese Einschränkung garantiert eine Vergleichbarkeit der Werke. Darüber hinaus liegt das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit auf der Funktion des Buchs für die politische Kommunikation – diese ist im (politischen) Sachbuchbereich weitaus besser herauszuarbeiten als über fiktionale Veröffentlichungen.

¹⁹ Strohschneider (2013)

Um weiterhin die Vergleichbarkeit zwischen den Werken zu gewährleisten, werden mit einer Ausnahme ausschließlich **männliche Autoren** miteinander verglichen. Die Ausgangssituation von Politikern gerade in Wahlkämpfen unterscheidet sich signifikant von der von Politikerinnen – schon allein deshalb, weil Frauen in höchsten politischen Ämtern in Deutschland und Frankreich erheblich in der Unterzahl sind und noch heute eine Vorreiterrolle einnehmen, sodass sie nicht ohne Weiteres auf die gleichen Kommunikationsstrategien zurückgreifen können wie ihre männlichen Antagonisten. Auch ist der Themenkomplex Politik ein – sowohl semantisch als auch real – männlich geprägter Raum. Um eine Perspektive auf weibliche Autoren zu öffnen, werden in einem Teilkapitel exemplarisch zwei Titel von Angela Merkel und Ségolène Royal gegenübergestellt, anhand dieser wird die genderspezifische Publikationssituation herausgearbeitet.

Aus diesen Kriterien ergibt sich die **Definition** dessen, was für die vorliegende Arbeit als **Politikerbuch** angesehen wird, die Vokabel dient als Oberbegriff für alle diesen Merkmalen entsprechenden Publikationen. Über die Genres, die sich durch die Anlehnung an Le Bart und Moritz herauskristallisieren, und mithilfe dieser Kriterien wird ein Textkorpus zusammengestellt.

Ein Indikator für die **Relevanz der Forschungsfrage** ergibt sich aus der Zahlenlage auf dem politischen Sachbuchmarkt, die für Frankreich wie folgt aussieht:

En 1987 et 1988, soit sur deux années complètes, vint-cinq ouvrages de femmes et d'hommes politiques étaient publiés; de septembre 1994 à avril 1995, vingt-six; dans la même période en 2001–2002, cinquante-neuf, soit plus de double.²⁰

Für die vorliegende Arbeit ist demnach ein ausreichend großer Materialpool vorhanden, es handelt sich bei dem Phänomen Politikerbuch nicht um eine Randerscheinung. Es ist jedoch nicht nur ein wesentlich tieferes Angebot, also mehr Publikationen pro Publizist, sondern auch ein breiteres Angebot zu verzeichnen, da die Produktion gleichmäßiger über das gesamte politische Personal verteilt ist. So produzieren nicht nur die Politiker in höheren Ämtern, die seit jeher schreiben und veröffentlichen, mehr. Auch weniger exponierte Ämter bringen Politpublizisten hervor:

²⁰ Delorme-Montini (2002), S. 20

*Apanage des grands hommes et d'une gauche intellectuelle, l'écriture est devenu un réflexe collectif du personnel politique qui ne distingue plus ni les partis, ni les générations, ni les niveaux hiérarchiques, et qui est, bien sûr, indépendant de la formation des auteurs, le plus souvent suivie sur les bancs de l'École nationale d'administration, ce qui en soi n'indique aucune propension à l'écriture.*²¹

Diese für Frankreich getroffenen Aussagen finden auch in Deutschland ihre Entsprechung – man denke an die erfolgreichen Publikationen *Neukölln ist überall* (Ullstein, Berlin 2012) und *Die andere Gesellschaft* (Ullstein, Berlin 2014) von Heinz Buschkowsky. Der Autor ist als Bezirksbürgermeister in der Lokalpolitik verwurzelt, sein Thema Migration macht ihn jedoch als Autor bundesweit erfolgreich.

In Deutschland wie in Frankreich gibt es eine „Schwemme der Politikerbücher“, die auch „Ausdruck des dramatischen Vermittlungsproblems“²² ist, dem die Politik heute ausgesetzt ist. Dieses Vermittlungsproblem äußert sich durch eine wachsende Politikverdrossenheit in der Bevölkerung. Geringe Wahlbeteiligungen und ein Erstarren von extremen Strömungen wie des *Front National* (FN) sind die Folge. Über herkömmliche Kommunikationskanäle und rein inhaltliche Diskussionen kann kein ausreichend großes Publikum mit politischen Themen erreicht werden, also müssen Politiker individuelle Wege gehen, um gelungen zu kommunizieren. Sowohl im semi-präsidentiellen System Frankreichs als auch in Deutschland kommt Spitzenkandidaten und einzelnen Politikern eine große Rolle im Rahmen der Politikvermittlung zu, was zu **Personalisierungstendenzen** in der Politik führt. „In the late twentieth century, in France as in other countries, political leaders are as central to political life as they were in the time of the city-state, or in the nineteenth century and the age of nationalism.“²³ Die wachsende Bedeutung von Einzelpersonen generiert Interesse an deren Publikationen. Daraus ergibt sich die Relevanz des Politikerbuchs als Mittel der pseudo-direkten politischen Kommunikation zwischen dem Mandatsträger und seiner Leser- und Wählerschaft.

Als Fazit zu dieser Arbeit soll eine **Poetik des Politikerbuchs** zusammengestellt werden, die auf den herausgearbeiteten Merkmalen, *Must-haves* und *Don'ts* für diese Textsorte basiert. Dabei kommt den oben bereits vorgestellten Genres eine große Bedeutung zu, es werden wichtige Bestandteile identifiziert und Wirkungsweisen aufgezeigt. Hier spielt erneut die komparatistische Komponente eine tragende Rolle.

²¹ Delorme-Montini (2002), S. 21

²² beide Schuller (2009)

²³ Drake/Gaffney (1996), S. 11

II Historische Verankerung und theoretisches Fundament für Politikerbücher als Mittel der politischen Kommunikation im 21. Jahrhundert

*"When I use a word," Humpty Dumpty said, in rather a scornful tone,
"it means just what I choose it to mean – neither more nor less."
"The question is," said Alice, "whether you can make words
mean so many different things."²⁴*

Der Untersuchungsgegenstand Politikerbücher vereint ein komplexes Thema, prominente, aber nicht unbedingt populäre Autoren, einen althergebrachten Kommunikationskanal und ein durch die Thematik begrenztes Publikum. Politiker spielen eine Doppelrolle als Volksvertreter im Inneren und Repräsentanten des Landes nach außen. Dadurch sind nationalgeschichtliche und mentalitätsbezogene Aspekte für ihr öffentliches Reden und ihre Publikationen ebenso von Bedeutung wie ein Einbezug der aktuellen Situation und der Stimmungslage in der öffentlichen Meinung. Diese Komponenten müssen Autoren in ihren Büchern vereinigen – es gelingt über eine große, auch historische, Sachkenntnis und die geschickte rhetorische Aufbereitung der eigenen Texte. Um die Anwendung solcher Mechanismen in Politikerbüchern erkennen zu können, muss zuerst ein historischer Anspielungshintergrund geschaffen werden. Dafür erfolgt eine Gegenüberstellung jener **Zäsuren** in der deutschen und französischen Geschichte, die aufgrund ihrer Langzeitwirkung noch politische Diskurse im 21. Jahrhundert beeinflussen und für die Identifikation von landestypischen Unterschieden wertvoll sind. Im Anschluss müssen die Begriffe Politik und Demokratie definiert werden, denn diese beiden Schlagworte sind essentiell wichtig für die Untersuchung von Politikerbüchern. Politiker als Autoren veröffentlichen immer unter den Vorzeichen der Staatsform, deren Regeln sie in ihrer Rolle als Mandatsträger unterworfen sind. Um die ideengeschichtliche Entwicklung von totalitären hin zu **demokratischen Staatsformen** nachzuvollziehen, wird eine Auswahl von großen Theoretikern zitiert, die stellvertretend für ein bestimmtes Ideal staatlichen Handelns stehen. Dieser Verlauf endet mit Jean-Jacques Rousseaus Vorstellungen von Demokratie, denn die Demokratie bildet den Rahmen für alle zum Textkorpus gehörenden Publikationen. Da in einer Demokratie politische Kommunikation enorm wichtig ist, weil die Übertragung von politischer Macht auf

²⁴ Caroll, Lewis (2010): Alice's Adventures in Wonderland and Through the Looking-Glass. Cosimo Classics, New York, S. 57.

Volkstreter nur auf bestimmte Zeit erfolgt und widerrufbar ist, gilt es nun, sich Mechanismen guter rhetorischer Ausarbeitung von Politikerbüchern anzunähern, um deren Wirkungsweise nachzuvollziehen. Politiker müssen über sprachliche Persuasion Wähler gewinnen und ihre Amtsausübung legitimieren.

Im Folgenden wird, hier anknüpfend, das Medium Buch als Kanal politischer Kommunikation analysiert, sowohl was die Nutzungssituation als auch was spezifische Zugriffsfördernisse und -einschränkungen angeht. Um die gewonnenen Erkenntnisse in den medialen Kontext einzubetten, wird die TV-Talkshow als Referenzmedium herangezogen.

II.1 Theoretische Grundlagen zu Politik und Rhetorik in Deutschland und Frankreich

Politikerbücher entstehen nicht losgelöst von den gesellschaftlichen, politischen und historischen Realitäten, unter deren Einfluss ihre Autoren stehen. Vielmehr sind die Autoren in ihrer Rolle als Politiker Elemente, Beeinflusser und Produkte dieser Faktoren. Darum ist eine Untersuchung der unterschiedlichen Entwicklungen in Deutschland und Frankreich für diese Arbeit sinnvoll, denn sie bildet den theoretischen Anspielungshorizont für die Analyse der Bücher in Kapitel IV.

II.1.1 Die Staatsform der Demokratie als Basis für den Einsatz von Politikerbüchern zur politischen Kommunikation

Bereits in der Einleitung wurde definiert, welchen Kriterien Publikationen entsprechen müssen, die für die vorliegende Arbeit als Politikerbücher angesehen werden. Allerdings muss hier weiterhin eine **Definition** dessen vorgenommen werden, was **Politik** ausmacht. Dafür werden die Erklärungen in Duden und Larousse einander gegenübergestellt. Der Duden liefert als Synonyme die Worte „Staatsführung“ und „Staatskunst“, die verbale Erläuterung lautet: „auf die Durchsetzung bestimmter Ziele besonders im staatlichen Bereich und auf die Gestaltung des öffentlichen Lebens gerichtetes Handeln von Regierungen, Parlamenten, Parteien, Organisationen o. Ä.“. Dies betrifft die Definition von Politik, wie sie als Berufsgegenstand der für diese Arbeit relevanten Autoren angenommen wird. Gleichzeitig verweist der Duden aber auch auf die zweite Wortbedeutung, nämlich „taktierendes Verhalten, zielgerichtetes Vorgehen“²⁵. Auch im Französischen gibt es diese beiden Bedeutungsebenen des Begriffs Politik; Larousse definiert sie im engeren Sinne als „[e]nsemble des options prises collectivement ou individuellement par les gouvernants d'un

²⁵ alle Definitionen von Politik: Duden online (2013 b)

État dans quelque domaine que s'exerce leur autorité (domaine législatif, économique ou social, relations extérieures).²⁶ Darüber hinaus existiert aber auch hier eine Bedeutung im Sinne von Taktik: „Manière prudente, fine, avisée d'agir“.²⁷ Die zweite Ebene ist von ungleich größerer Bedeutung für den Politiker in seiner Rolle als Autor: Seine Motivation zur Veröffentlichung liegt durchaus nicht in erster Linie in dem Wunsch begründet, sein Wissen der Leser- und Wählerschaft mitzuteilen. Darüber hinaus spielen auch pekuniäre Aspekte eine Rolle, im Vordergrund stehen jedoch **strategische Überlegungen**. Der Politiker veröffentlicht in seiner Rolle als Autor zu einem bestimmten Zeitpunkt mit dem Wunsch, aus der Veröffentlichung Vorteile für seine Rolle als Mandatsträger zu ziehen. Die Autorenrolle ist nicht Selbstzweck, vielmehr schlüpft er in diese Funktion, um sie für seine immer präsente Position als Mandatsträger gewinnbringend einzusetzen. Anders ausgedrückt: Seine Autorenrolle hat eine dienende Funktion der Berufspolitikerrolle gegenüber – ihr verdankt sie ihre Daseinsberechtigung, ihr muss sie zuträglich sein.

Für die vorliegende Arbeit ist somit einerseits definiert, in welchem Bereich Politiker agieren, andererseits ist aber auch die manipulative Komponente des Begriffs Politik thematisiert, die im Bereich der Politikerbücher die Verquickung der Rollen „Politiker“ und „Autor“ umschreibt. Dass Politiker taktieren und in ihre Strategien Buchveröffentlichungen einbeziehen, liegt auf der Hand. Ziel ihrer Taktik ist die Überzeugung der Bevölkerung, in erster Linie von ihrer Person, nachrangig auch von einer bestimmten Sachlage, einem Maßnahmenpaket, einer politischen Linie. Die Notwendigkeit, der Bevölkerung erklärend den eigenen Standpunkt näherzubringen, ergibt sich für die untersuchten Autoren aus dem Umstand, dass sie **im Rahmen eines demokratischen Systems politische Macht ausüben**. Einige der oben bereits angesprochenen Genres von Politikerbüchern wären in einer totalitären Staatsform nicht notwendig. Ein Bilanzbuch, das den Weg des Politikers nachzeichnet, wäre natürlich gerade in einer solchen Staatsform denkbar, da sie bei zweckdienlicher Konzeption zur Glorifizierung eines autoritären Führers beitragen könnte. Wahlkampfbücher hingegen sind in autoritären Systemen überflüssig: Wo es nur eine Partei und damit nur einen von ihr vorgeschlagenen Kandidaten gibt und Wahlen eher Bestätigungsszenarien für eine von vornherein feststehende Führungsriege sind, ist ein Buch als Wahlkampfmittel sinnlos. Gleiches gilt für Rechtfertigungsbücher – ein charismatischer Führer hat sich nicht für die aktuelle Regierungsarbeit zu rechtfertigen, er lebt per definitionem die bestmögliche Politik vor. In diesem Zusammenhang lässt sich von einer

²⁶ Larousse (o. J. a)

²⁷ ebd.

„verordneten Wahrheit“²⁸ in autoritären Systemen sprechen, die keiner Erklärung bedarf und eben sowohl der Legitimation des politischen Führers dient, als sie ihm auch inhärent ist. Auch Bücher zum Skandalmanagement sind in solchen Regimen nicht zu erwarten. Wo es eine gleichgeschaltete Presse und ein hohes Maß an Korruption gibt, werden politische Skandale selten so eskalieren, dass sie zur Demontage des Politikers führen – und falls doch, so wäre eine Hoffnung auf Rehabilitation und Wiedereingliederung in den politischen Prozess so gering, dass die Publikation eines Buchs zu diesem Zweck absurd erscheint.

Besondere Bedeutung kommt diesem Befund zu, wenn man bedenkt, dass Deutschland und Frankreich als freiheitlich-demokratisch organisierte Staaten durchaus keine Ausnahmen darstellen, was die häufige Autorschaft ihrer Politiker angeht. Als Beispiele mögen hier Großbritanniens Premierminister David Cameron (*Cameron on Cameron. Conversations with Dylan Jones*. 4th Estate, London 2010), Spaniens Ministerpräsident Mariano Rajoy (*En confianza. Mi vida y mi proyecto de cambio para España*, Editorial Planeta, Barcelona 2011), Italiens Ministerpräsident Matteo Renzi (u. a. *Oltre la rottamazione. Nessun giorno è sbagliato per provare a cambiare*, Mondadori, Mailand 2013), Österreichs Bundespräsident Heinz Fischer (*Überzeugungen. Eine politische Biografie*. Styria, Wien/Graz/Klagenfurt 2006) und Portugals ehem. Präsident Aníbal Cavaco Silva (u. a. *Portugal ea moeda única*, Verbo, Lissabon 1997) dienen. Auch außerhalb Europas lässt sich das Phänomen nachvollziehen, man betrachte nur die USA: Hier hat Präsident Barack Obama während seiner Amtszeit bereits mehrere Bücher publiziert (u. a. *Dreams from My Father. A Story of Race and Inheritance*. Broadway Books, New York 2004), aber auch seine Vorgänger wie Bill Clinton (u. a. *My Life*, Knopf, New York 2004 und *Giving. How Each of Us Can Change the World*, Knopf, New York 2007) und George W. Bush (u. a. *Decision Points*, Crown, New York 2010) pflegten die Tradition des Politikerbuchs.

Für die in dieser Arbeit untersuchten Publikationen ist die Demokratie als Rahmen, in dem die Autoren in ihrer Rolle als Mandatsträger agieren, notwendig. **Demokratie** meint eine Regierungsform, in der alle Macht vom Volk ausgeht. Das Volk bestellt per Wahl Vertreter, die seine Belange artikulieren und in seinem Namen Herrschaft ausüben. Die **Republik** ist jene Staatsform, in der die Mitglieder der Regierung vom Volk oder dessen Vertretern für einen bestimmten Zeitraum gewählt werden.

Für die Analyse von Politikerbüchern aus Deutschland und Frankreich ist es wichtig, die weitreichenden Gemeinsamkeiten ebenso wie die sehr prägnanten Unterschiede in der

²⁸ Eppler (2000), S. 37

Entwicklung der Staatsformen beider Länder zu untersuchen. Zu diesem Zweck werden zunächst vier große Theoretiker aufgegriffen, die die Entwicklung von Staatsphilosophien von absolutistischen Idealen bis hin zu demokratischem Gedankengut in Europa geprägt haben. Damit werden wichtige Eckpfeiler eines westlich-demokratischen Gedankengerüsts eingeführt. In einem zweiten Untersuchungsschritt, unter Kapitel II.2.1, wird dann entwickelt, welche Unterschiede sich in der auf diesem Fundament basierenden landesspezifischen Etablierung von demokratischen Prozessen in Deutschland und Frankreich herausgebildet haben.

Die Konstruktion der geistesgeschichtlichen Basis²⁹ für diese Arbeit beginnt mit **Niccolò Machiavelli** (1469–1527). Dieser wurde ausgewählt, weil er selbst Politiker und Autor von Büchern in Personalunion war, bereits in einer Republik, nämlich in Florenz, lebte, mit einer frühen Variante dieser Staatsform also vertraut war, und weil seine Theorien eine Zäsur bedeuten, da er „als erster Klassiker mit der aristotelischen und christlichen Politiklehre“³⁰ des Mittelalters brach.

Machiavellis Staatstheorie beschäftigt sich mit einer **absolutistischen Herrschaftsform**. Er bezieht zwar das Volk in seine Überlegungen als politischen Faktor ein und sieht es nicht lediglich als zu beherrschende Masse an. Allerdings räumt er dem Fürsten einen sehr großen Gestaltungsspielraum und eine Freiheit in der Wahl der Mittel zur Aufrechterhaltung der Ordnung ein, die nach demokratischen Maßstäben nicht tolerierbar sind. Machiavellis Staatstheorie fußt auf einem Menschenbild, das von Amoralität, Machtstreben und intrigantem Verhalten geprägt ist, die er bei seinen Zeitgenossen diagnostizierte. Der Souverän ist bei ihm deutlich vom Volk abgehoben, indem er außerhalb der Gesetze steht und diesen nicht unterworfen ist.

Weiterentwickelt wurde die Theorie unter anderem durch **Thomas Hobbes** (1588–1679). Er geht von einem chaotischen, kriegerischen Naturzustand aus, in dem die unterschiedlichen Interessen der Menschen kollidieren. Die Lösung ist die Staatsgründung, ihr liegt ein Vertrag zwischen dem Souverän und den Untertanen zugrunde, der unwiderruflich die Freiheit des Individuums dem Herrscher überträgt. Er selbst ist nicht an die vertraglichen Regelungen gebunden, sie gelten nur für die Untertanen. Zur Durchsetzung der Gesetze stehen dem Souverän alle Mittel zur Verfügung. Hobbes sieht eine Gewissens-, aber keine Meinungsfreiheit vor: Die Untertanen sind frei in ihrem Denken, ihr Verhalten und ihre

²⁹ vgl. zu den folgenden Ausführungen auch Reese-Schäfer (2011) und Lenk/Franke (1987)

³⁰ Hartmann (2012), S. 35

Äußerungen sind jedoch durch die Vorgaben des Souveräns eingeschränkt.³¹ Wo Machiavelli ein absolutistisches Herrschaftsideal beschreibt, kommt es bei Hobbes zu einem **autoritär-konservativen** Ideal. Auch er sieht den Herrscher als außerhalb des Gesetzes stehend an, wodurch er sich von einer demokratischen Staatsidee unterscheidet. Ist das Staatsoberhaupt dem Gesetz nicht unterworfen, so muss es keine Rechtfertigung abgeben, seine Machtausübung muss nicht vom Volk legitimiert sein, sondern ist Konsequenz aus dem ansonsten ausbrechenden Chaos. Für einen solchen Fürsten ist politische Kommunikation mit der Verkündung von Gesetzen, Verordnungen und Anweisungen gleichzusetzen. Er befindet sich nicht im politischen Wettstreit mit einer aktiven Opposition, gegen die er seine Herrschaft verteidigen muss. Ein potenzieller Regierungswechsel findet nicht per Wahl, also durch eine Entscheidung des gesamten Volkes, sondern durch den Tod des Herrschers, die Vereinnahmung durch einen anderen Fürsten oder eine Revolution statt. Somit ist der Fürst weder nach dem Staatsbild Machiavellis noch nach Hobbes' Theorie dem Volk in der Weise kommunikativ verpflichtet, wie dies in einer Demokratie der Fall ist. Das Politikerbuch ist als Mittel zur Kommunikation in beiden Konstrukten politisch obsolet (und darüber hinaus aufgrund der geringen Alphabetisierungsraten im 15. und 16. Jahrhundert).

John Locke (1632–1704), ein englischer Philosoph, muss an dieser Stelle in der Entfaltung eines politiktheoretischen Paradigmas erwähnt werden, weil er als Vordenker der Aufklärung gelten kann. Diese Strömung, die vor allem für die Entwicklung politischer Ideen in Deutschland und Frankreich von immenser Bedeutung war, schuf die notwendigen Grundvoraussetzungen für die Entstehung demokratischer Staatsformen in Europa.

Locke sieht, und darauf muss für diese Arbeit das Augenmerk liegen, den Herrscher als an die Gesetze gebunden an. Das Gottesgnadentum der absoluten Monarchie ist damit überwunden. Auch verfiht Locke rechtsstaatliche Prinzipien; eine Willkürherrschaft, die dem Herrscher gegen das Volk alle von ihm als notwendig erachteten Mittel zur Verfügung stellt, um die Interessen des Gemeinwesens zu wahren, entfällt hier also. Darüber hinaus erkennt Locke die Notwendigkeit einer Verteilung von Macht auf mehrere Instanzen – er spricht sich für die **Gewaltenteilung** aus. Diese garantiert gegenseitige Kontrolle und verlangt Kooperation und damit Kommunikation zwischen mehreren Regierungsinstanzen und mit dem Volk. Politische Kommunikation wird notwendig – in einem diesem Ideal entsprechenden Staat wäre erstmals ein Politikerbuch, wie es für diese Arbeit definiert wurde, denkbar. Locke vertritt eine **liberale** Staatstheorie. Untersucht man die Ideengeschichte seit Machiavelli, so ist eine Weiterentwicklung vom Ideal der **Herrschersouveränität** über Hobbes' **Staatssouveränität**

³¹ vgl. Hartmann (2012), S. 37 f.

hin zu Lockes **Parlamentssouveränität** zu erkennen. Was fehlt, um die Lücke zur demokratischen Staatsidee und zum Ausbruch der Französischen Revolution 1789 zu schließen, ist der Gedanke der **Volkssouveränität**. Er findet sich bei **Jean-Jacques Rousseau** (1712–1778).

Rousseau erhebt die Bürger in seiner Theorie zum Teil der Regierung; durch seinen *Contrat Social* werden sie zur Legislative, zur gesetzgebenden Gewalt. Diesen Gesetzen ist selbstverständlich auch der Regierende unterworfen. Rousseau verwendet den Begriff der *Volonté Générale*, also des Willens der Mehrheit – Mehrheitsentscheidungen bilden die Basis seines idealen Staates. Sowohl Locke und Hobbes als auch Rousseau entwickeln die Idee eines Vertrags, der zwischen Herrschendem und Volk geschlossen wird, wenn es zur Staatsgründung kommt. Bei den englischen Philosophen verlangt der Vertrag dem Volk mehr oder weniger unbedingten Gehorsam dem Fürsten gegenüber ab. Dies genügt für Rousseau nicht, der Angehörige des Volks ist hier Bürger mit Rechten und Pflichten. „Das Volk nimmt in Rousseaus Werk eine Doppelrolle ein. Es ist zugleich Untertan und Souverän. Zwischen diese beiden Rollen tritt die Regierung als vermittelnde Kraft.“³² Die Regierung hat ihre Rechtmäßigkeit zu wahren, sie ist nicht natürlicherweise vorhanden, sondern wird erst durch Konventionen³³ etabliert, die Regierenden müssen also legitimiert werden. Hier sticht die Notwendigkeit politischer Kommunikation ins Auge: Vertreter politischer Macht müssen ihren Souverän, das Volk, ausreichend informieren, um ihm die Möglichkeit zur Teilhabe an politischer Macht zu geben. Dies kann u. a. über Politikerbücher geschehen. Problematisch ist in diesem Konstrukt aus Volk-Untertan, Volk-Souverän und Regierung die Tatsache, dass in großen und inhomogenen Staatsgebilden eine direkte Beteiligung aller Bürger am politischen Geschehen unmöglich ist. Diesem Manko begegnen in der Realität des 21. Jahrhunderts (und bereits davor) die Medien, die „Distanz zu den ‚Trägern der Macht‘ [verringern]“ und „(politische) Wirklichkeit [inszenieren].“³⁴ Sie stehen als vierte Gewalt neben Legislative, Exekutive und Judikative – und als Vermittlungsinstanzen zwischen diesen Gewalten und dem Volk in modernen, repräsentativen Demokratien, die zu komplex sind, als dass jeder Bürger unmittelbar an der politischen Entscheidungsfindung mitwirken könnte.

³² Reese-Schäfer (2011), S. 127

³³ vgl. ebd., S. 124

³⁴ Wegener (2002), S. 5 f.

II.1.2 Historischer, mentalitäts- und sozialgeschichtlicher Hintergrund und seine Auswirkungen auf den Inhalt aktueller Politikerbücher

Für die vorliegende Arbeit werden Politikerbücher untersucht, die zwischen 2002 und 2012 erschienen sind. Von größter Bedeutung für die Autoren dieser Publikationen sind das jeweilige politische System und das Wahlsystem in ihrem Land, über das sie als Mandatsträger ins Amt gelangen und sich als Amtsinhaber legitimieren. Diesen beiden Faktoren ist Kapitel III.1.2 gewidmet. Die heute validen Staats- und Regierungsformen Deutschlands und Frankreichs wären jedoch ohne bestimmte politische und historische Zäsuren, vor allem seit 1789, undenkbar. Gerade im deutsch-französischen Vergleich ergeben sich aus der Geschichte Mentalitäts-, gesellschaftliche und politische Unterschiede, die noch heute im Bewusstsein der Bevölkerung fortwirken. Politiker müssen sich sowohl in ihrer Rolle als Mandatsträger als auch in ihrer Rolle als Autoren mit diesen Spezifika auseinandersetzen, um ihr so vorgeprägtes Publikum zu erreichen. Aus diesem Grund widmet sich das folgende Unterkapitel der Frage nach geschichtlichen Ereignissen und Prozessen, die den heutigen politischen Systemen in Deutschland und Frankreich zugrunde liegen, mentalitätsgeschichtliche, gesellschaftliche oder religiöse Bedeutung haben oder für die unterschiedlichen Ausprägungen in Deutschland und Frankreich im 21. Jahrhundert mit verantwortlich sind.

Oben wurde bereits herausgearbeitet, dass Politikerbücher und Demokratie in engem Zusammenhang stehen und dass die Französische Revolution als markanter Einschnitt auf dem Weg hin zu demokratischen Staatsformen gilt. Das für diese Arbeit relevante Paradigma historischer Fundamente wird aus diesem Grund ab 1789 entfaltet, denn die erste französische Verfassung kam durch die revolutionären Aufstände dieses Jahres zustande. Durch die Auswirkungen der Revolution wurde Frankreich zunächst kurzfristig konstitutionelle Monarchie, 1792 nach der versuchten Flucht Ludwigs XVI wurde schließlich die **Erste französische Republik** ausgerufen. In Deutschland geschah dies erst 1918, also knapp 130 Jahre später – die Ablösung der Monarchie ging hier nicht aus einer Revolution im Inneren hervor, sondern aus einer verlorenen kriegerischen Auseinandersetzung, die den Monarchen ins Exil zwang und so den Weg zu einer neuen Staatsform ebnete. Dies gibt dem Entstehen der ersten demokratischen Staatsform in beiden Ländern einen unterschiedlichen Kontext: Während die Franzosen sich gegen die Monarchie auflehnten, war die erste deutsche Republik vom Trauma des verlorenen Ersten Weltkriegs überschattet. Es fand ein abrupter Wechsel zwischen Monarchie und Demokratie statt, während in Frankreich ein langer geistesgeschichtlicher Vorlauf der Französischen Revolution vorausging. Ohne die Ideen der

Aufklärung hätte ein Umbruch der politischen Verhältnisse wohl nicht so stattgefunden. An dieser geistigen Strömung hatten Menschen diverser sozialer Gruppen Anteil, „[...] sie bildeten das, was im 18. Jh. unter ‚öffentlicher Meinung‘ verstanden wurde, nämlich die Republik der Lesenden und Schreibenden [...].“³⁵ Dies ist der zweite Grund, aus dem das späte 18. Jahrhundert eine historische Zäsur für die vorliegende Arbeit bedeutet: Postuliertes Ziel der Aufklärer war es, alle Menschen durch Bildung und Ermunterung in den Stand zu versetzen, selbstständig zu denken und somit ihre Meinung zu bilden. Zur Bildung gehörte selbstverständlich auch eine **Alphabetisierung** der Bevölkerung. „Nach 1785 konnten 47 % der männlichen und 27 % der weiblichen Bevölkerung [*Frankreichs, AW*] lesen und (unter-) schreiben. Nicht alle kauften deshalb Bücher, aber der Büchermarkt drang in neue Schichten vor [...].“³⁶ Noch waren Bücher zwar Luxusgüter und es konnte keinesfalls von einer grundsätzlichen Popularisierung des Lesens gesprochen werden, jedoch verzeichneten Printformate aller Art, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Traktate und Pamphlete, gerade in der Revolutionszeit ein starkes Wachstum.³⁷

Um derart große Zielgruppen mit dem Medium Buch erreichen zu können, wie dies heute der Fall ist, musste aber natürlich eine wesentlich breitere Bevölkerungsgruppe alphabetisiert werden, als es auch noch zu Revolutionszeiten der Fall war. Wurde im späten 18. Jahrhundert der geistesgeschichtliche Grundstein gelegt, so konnte eine flächendeckende Alphabetisierung doch erst durch die Einführung der allgemeinen **Schulpflicht** erreicht werden.

Darüber hinaus ist aber auch der Faktor späte vs. frühe **Nationwerdung** von großer Bedeutung. Das französische Staatsgebiet hat sich seit Jahrhunderten nur noch geringfügig verändert (vgl. Elsaß, Lothringen), das Mutterland ist in seinen Grenzen langfristig gefestigt. Dass hier bereits früh ein „ganzfranzösischer“ Nationalgedanke und ein Stolz auf die eigene Nation entwickelt werden konnte, liegt auf der Hand. Deutschland hingegen ist erst seit dem Ende des 2. Weltkriegs in etwa der geografischen Verfassung definiert, die es heute aufweist – allerdings führten die Besetzung durch die Alliierten nach 1945 und die deutsche Teilung bis 1989 zu einem dem französischen Staatsgedanken gänzlichen unähnlichen Gefüge. Regionale Zusammenschlüsse überdauerten jedoch wesentlich längere Zeiträume – dies trägt dazu bei, dass in Deutschland häufig ausgeprägter Lokalpatriotismus vorzufinden ist, während sich patriotische Gefühle in Frankreich meist auf den Staat als Ganzes beziehen. Die ganz unterschiedliche Staatenbildung hin zum heutigen Status Quo und muss sich in Publikationen der Politautoren niederschlagen – inwieweit, das ist im Analyseteil der Arbeit zu klären.

³⁵ Schmale (2000), S. 174

³⁶ ebd., S. 175

³⁷ vgl. ebd., S. 177

Ein weiterer Unterschied, der Deutschland und Frankreich noch heute prägt, ist die unterschiedliche Handhabung der **Trennung von Staat und Kirche**. In Preußen war eine christliche Grunderziehung postulierte Ziel der Schulen (siehe oben), und noch heute ist z. B. in der bayerischen Verfassung zu lesen, eines der „obersten Bildungsziele“ in Schulen sei die „Ehrfurcht vor Gott“³⁸, darüber hinaus ist der Religionsunterricht als Schulfach explizit in der Verfassung genannt. In Frankreich hingegen war die Einführung der allgemeinen Schulpflicht bereits mit sekulären Interessen gekoppelt. Die *Loi Ferry* 1882 diente unter anderem dazu, das Schulwesen aus dem Einflussbereich der Kirche herauszulösen. „En laïcisant l'école, ils (*la législative, AW*) [voulèrent] affranchir les consciences de l'emprise de l'Eglise et fortifier la patrie en formant les citoyens, toutes classes confondues, sur les mêmes bancs.“³⁹ Hier zeigt sich der Akzent auf republikanischen Idealen, die bereits sehr früh so elementar waren, dass ihnen andere, z. B. religiöse, Formen von Gemeinschaften untergeordnet wurden. Zu diesem Zweck erfolgte die Etablierung weltlicher Lehrerbildungsstätten, Kirchenvertreter wurden aus dem *Conseil supérieur de l'instruction publique* ausgeschlossen. Die öffentlichen Schulen wurden kostenlos, die Lehrer mussten neben fachlicher Qualifikation auch das Bekenntnis zum Laizismus nachweisen, bevor sie in den Grundschuldienst treten konnten. Die Schulpflicht galt für Mädchen und Jungen zwischen 6 und 13 Jahren. Bereits zuvor war eine wachsende Zahl an Kindern beschult worden, das Gesetz verbesserte aber vor allem die Situation von Mädchen sowie von Kindern, die auf dem Land aufwuchsen und vor Einführung der Schulpflicht mit größerer Wahrscheinlichkeit als Jungen und Stadtkinder nicht eingeschult worden waren.⁴⁰ Diese unterschiedlichen Gegebenheiten bei der Regelung der allgemeinen Schulpflicht zeigen exemplarisch die divergierende Ausprägung der Trennung von Staat und Kirche in Deutschland und Frankreich auf.

Sie schlägt sich auch weiterhin auf gesetzlicher Ebene nieder: In Frankreich ist die **Laizität** seit 1905 durch die *Loi relative à la séparation des Eglises et de l'Etat* gesetzlich verankert und sie ist Teil der Verfassung der V. Republik. Die französische Regierung veröffentlichte zur Aktualität des Laizitätsprinzips folgende Erklärung:

³⁸ Bayerischer Landtag (2003), S. 27

³⁹ Sénat français (o. J.)

⁴⁰ vgl. ebd.

*[La France] n'a jamais eu autant besoin de la laïcité, laïcité qui garantit à tous les citoyens, quelles que soient leurs convictions philosophiques ou religieuses, de vivre ensemble dans la liberté de conscience, la liberté de pratiquer une religion ou de n'en pratiquer aucune, l'égalité des droits et des devoirs, la **fraternité républicaine**. La laïcité n'est pas une opinion parmi d'autres mais la liberté d'en avoir une. Elle n'est pas une conviction mais le principe qui les autorise toutes, sous réserve du respect des principes de **liberté de conscience et d'égalité des droits**. C'est pourquoi, elle n'est ni pro, ni antireligieuse.⁴¹*

Ein klares Bekenntnis zu **republikanischen Werten** und eine semantische Reminiszenz an die Schlagworte der französischen Revolution sind unschwer zu erkennen. Auf der Basis dieser Grundsätze zieht der französische Staat keine Kirchensteuer ein, religiöse Symbole dürfen nicht ostentativ zur Schau getragen werden, Religionsunterricht findet an öffentlichen Schulen nicht statt und in Gremien wie Rundfunkräten sind keine Kirchenvertreter zugelassen. Auch werden Regierungsmitglieder nicht, wie in Deutschland, mit dem fakultativen Zusatz „So wahr mir Gott helfe“ vereidigt. Eine christlich (oder sonst religiös) orientierte Partei wie die CDU/CSU in Deutschland wäre hier nicht denkbar, Parteien als Vertreter der Politik identifizieren sich ausschließlich mit weltlichen, republikanischen Werten.

Für die vorliegende Arbeit stellt sich die Frage, ob deutsche Politikerpublikationen aufgrund dieses konfessionsgeschichtlichen Unterschieds mit größerer Wahrscheinlichkeit religiöse Themen berühren, und ob eine Beschäftigung mit nicht ausschließlich politisch eingebetteten religiösen Themen in Frankreich überhaupt statthaft wäre.

Eine große Rolle für das Selbstverständnis von Deutschland und Frankreich als Demokratien und Republiken spielt deren **Agieren in den 30er- und 40er-Jahren** des 20. Jahrhunderts. Deutschland hatte 1933 seine erste Demokratie verloren, indem es auf demokratischem Wege einem Machthaber die Bahn ebnete, der als autoritärer Führer alle demokratischen Instanzen und Prinzipien außer Kraft setzte und ein totalitäres Regime errichtete. Dass dieser unsägliche Rückschritt im Inneren darüber hinaus mit Expansionsfantasien gekoppelt war, die 1939 zum Angriff auf Polen und damit zum Zweiten Weltkrieg führten, hebt den Verlust der ersten deutschen Demokratie von einer nationalen auf eine globale Ebene. Dieses schrecklichen Erbes müssen sich auch heutige Politiker und Autoren bewusst sein, wenn sie veröffentlichen,

⁴¹ Observatoire de la laïcité (o. J.), S. 1

in ihren Büchern über Demokratie und Republik sprechen und als Vertreter Deutschlands in der Welt kommunizieren.

In Frankreich hingegen entstand eines der erfolgreichsten Netzwerke im Kampf gegen das Dritte Reich, die *Résistance*, die Charles de Gaulle nach seiner Flucht ins britische Exil aus der Ferne dirigierte. Während in Deutschland unter Hitler, in Spanien unter Franco, in Italien unter Mussolini, in Portugal unter Salazar Diktatoren herrschten und Frankreich teilweise besetzt, teilweise von der Kollaborationsregierung geführt wurde, organisierte de Gaulle über die Bewegung *La France libre* den Widerstand. Deutschland kann zwar mittlerweile auf eine achtzigjährige republikanische Tradition zurückblicken, was im weltweiten Vergleich durchaus beachtlich ist. Jedoch steht die Diktatur im Dritten Reich als Zäsur zwischen den beiden deutschen Republiken – diese Zeitspanne verbietet es deutschen Politikern, dem Nationalstolz rhetorisch ein übermäßiges Gewicht einzuräumen, während französische Volksvertreter unbedingt auf diesen Aspekt setzen müssen, um Rückhalt in der Bevölkerung zu generieren. Die Umsetzung dieses bilateralen Unterschieds in der jüngeren Geschichte in Politikerpublikationen wird im Analyseteil der Arbeit untersucht.

II.1.3 Grundlagen der Rhetorik und ihre Anwendbarkeit auf Politikerbücher

Der frühere Bundespräsident Roman Herzog skizziert den Einsatzbereich von Rhetorik als jenes Gebiet, auf dem unterschiedliche, diskussionswürdige Meinungen aufeinandertreffen, die weder durch politische Macht noch durch Sachzwänge alternativlos auf eine bestimmte Lösung hinauslaufen.⁴² Für Herzog bedeutet dies, dass politische Entscheidungen diskutiert und rhetorisch verpackt sein müssen, um konsensfähig zu werden, weil in Demokratien keine staatlich vorgegebenen Wahrheiten existieren dürfen. Diese Maxime gilt auch für das Politikerbuch – mit einer Abweichung: Das Element, zu dem der Politiker in seiner Rolle als Autor Zustimmung gewinnen will, ist nicht seine Politik, sondern seine Person in ihrer Rolle als Mandatsträger. Um diese Diskrepanz verständlich zu machen, wird auf die unterschiedlichen Bedeutungsebenen des Wortes Politik im angelsächsischen Sprachraum zurückgegriffen. Hier unterteilt sich dieser im Deutschen allumfassende Begriff in drei Unterebenen: *Polity*, *Policy* und *Politics*. Unter ***Polity*** versteht man „das institutionelle (z. B. verfassungsrechtlich geschaffene) Normengefüge und die sich hieraus ergebenden Ordnungen, politischen Verfahren etc. (z. B. grundgesetzliche Regelungen zum Schutz von Minderheiten).“⁴³ ***Policy*** hingegen meint „den inhaltlichen (den materiellen) Teil von Politik,

⁴² vgl. Herzog (1998), S. 205

⁴³ Schubert/Klein (2011): *Polity*

wie er im Deutschen üblicherweise durch verschiedene Politikbereiche angegeben wird (z. B. Wirtschafts-, Umwelt-, Verkehrspolitik).⁴⁴ *Politics* hingegen „bezeichnet den aktiven, durch Verhandlung und Tausch, durch Konflikt und Konsens gekennzeichneten Prozess der politischen Gestaltung (z. B. die Politik der Parteien, der Interessenverbände).“⁴⁵ *Politics* ist das Feld, auf dem Politikerbücher agieren. Es handelt dabei sich nicht um Institutionen wie im Bereich der *Polity*, und auch nicht, das ist für die Analyse von Politikerbüchern bedeutend, um inhaltliche Auseinandersetzungen mit bestimmten Sachverhalten – dem nach außen hin postulierten Ziel von Publikationen. Positioniert wird der (potenzielle, aktuelle oder ehemalige) Mandatsträger als Person, die sich nach bestem Wissen und Gewissen für die Belange der ihm anvertrauten Organisationseinheit annimmt. Dies geschieht nicht über die ausschließliche Darstellung des eigenen politischen Programms, also auf dem Gebiet der *Policy*, sondern vor allem über die Positionierung der Person des Politikers als Idealbesetzung für ein Amt etc. Das vorrangige Publikationsziel von Politikerbüchern ist im Bereich der *Politics* angesiedelt: Es geht um Politiker, die für bestimmte politische Aussagen stehen, um Debatten, um die Ausgestaltung von Politik. In modernen Demokratien ist dieser Bereich wohl der am einfachsten zugängliche, auch dem mäßig interessierten Wähler verständliche Bereich. Personalisierungstendenzen entstehen. Natürlich schlägt sich dies auch in der Berichterstattung über Politik nieder und prägt damit das Bild, das Wähler von Politik haben; mediale Vermittlung finden oft vor allem Elemente der *Politics*, weniger Elemente der *Policy*.⁴⁶ Hier schließt sich der Kreis zum Politikerbuch: Auch dieser Kommunikationskanal ist auf die Positionierung des Politikers hin ausgelegt, nur zweitrangig auf die Erläuterung politischer Sachverhalte für die breite Masse.

Die Ziele, die ein Politiker erreichen will, wenn er in die Rolle des Autors schlüpft, kann man wie folgt zusammenfassen:

- Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrads
- Inszenierung der eigenen Person in einer dem aktuellen Stimmungsbild dienlichen Art und Weise
- Kaschieren negativer Züge, Hervorheben positiver Züge
- Darstellung der eigenen Person als Experte
- Suggestion von Transparenz
- Demonstration von Volknähe bzw. Verständnis für Problemstellungen der Bürger

⁴⁴ Schubert/Klein (2011): Policy

⁴⁵ ebd.: Politics

⁴⁶ vgl. Eppler (2000), S. 104 f.

Je nach Genre sind unterschiedliche Schwerpunktsetzungen vorhanden, auch landestypische Eigenheiten müssen untersucht werden. Übergeordnetes Ziel von Politikerbüchern ist jedoch immer die situationsspezifisch geeignete Darstellung des Politikers, und um dieses Ziel zu erreichen, werden rhetorische Mittel eingesetzt. In diesem Kapitel finden sich die theoretischen Grundlagen zur Rhetorik von Politikerbüchern, in den einzelnen Analysekapiteln unter IV werden Praxisbeispiele dazu analysiert.

Politiker wenden sich in unterschiedlichen Absichten an ihre Wähler/Bürger, jedoch sind zwei politische Sprachhandlungsmuster immer vorhanden: Das **Werben** für die eigene Person (und nachgeordnet auch für die eigene Politik) und das **Legitimieren** der eigenen Person (und eigener politischer Entscheidungen) in einem bestimmten Kontext. Beide Sprachhandlungen können im Politikerbuch ideal umgesetzt werden, da sie nicht auf Dialog hin angelegt sind, sondern dem Rezipienten außersprachliche Handlungen nahelegen sollen, so z. B. die Wahl des entsprechenden Politikers oder Zustimmung zu seiner Person oder einem von ihm vertretenen Sachverhalt.⁴⁷ Die Einseitigkeit von Kommunikation durch ein Medium wie das Buch ist also für die intendierten Ziele des Politikers in seiner Rolle als Autor kein Manko.

Um sich als Mandatsträger vorteilhaft zu positionieren, müssen Politautoren auf die Regeln der Rhetorik zurückgreifen. Ihre Wurzeln hat diese Lehre in der Antike, weswegen für diese Arbeit von dort formulierten Elementen ausgegangen wird. Grundsätzlich handelt es sich in der Rhetorik um die Kunst der guten Rede, also um Hinweise zur Formulierung überzeugender Reden. In Aristoteles' *Rhetorik* wird zwischen den Gattungen Gerichtsrede, Beratungsrede und Lobrede/Festrede unterschieden. Deren Prinzipien gelten zu Teilen ebenfalls für das Politikerbuch, also eine Art der verschriftlichten Rede. In der antiken Rhetorik werden fünf Stadien des Verfassens von Reden vorgegeben:

- die *Inventio*, also die Stoffsammlung
- die *Dispositio*, also die Gliederung (des Vortrags)
- die *Elocutio*, das Ausformulieren
- die *Memoria*, das Memorieren des Vortrags
- die *Actio*, die Ausführung des Vortrags

Memoria und *Actio* sind für den Gegenstand der Politikerbücher irrelevant, die anderen drei Bereiche finden auch bei der Verschriftlichung von Texten statt. Es ist allerdings festzuhalten,

⁴⁷ vgl. Holly (2012), S. 6–10

dass die *Actio* für den bedeutendsten Konkurrenzkanal des Politikerbuchs, das Fernsehen, durchaus relevant ist: Dort sind im Gegensatz zum Buch auch Mimik, Gestik und andere nicht-sprachliche Bestandteile von Rhetorik zu beachten, die die Bedeutung der Worte unterstützen oder auch überlagern können. Darüber hinaus ist z. B. in politischen Talkshows auch ein potenzieller Rezipientenkreis direkt vor Ort, der auf Elemente der *Actio* reagieren kann, und zwar im Rahmen des Studiopublikums. Es kann „den abwesenden eigentlichen Adressaten ersetzen, jedenfalls etwas von der Spontaneität der unmittelbaren Kommunikation auch für das entfernte Publikum erlebbar machen.“⁴⁸ Eine genaue Analyse der *Actio* ist für die vorliegende Arbeit nicht zielführend, da aber als Referenzmedium das Fernsehen herangezogen wird, musste der Bezug zum Element der *Actio* hier eingeführt werden.

Die *Inventio* bezieht sich auf die Vorbereitung der Rede, also die Genese dessen, was ausgesagt werden soll. Hierbei kann sich der Redner nach antiker Tradition auf die Verwendung von **Topoi** stützen, also Orten im Gedächtnis, die er abfragen kann, um passende Versatzstücke für seine Rede zu finden. Mögliche Topoi sind Hinweise auf Person, Sache, Ort, Mittel, Ursache, Art und Weise und Zeit des beschriebenen Sachverhalts.⁴⁹ Im Analyseteil der Arbeit wird auf die Verwendung bestimmter Topoi durch die Politiker-Autoren näher eingegangen.

Die *Dispositio* kommt im analytischen Teil der Arbeit zum Tragen, wenn die unterschiedliche Gliederung von Publikationen im deutsch-französischen Vergleich analysiert wird.

Es liegt in der Natur der Sache, dass in der Ausformulierung, der *Elocutio*, die deutlichste Beziehung der rhetorischen Regeln zum Politikerbuch besteht. Darum kommt diesem Stadium im folgenden Theorieabschnitt besondere Aufmerksamkeit zu, und zwar vor allem seinem Unterbereich der **Stilprinzipien**. Folgende Aspekte müssen zur Formulierung eines überzeugenden Textes beachtet werden:

- *Aptum* (Angemessenheit)
- *Puritas* (Sprachrichtigkeit)
- *Perspicuitas* (Klarheit)
- *Ornatus* (Schmuck)

Angemessenheit bezieht sich in diesem Fall auf eine dem **Textgegenstand**, dem **Anlass** des Textes, dem **Autor** und der **potenziellen Rezipientenschaft** entsprechende Formulierung.

⁴⁸ Holly (2012), S. 33

⁴⁹ vgl. Plett (2001), S. 13

Der **Gegenstand der Texte** ist so unterschiedlich, dass hier keine für alle Publikationen gültige Richtlinie formuliert werden kann – grundsätzlich sind Politikerpublikationen aber seriöse Schriftstücke, denen in der Politik ein ernstzunehmender Gegenstand immanent ist. Dies schlägt sich u. a. in der gehobenen Sprache sowie der Verwendung eines speziellen Vokabulars, aber auch im Verzicht auf polemische oder herabwürdigende Formulierungen, nieder und wird im Analyseteil der Arbeit weiter differenziert.

Der **Anlass**, aufgrund dessen formuliert wird, ist meist konkret zu benennen, sei es eine bevorstehende Wahl, ein vorangegangener Skandal oder auch eine aktuelle Entwicklung. Diesem Anlass entsprechend sind entweder ein kämpferischer, anklagender oder belehrender Stil, beschwichtigende Formulierungen, Kaschierungsversuche usw. zu erwarten.

Interessant ist die Konstellation zwischen **Autor** und **Rezipient**. Hier spielt nicht nur jeder Kommunikationsteilnehmer für sich eine bedeutende Rolle, sondern auch und vor allem die Beziehung, in der beide zueinander stehen, und das Bild, das sie voneinander haben. Um als Politiker und Autor die Leserschaft einschätzen zu können, müssen Überlegungen zu einer potenziellen Zielgruppe für Politikerbücher angestellt werden, denn: „Es gilt, das Publikum nicht als Ganzes, als amorphe Masse, auch nicht als ein Konglomerat isolierter Individuen, sondern in seinen sozialen Merkmalen zu erfassen.“⁵⁰ Aus diesem Grund wird in Kapitel III.1 eine Zielgruppenanalyse vorgelegt.

Darüber hinaus steht die Angemessenheit einer Politikerpublikation unter dem Einfluss des Bildes, das Rezipienten von Politikern und damit Autoren von Politikerbüchern haben. Auf diesem Gebiet ist ein markanter Unterschied zwischen deutschen und französischen Lesern zu erwarten. Um diese Differenz zu verdeutlichen, lohnt ein Blick auf die Amtssitze von deutschem Bundeskanzler und *Président de la République*, die diese Ambiguität widerspiegeln. Der erste Amtssitz des Bundeskanzlers der Bundesrepublik Deutschland ist das Bundeskanzleramt in Berlin, der französische Präsident arbeitet im Elysée-Palast in Paris:

⁵⁰ Grieswelle (1978), S. 32



Abbildung 1: Bundeskanzleramt Berlin



Abbildung 2: Elysée-Palast Paris

Bereits an der Ausstattung beider Amtssitze werden die in Deutschland vorherrschenden Elemente von Pragmatismus, Modernität und Reduziertheit deutlich, denen eine französische Opulenz, die mit monarchistischen Konnotationen spielt, entgegensteht. Diese Befunde sind symptomatisch für das Bild, das deutsche und französische Wähler von Kanzler und Präsident haben. „Frankreich will Könige“⁵¹, so könnte man formulieren, Deutschlands Wähler „wünschen sich einen bodenständigen Superhelden als Bundeskanzler“⁵². Mit diesem Image des Amtes, dem der Politiker in seiner Rolle als Mandatsträger gerecht werden muss, muss auch der Autor rechnen, wenn er die Angemessenheit eigener Publikationen auf sprachlicher Ebene bedenkt. Darüber hinaus sei festgehalten, dass dem französischen Präsidentenamt ohnehin ein **elitärer Nimbus** anhängt, da eine nahezu zwingende Voraussetzung für den Erwerb dieses Amtes ein Studium an einer Elitehochschule wie der *École Nationale d'Administration* (ENA) ist (Ausnahmen wie im Falle Nicolas Sarkozys sind möglich, aber sehr selten). So sind im Sinne des *Aptums* für französische Politikerbücher Argumentationsmuster zu erwarten, die einerseits die glorreiche Nationalgeschichte aufrufen, die das Amt des Präsidenten prägt, darüber hinaus aber auch die Selbstdarstellung des Präsidenten als Repräsentant der Republik in den Vordergrund stellen. Diese Ausprägung des Präsidententums geht auf den Einfluss Charles de Gaulle zurück. In Kapitel III.1.2 folgt eine Analyse seines Anteils an der Verfassungsbildung der V. Republik, der sich in der Ausgestaltung einer starken, weitgehend autarken Präsidentenrolle niederschlägt.

De Gaulle wirkte Stil bildend für die Politik der V. Republik. Das betont würdevolle Auftreten, die Domaine réservée des Präsidenten in der Außenpolitik, und die Zurücksetzung des Regierungschefs auf die Nummer Zwei an der Spitze des Regierungssystems wurden von allen Nachfolgern kopiert. Insofern schuf das von

⁵¹ Olivennes (2010)

⁵² Brettschneider (2013)

*de Gaulle vorgegebene Verhaltensrepertoire einen Rahmen, in dem sich die Persönlichkeiten seiner Nachfolger entfalten mussten.*⁵³

Auf deutscher Seite ist ein gänzlich anderer Umgang von Autoren mit ihrer Rolle als Mandatsträger und Landesvertreter zu erwarten, was in der ambivalenten Rolle begründet liegt, die Deutschland im 20. Jahrhundert historisch einnahm. Als Schlagworte zu dieser Ambivalenz seien die beiden Weltkriege in der ersten Hälfte des Jahrhunderts genannt, darüber hinaus aber auch positive Aspekte in seiner zweiten Hälfte wie das Wirtschaftswunder, die Entwicklung zum ‚Motor Europas‘ gemeinsam mit Frankreich, die Wiedervereinigung und andere mehr. Diese Elemente nationaler Geschichte und Mentalität müssen deutsche Politiker berücksichtigen, um das *Aptum* in ihren Publikationen nicht zu verletzen.

Das zweite Stilprinzip, die **Sprachrichtigkeit**, ist natürlich für deutsche wie französische Veröffentlichungen gleichermaßen von Bedeutung. Ein Politikerbuch durchläuft als Verlagsprodukt mehrere Korrekturstufen, die sprachliche Einwandfreiheit garantieren sollen. Verschriftlichte Texte haben im Gegensatz zur freien Rede den Vorteil der möglichen Korrektur. Sie sind damit ein Schutzraum für Äußerungen von Politikern; rhetorische „Unfälle“ wie z. B. die missglückte Rede von Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber zum Transrapid 2008 sind hier ausgeschlossen. Solche Verfehlungen im Sinne der Sprachrichtigkeit führen nicht einfach dazu, dass eine Aussage nicht verstanden wird, sondern werden vielmehr in der medialen Aufnahme und Wiederholung als Beweis fachlicher Unkenntnis des Politikers usw. herausgestellt. Eine spontane mündliche Äußerung eines Mandatsträgers muss ebenso große Sprachrichtigkeit aufweisen wie ein verschriftlichter Text – dort sind Korrekturen aber eben vor Einbezug der Öffentlichkeit und damit ohne Gesichtsverlust möglich, ein großer Vorteil des Mediums Buch. Die Untersuchung von Politikerbüchern wird an jenen Stellen interessant, an denen mit der Sprachrichtigkeit, also dem aktuell gültigen Sprachgebrauch, gebrochen wird – dies ist dann gewollt und als Stilmittel eingesetzt. Dazu finden sich Praxisbeispiele und ihre Deutung in den Analysekapiteln zu Helmut Schmidt und Helmut Kohl.

Als drittes rhetorisches Element muss die **Klarheit** der Texte gesichert werden. Klarheit bedeutet in diesem Zusammenhang, sich so zu äußern, dass die Aussage nur auf eine Weise auslegbar ist. Dies widerspricht dem Zwang von Politikern, Argumentationsspielräume offenzuhalten und sich, wenn sich die Situation ändert, auf solche Fluchtpunkte

⁵³ Hartmann (2007), S. 113

zurückzuziehen. Hier gilt es, als Autor von Politikerbüchern einem Vorurteil gegenüber Politikern in ihrer Rolle als Mandatsträger entgegenzuwirken: Große Bevölkerungsteile moderner Demokratien sehen in der politischen Kommunikation der Amtsträger den Versuch, durch künstlich diffizile Satzkonstruktionen, den Gebrauch von Leerformeln oder Sprunghaftigkeit in der Themenwahl die eigentlichen Aussagen zu verschleiern. Politikern wird vorgeworfen, sich bewusst unklar auszudrücken, um sich den rhetorischen Rückzug offen zu halten. Dieser Befund gilt in Deutschland wie in Frankreich und führt zu einer Politikverdrossenheit, die z. B. in Wechselwahl oder Wahlabstinz ihren Ausdruck findet (eine Analyse dieses Phänomens erfolgt in Kapitel III.1). Im Politikerbuch kann überlegter formuliert werden als in einer spontanen Rede, darüber hinaus sind durch o. g. Qualitätskontrollen und durch einen störungsfreien Lesefluss ideale Voraussetzungen für gelungene, d. h. vom Leser als klar und deutlich empfundene, Kommunikation gegeben. Es ist im Folgenden zu bewerten, ob die Autoren dieses Potenzial nutzen.

Weiterhin trägt die klare **Identifikation des Senders** von Nachrichten in Buchform zur Klärung bzw. Klarheit der Kontexte bei. Ist der Politiker selbst Sender seiner Botschaft, so ist dem Leser bewusst, in welcher Tendenz der Text zu verstehen ist, welcher Kontext dahinter steht, an welchen Stellen Schönfärberei oder unverhältnismäßig harte Kritik zu erwarten sind. Es handelt sich also um eine Form der Kommunikation, in der der Wähler trotz des vermittelnden Mediums direkte Aussagen des Politikers rezipiert. Die Ghostwriter-Problematik soll hier außen vor gelassen werden, denn es kann für alle Inhalte, die unter dem Namen eines Politikers in Buchform veröffentlicht werden, dessen Freigabe und somit sein Einverständnis mit dem Geschriebenen vorausgesetzt werden. Für die Betrachtung ohne Interesse ist die Bearbeitung des Manuskripts durch das Lektorat etc., da dadurch kein komplett neuer Zusammenhang für eine politische Aussage geschaffen, sondern lediglich ein adäquater, qualitativ anspruchsvoller Rahmen garantiert wird. Das Buch unterliegt keinerlei medialen Filtern wie ein Zeitungsartikel, ein Fernsehinterview, ein Radiobeitrag etc. und verspricht darum größere Authentizität.

Die **Schmuckfunktion**, also der Einsatz von Stilmitteln, Tropen und rhetorischen Figuren zur Vollendung eines Textes, wird im Analyseteil der Arbeit untersucht, steht jedoch nicht im Vordergrund. Politikerbücher, wie sie für diese Arbeit definiert wurden, sind Sachbücher, die sich mit dem komplexen Thema der Politik befassen. Aufgrund dessen sind keine Ausschmückungen im Sinne belletristischer Narrativik o. Ä. zu erwarten, allerdings durchaus rhetorische Kunstgriffe, die die Positionierung bzw. Inszenierung des Politikers in einer

bestimmten Richtung unterfüttern. Darüber hinaus muss aufgrund der Ghostwriter-Problematik der genauen sprachlichen Ausschmückung der Texte nicht allzu große Bedeutung beigemessen werden; Inhalte und Struktur der Bücher versprechen stichhaltigere Erkenntnisse als eine Analyse der Schmuckfunktion.

Schließlich müssen die **Wirkziele** der klassischen Rhetorik aufgegriffen und auf ihre Passung zum Kanal der Politikerbücher hin untersucht werden.⁵⁴ Es sind drei Wirkziele zu identifizieren: das **rationale Wirkziel**, das **milde Affektziel** und das **leidenschaftliche Affektziel**. Bedeutsam ist dabei die Unterteilung in Ratio und Affekt. Keine Art von Werbung kann nur auf rationale Überzeugung setzen, darüber hinaus spielt in jedem Überzeugungsprozess auch die emotionale Komponente eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Politikerbücher sind, das wurde oben bereits erarbeitet, Werbemittel für die Person des Politikers. Sie sollen ihm Zustimmung gewinnen, wiedergewinnen oder erhalten. Alle drei Publikationsabsichten sind nicht ohne affektive Ansprache des Publikums durchzusetzen. Aus diesem Grund lohnt an dieser Stelle die Auseinandersetzung mit den oben genannten Kategorien von Wirkungsabsichten. Um die Ausprägungen dieser Ziele anschaulicher zu gestalten, werden sie in der unten stehenden Tabelle einander gegenübergestellt und mit Unterkategorien versehen.

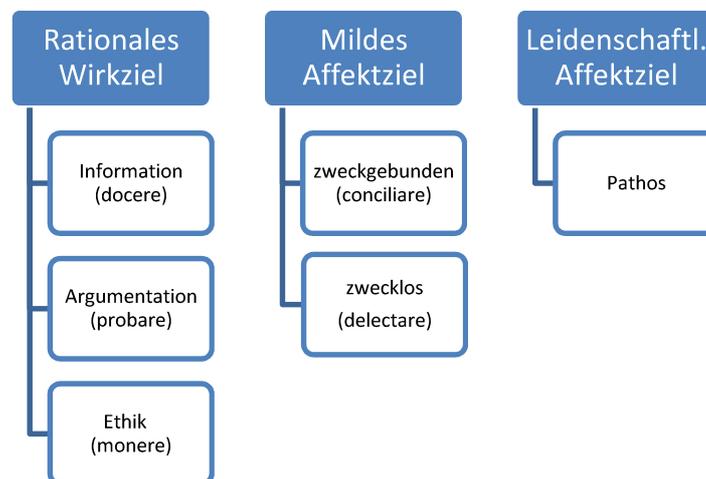


Abbildung 3: Rhetorische Wirkziele, eigene Darstellung nach Plett (2000), S. 2-4

Der **argumentative Informationsanteil des rationalen Wirkziels** lässt sich als „emotionsfreie Unterrichtung des Rezipienten über einen bestimmten Sachverhalt“⁵⁵ definieren. Er hängt eng zusammen mit der Argumentation, also dem Anführen von Beweisen

⁵⁴ alle folgenden theoretischen Ausführungen: vgl. Plett (2001), S. 2-4

⁵⁵ ebd., S. 2

für bestimmte Behauptungen. Beide Aspekte würden in gleicher Weise vorliegen, wenn Politikerbücher sich ausschließlich mit *Policy* beschäftigen würden, also mit der rein inhaltlich-argumentativen Variante von Politik. Sie zielen auf Persuasion des Rezipienten ab und entsprechen dem, was Politiker als vermeintliches Publikationsziel postulieren.

Neben ***Docere*** und ***Probare*** steht allerdings eine dritte Wirkungsabsicht, nämlich das ***Monere***, der Wunsch nach „Belehrung des Rezipienten im sittlichen Bereich“⁵⁶. Hier wird der Argumentation ein „Appell an die Vernunft“⁵⁷ hinzugefügt. Es findet ein Übergang hin zu den **affektiven Wirkzielen statt**, da es über die reine Information und Beweislegung hinausgeht. Sein Anwendungsgebiet ist u. a. der didaktische Text – es wird im Analyseteil dieser Arbeit zu untersuchen sein, welche Politautoren zu welchem Zweck auf ein solches Wirkziel zurückgreifen und wie es konkret umgesetzt wird.

Es folgen die affektiv aufgeladenen Wirkziele. Besonders gut auf das Politikerbuch übertragen lässt sich das Ziel ***Conciliare***, das die „Persuasion des Publikums durch Ethos“ einsetzt und dessen „Überredungsziel außerhalb des Textes liegt“.⁵⁸ Greift man das Genre des Wahlkampfbuchs heraus, so ist die Korrelation augenfällig: Der Politiker-Autor veröffentlicht, damit der Politiker-Mandatsträger gewählt wird – das externe Überredungsziel ist Publikationsanlass. Aber auch die anderen Genres des Politikerbuchs haben eine externe Wirkungsabsicht; sie lässt sich ableiten aus den Umschreibungen, die Le Bart seinen Kategorien von Politikerbüchern zuweist und die in der Einleitung bereits aufgefächert wurden (*sauver la face après une mise en accusation personnelle, justifier l'action gouvernementale que l'on conduit, prendre de la hauteur, continuer à exister politiquement ou médiatiquement*)⁵⁹.

Diesem streng auf ein externes Ziel gerichteten ***Conciliare*** steht das ***Delectare*** gegenüber, das den „ästhetischen Genuss des Publikums“⁶⁰ zum Ziel hat. Als inhaltliches Pendant zu diesem Wirkziel kann die Tendenz von Politikern genannt werden, ihren Büchern neben rein informativen Elementen weitere Beigaben zuzugeben, wie z. B. illustrierende Bildblöcke auf dem Niveau der Produktgestaltung, aber auch die Erzählung von Anekdoten auf inhaltlicher Ebene.

Das Paradigma schließt mit dem **leidenschaftlichen, pathetischen Affektziel**. Pathos „bezeichnet nicht wie das Ethos eine statische Empfindung (Gemütszustand, Habitus),

⁵⁶ Plett (2001), S. 3

⁵⁷ ebd.

⁵⁸ beide ebd.

⁵⁹ vgl. Bart (2012)

⁶⁰ Plett (2001), S. 3

sondern eine momenthafte, heftige Erregung.“⁶¹ Diesem Wirkziel entsprechen Bücher, die auf Polarisierung hin angelegt sind, die provozieren und ganz offen den Informationsgehalt und das Argumentieren hinter den affektiven Effekten zurückstellen. Als Beispiel können hier Thilo Sarrazins umstrittene Publikationen herangezogen werden.

Zum Abschluss dieses Kapitels ist festzuhalten, dass Rhetorik und Politikerbüchern eines gemeinsam ist: Beide sind in demokratischen Systemen besonders wichtig. Für die politische Kommunikation via Buch wurde das oben bereits herausgearbeitet. Was die Rhetorik angeht, so ist festzustellen:

Überall dort, wo in der frühen Neuzeit bis zur französischen Revolution und teilweise später, Politik keine Angelegenheit der politischen Diskussion einer breiteren Öffentlichkeit darstellt, sondern Gegenstand absoluter Fürsten oder ständisch-feudaler Herrschaft ist, verliert die politische Redelehre, wie übrigens auch die rhetorische Praxis, an Bedeutung.⁶²

Der Grund hierfür ist der gleiche wie für das Fehlen von Politikerbüchern in autoritären Systemen: Wo eine Wahrheit staatlich verordnet wird, muss keine verbale Überzeugungsarbeit durch das politische Personal geleistet werden. Nur das Zusammenspiel von Repräsentation, Legitimation und Partizipation des Volks macht die Elemente Rhetorik und Politikerbuch für die politische Kommunikation abseits von Indoktrinierung und Propaganda notwendig.

Nachdem nun rhetorische Grundlagen erarbeitet und mit dem Untersuchungsgegenstand Politikerbücher verknüpft wurden, folgt eine Analyse dieses Kanals als Mittel zur politischen Kommunikation.

⁶¹ Plett (2001), S. 4

⁶² Grieswelle (1978), S. 80

II.2 Politische Kommunikation durch das Medium Politikerbuch

Für die vorliegende Arbeit wird **politische Kommunikation** wie folgt definiert: Sie ist „der zentrale Mechanismus bei der Formulierung, Aggregation, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen. Insofern ist politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik. Sie ist selbst Politik.“⁶³ Selbstverständlich wären auch andere Definitionsansätze möglich. Diese Variante weist jedoch besonders eindrücklich auf die **strategische Bedeutung** von politischer Kommunikation hin – sie ist nicht nur dazu angelegt, Wähler und Politiker in einen Dialog zu bringen, sondern wird von den Volksvertretern gezielt eingesetzt, um Politik zu betreiben und um ihre eigene Person zu positionieren. Diese nicht ergebnisoffene, sondern sehr zielorientierte Tendenz ist für die vorliegende Arbeit von großer Relevanz. Vor allem die Bereiche der Formulierung von Zielen und der Erklärung von vergangenen Entscheidungen in der Politik wird in der Textanalyse in Kapitel IV eine Rolle spielen.

II.2.1 Identifikation eines Referenzmediums: Die TV-Talkshow

Politische Kommunikation findet in modernen Demokratien fast ausschließlich medial vermittelt statt⁶⁴, persönliche Kontakte zwischen Politikern und Wählern sind selten, zumal auf nationaler Ebene. Politik ist an sich ein abstrakter Begriff, der inhaltliche Entscheidungen und einen ganzen Personen- und Institutionenapparat umfasst. Nur über sehr präzente politische Themen wie die Abschaffung der Wehrpflicht in Deutschland, die Diskussion über die Wochenarbeitszeit in Frankreich oder anlässlich von Wahlkämpfen kommt eine große, durchschnittlich an Politik interessierte Masse der deutschen und französischen Bevölkerung mit diesem Komplex in Berührung – dann aber über mediale Vermittlung. Vielen Medien ist die Tatsache immanent, dass eine **weitere Person** in den Kommunikationsprozess eingebunden sein muss – sei es offensichtlich durch den Moderator einer TV-Talkshow oder den Interviewer in einem Radio-Gespräch, oder weniger ostentativ durch den Autor eines journalistischen Textes. Dadurch tritt eine **doppelte Vermitteltheit** auf: Der Wähler erhält die Informationen nicht nur indirekt über den Kanal Medium, sondern darüber hinaus gefiltert durch einen weiteren Kommunikationsteilnehmer, einen medialen **Gatekeeper**, dem die Auswahl und Weitergabe von Informationen obliegt. Es muss Ziel jedes Politikers sein, trotz dieser Vermittlungsinstanzen einen möglichst direkten Weg zur Ansprache seiner Wähler zu finden. Dies ermöglicht ihm das Medium Buch, denn hier ist er als Sender seiner Botschaften

⁶³ Jarren/Donges (2002), S. 22

⁶⁴ vgl. Koch (2007), S. 162

klar erkennbar, diese sind kontextualisiert und sinnvoll gegliedert (anders, als dies z. B. in den sozialen Medien teilweise der Fall ist).

Im Kommunikationsprozess buhlen sowohl Medium als auch Thema um **Aufmerksamkeit**; bezogen auf das Politikerbuch bedeutet das, hohe Printauflagen zu generieren und zu halten; auf politischer Ebene muss versucht werden, „durch professionelles Issues-Management die Themenhoheit gegenüber Mitbewerbern zu erlangen bzw. zu erhalten.“⁶⁵ Während in der Wählerschaft eine gewisse Fluktuation festzustellen ist (siehe Kapitel III.1.1), findet diese Erscheinung auch ihr Äquivalent in der Medienwelt: Ihr „[...] entspricht eine mediale Volatilität, ein Flüchten von einem Trend zum nächsten.“⁶⁶ Hier greift nun die vorliegende Arbeit an: Volatile Wähler mit volatilem Mediennutzungsverhalten zu erreichen ist nicht ganz einfach; es stellt sich die Frage, mit welchem Medium und welchen Inhalten Politiker gelungene Kommunikation betreiben können. Medienwirkungsforschung wird auf vielen Gebieten betrieben, jedoch selten im Bereich der Wirkung von (Sach-)Büchern auf ihre Nutzer. Es muss Ziel dieses Kapitels sein, die Verwendung des Kommunikationskanals Buch anderen Kanälen gegenüberzustellen und Unterschiede herauszuarbeiten. Medien wie TV, Internet, Radio und Presseprodukte werden in regelmäßigen Intervallen auf ihre Reichweite, ihre Marktanteile, ihre Wirkung auf die Rezipienten untersucht. Der Kanal Buch fällt in den meisten Erhebungen dieser Art durchs Raster; er wird nicht als klassisches Massenmedium wahrgenommen, eventuell auch verkürzend den Polen Unterhaltungs- oder Fachmedium zugeordnet, wobei die Wirkkraft des populären Sachbuchs nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch zur Kommunikation und Information, oft außen vor gelassen wird. Dabei sind Debattenbücher wie die Werke Thilo Sarrazins oder Heinz Buschkowskys nicht diesen beiden Polen zuzuordnen; sie haben zum Ziel, eine öffentliche Diskussion über Themen auch medial zu befeuern und sind in ihrer Tendenz zur Provokation weder der Unterhaltung noch der reinen Information zuzuordnen.

Le Bart weist darauf hin, dass Politiker spätestens seit den 1990er Jahren nahezu obligatorisch Bücher schreiben müssen.⁶⁷ Die Veröffentlichung verhilft dem Politiker zu einer Positionierung, die über sein an die Partei gekoppeltes Image hinausgeht. Le Bart vergleicht die Proximität der Kommunikation durch das Medium Buch mit der Rückmeldung, die Wähler dem Präsidentschaftskandidaten am Wahltag geben, und betont ihre Parteizugehörigkeiten überschreitende Wirkung:

⁶⁵ Rhomberg (2009), S. 58

⁶⁶ Aleman (1997), S. 487

⁶⁷ vgl. Bart (1998), S. 76

*Le face-à-face que le livre instaure entre un homme politique singulier, libéré des contraintes partisans, et ,le' citoyen lecteur et électeur, ne trouve guère d'équivalent sinon dans l'élection présidentielle elle-même: on y retrouve les mêmes logiques d'individualisation de la parole et de prise de distance par rapport aux clientèles politiques habituelles.*⁶⁸ [Auszeichnungen durch AW]

Le Bart bestätigt damit die These, dass Politikerbücher den Trends von Personalisierung in der Politik und von Individualisierung in allen Lebensbereichen entsprechen: Wähler wollen im 21. Jahrhundert nicht nur über Telemedien informiert werden, anonym und im Rahmen einer Massenveranstaltung – das Buch schafft eine direktere Brücke zwischen Leser/Wähler und Politiker, wie sie ansonsten vor allem am Wahltag entsteht. Wie Le Bart treffend feststellt, wird hier eine Solidarisierung zwischen Politiker und Leser/Wähler inszeniert. Der Politiker-Autor wird aus der anonymen politischen Klasse herausgelöst und wird als Individuum zum Teilnehmer pseudo-individueller Kommunikation mit dem Rezipienten seines Buchs.

Die Notwendigkeit, Politiker aus einer nicht näher definierten Masse an Gleichen herauszulösen, ist eine Entwicklung, die zu Beginn der BRD nicht denkbar gewesen wäre. Bis in die 1970er Jahre hinein waren Parteien „Weltanschauungs- und Milieuparteien“.⁶⁹ Daraus folgte, dass jede Anhängerschaft einer Partei ihre Repräsentanten anderen Politikern gegenüber als gänzlich unähnlich wahrnahm. Die Vorstellung einer nicht näher definierten politischen Klasse, die auch die von ihm favorisierte Partei einschließt, war einem überzeugten Parteimitglied fremd.⁷⁰ Die Tendenzen zu Wechselwahl, Politikverdrossenheit und Entpolitisierung höhlichten das **Anhängermodell** aus, und Politiker wurden in der öffentlichen Meinung mehr und mehr zu Mitgliedern einer unspezifischen, unpopulären Elite. Diese Tendenz machte den Versuch der Individualisierung und Herauslösung einzelner Mandatsträger aus dieser negativ konnotierten Masse erst notwendig – z. B. über das Politikerbuch. Politiker werden im 21. Jahrhundert nicht mehr als Leitfiguren per se empfunden, vielmehr steht der Verdacht eines bedeutenden Einflusses der Wirtschaft auf politische Entscheidungen im Raum. Dass Politiker in einem solchen Fall ein Leitmedium wie das Buch verwenden, um mit den Bürgern kommunikativ zu interagieren, sich also gewissermaßen ihre Legitimation und Relevanz zu erschreiben, ist ein überparteilich

⁶⁸ Bart (1998), S. 81

⁶⁹ Klein (2014), S. 31

⁷⁰ vgl. ebd.

gangbarer Weg und scheint logische Konsequenz eines Zeitgeists, der Publizisten höher schätzt als Mandatsträger.

Um zu analysieren, welche Vor- und Nachteile bzw. welche Eigenschaften das Medium Buch im Vergleich zu anderen medialen Ausgabekanälen hat, wäre eine Untersuchung aller verfügbaren weiteren Medien, z. B. TV, Radio, Internet in allen Ausprägungen, vor allem auch Social Media, denkbar. Dies würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen, weswegen nach dem Ausschlussprinzip dasjenige **Referenzmedium** identifiziert wird, dessen Vergleich mit dem Medium Buch im Bereich der politischen Kommunikation am gewinnbringendsten erscheint. Folgende Kriterien finden dabei Berücksichtigung:

- Wie etabliert ist ein Kanal im Publikum und auf Senderseite, also aufseiten der Politiker?
- Über welche Sinne wird ein Medium in erster Linie rezipiert (auditiv vs. visuell)?
- Welches Medium weist bei aller Vergleichbarkeit doch einen ausreichend großen Vorrat an Distinktionsmerkmalen zum Buch auf, um eine gewinnbringende Untersuchung zu ermöglichen?

Zu Punkt eins ist festzuhalten, dass Buch und TV wesentlich länger (wenn auch sehr unterschiedlich lange – jedoch sind sie für Rezipienten im 21. Jahrhundert gleich selbstverständlich) zum Alltag eines Großteils der westeuropäischen Bevölkerung gehören als z. B. das **Internet**. Auch, wenn die Durchdringungsrate dieses jüngeren Mediums inzwischen sehr groß ist (Deutschland: 76,5 % im Jahr 2013⁷¹; Frankreich: 78,2 % im Jahr 2012⁷²), so sind doch einige z. B. ältere Bevölkerungsteile nicht über diesen Kanal erreichbar. Gerade diese wachsende Gruppe ist aber für Wahlentscheidungen von großer Bedeutung. Betrachtet man herkömmliche Internetseiten, so scheint die angesprochene Zielgruppe trotzdem enorm groß, wendet man sich aber den spezifisch auf Kommunikation und Interaktion angelegten Kanälen der Social Media zu, so wächst der nicht über diese Wege zu erreichende Personenkreis. Technische Barrieren und evtl. auch Bedenken über Sicherheitsrisiken unterscheiden diese Kommunikationswege von Buch, Fernsehen und Radio, die ohne besondere technische Kenntnisse in Betrieb genommen und ohne Gefahren, z. B. auf Datenschutzebene, verwendet werden können. Darüber hinaus ist es Social Media inhärent,

⁷¹ vgl. Statista (2014 b)

⁷² vgl. INSEE (2012 b)

dass dort mit **Profilen** gearbeitet wird, ein User sich also als Person im Kommunikationsprozess **manifestiert**. Dies ist mit der ganz **anonymen Rezipientenrolle** eines Buchkäufers, TV-Zuschauers oder Radiohörers nicht vergleichbar, dazu kommt die Tatsache, dass die klassische Rollenaufteilung zwischen Kommunikator und Rezipient im Internet nicht mehr aufrecht zu erhalten ist. Auf Rezipientenseite ist ein Vergleich zwischen Buch und Internet also nicht gewinnbringend. Dies kann sich aufgrund nachwachsender Generationen, die bereits als **Digital Natives** sozialisiert werden, ändern, erste Versuche des Einsatzes von Social Media im Bereich der Politik hat Barack Obama in seinen Wahlkämpfen bereits erfolgreich durchgeführt. Es geht jedoch um den Status Quo der Nutzung in Deutschland und Frankreich zwischen 2002 und 2012, wo eine flächendeckende politische Kommunikation via Social Networks sich noch nicht etabliert hat.

Auch auf Kommunikatorseite sind die Akteure noch zurückhaltend im Netz vertreten, vergleicht man die Quote z. B. mit der Anzahl von Auftritten im TV. Zwei mögliche Gründe sind hierfür denkbar: Einerseits besteht die Mehrheit der amtierenden Politiker nicht aus Digital Natives, die Kommunikation vor allem über soziale Netzwerke ist ihnen nicht in dem Maße Gewohnheit, wie dies bei der jüngeren Generation der Fall ist. So haben wenige Politiker neben einer allgemeinen Website auch eine Social-Media-Komponente, die fortlaufend gepflegt wird, in ihrem Kommunikationsportfolio. Der zweite Grund für die geringe Nutzung gerade sozialer Netzwerke ist deren **Konnotation mit unterhaltenden Inhalten**. Politiker verbreiten ihre seriösen, themenbezogenen Nachrichten nach wie vor auf traditionellen medialen Kanälen, die sowohl mit Unterhaltung als auch zumindest gleichermaßen mit Information konnotiert sind. Aus der geringen Nutzung auf Senderseite folgt wiederum eine relativ geringe Nutzung auf Rezipientenseite, da das Publikum noch nicht an politische Informationen über diesen Kanal gewöhnt ist.

Aus diesen Gründen scheidet das Medium Internet und vor allem seine Ausprägung Social Media für eine vergleichende Untersuchung in der vorliegenden Arbeit aus. Darüber hinaus kann die Tatsache als Ausschlusskriterium angeführt werden, dass das Internet mehrere Mediengattungen in sich vereint – via Internet kann ferngesehen und Radio gehört werden, es können Bilder, Filme und Texte rezipiert werden –, sodass ein Vergleich mit dem analogen Medium Buch scheitern muss, das diese Medienkonvergenz nicht aufweist.

Betrachtet man Punkt zwei, die Art der durch ein Medium bereitgestellten Stimuli, so muss der Kanal **Radio** aufgrund seiner ausschließlich auditiven Vermittlung von Informationen als für die vorliegende Arbeit nicht vergleichbar mit dem Buch angesehen werden. Auch wenn

das Buch nicht auf das Bewegtbild zurückgreifen kann, so ist es doch ein deutlich visuell geprägter Kanal. Dies ist ganz entscheidend für die Vergleichbarkeit der Vermittlung von Informationen, weswegen das Radio als Vergleichsmedium ausscheiden muss. Lediglich über das Derivat des Hörbuchs könnte eine Vergleichbarkeit entstehen, da die wenigsten Politikerbücher aber – wohl aufgrund niedriger zu erwartender Absatzzahlen – als Hörbuch vertont werden, ist dies als irrelevantes Randphänomen einzustufen.

Schließlich bleibt nach dem Ausschluss von Internet und Radio der große Bereich der **Presseprodukte**. Hier wird Punkt drei der oben stehenden Kriterienauswahl relevant. Es ist festzustellen, dass diese zweite Form von Printmedien in ihrer Anlage dem Buch sehr nahe ist; evtl. zu nahe, um sinnvolle Unterschiede herauszuarbeiten. Zu analysieren wären hier vor allem Interviews, die den Gesprächsbüchern des vorliegenden Textkorpus aufgrund der Ausgabe im Printkanal doch recht ähnlich wären. Darüber hinaus gibt es jedoch im Bereich des Pressewesens nur wenige Möglichkeiten für Politiker, sich selbst zu äußern, und gerade solche Beiträge wären für die vorliegende Untersuchung besonders gewinnbringend – meist wird journalistischer Inhalt zum Thema Politik in den Medienhäusern und nicht von Politikern generiert und entfällt damit für die vorliegende Analyse. Schließlich setzt die periodische Erscheinungsweise von Zeitungen und Zeitschriften eine andere Herangehensweise an das Phänomen Informationsvermittlung voraus als das singuläre Erscheinen eines Buchtitels (sieht man von Nachauflagen ab). Durch die **Periodizität** und den Ausgabekanal Zeitung ist ein Presseartikel in seinem Umfang beschränkt, in keiner Weise vergleichbar mit einem mehrere hundert Seiten starken Politikerbuch. Darum werden auch Presseprodukte nicht in die Überlegungen einbezogen.

Es darf jedoch nicht vergessen werden, dass journalistische Erzeugnisse und deren personelle Vertreter durchaus eine bedeutende Rolle für Politikerbücher spielen – so sind Presseartikel zur Steigerung der Bekanntheit von Büchern durchaus relevant, im Gegenzug liefern die Bücher Inhalte für eine kritische Auseinandersetzung mit Thema, Autor und Medium in der Presse. Darüber hinaus sind es oft Journalisten, die bei der Entstehung von Interviewbüchern prominent mitwirken, so z. B. Giovanni di Lorenzo in der Zusammenarbeit mit Karl-Theodor zu Guttenberg. Die Sphären von Presse und Politikerbuch sind also durchaus verquickt, beide Kanäle können aber nicht in ihrer Eigenschaft als Trägermaterial für politische Kommunikation verglichen werden, sondern müssen als gegenseitige Input- und Personalreservoirs angesehen werden. Die Funktion des Pressewesens für Politikerbücher, vor

allem auf dem Gebiet der Inszenierung von Thema und Autor, wird in Kapitel IV (v. a. anhand der Publikationen von Schmidt/Steinbrück und zu Guttenberg) herausgearbeitet.

Schlussendlich steht der Kanal **Fernsehen** im Mittelpunkt der Analyse. Neben allen soeben verhandelten Ausschlusskriterien anderer möglicher Vergleichsmedien wuchert das TV mit einem ganz entscheidenden Pfund für die vorliegende Arbeit: seinem Status als „Medium der Wahl“⁷³ für politische Kommunikation auf Kommunikatorseite. Politiker, die das Niveau politischer Macht erreicht haben, auf dem die Autoren von hier untersuchten Politikerbüchern agieren, nutzen in den meisten Fällen TV-Auftritte, um sich prominent zu positionieren. Darüber hinaus sind zwischen Buch und TV sowohl Gemeinsamkeiten – wie die visuelle Wahrnehmung durch den Rezipienten – als auch Unterschiede – z. B. das Bewegtbild und die auditive Komponente – zu finden, die einen lohnenden Vergleich ermöglichen.

Doch ist auch das Medium Fernsehen aufgrund seiner vielfältigen programmatischen Angebote nicht als ein einziger homogener Kanal anzusehen. Es muss zwischen Berichten über Politiker in Nachrichten und Auftritten von Politikern im Fernsehen unterschieden werden, zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, Sendeplätzen, Ausrichtungen des die Politikvermittlung flankierenden Programms etc. Darum liegt es nahe, sich auf einen dem Politikerbuch ähnlichen Teilausschnitt der Fernsehrealität zu beschränken. Am ehesten lässt sich die politische Kommunikation durch das Medium Buch mit der Wirkung einer **politischen Talkshow** vergleichen, da auch hier der Politiker mehr oder weniger ungefiltert nur via Medium zum Wähler spricht. Durch die audiovisuelle Aufbereitung im TV und die Anwesenheit weiterer Gesprächsteilnehmer, eines Moderators und eines Studiopublikums sind jedoch im Vergleich zum Zeitungsinterview genügend Unterschiede zum Medium Buch zu erkennen.

Politische Talkshows haben eine relativ lange Tradition, das Jahr 1953 kann als Geburtsjahr dieses Genres angeführt werden⁷⁴, es ist also für die heutigen Rezipienten ein ähnlich gut eingeführtes Medium wie das Buch. Und schließlich ist das Format der politischen Talkshow in seiner Anlage kein prototypischer Vertreter eines Fernsehformats, denn es ist weniger auf visuelle Effekte und mehr auf Inhalte fixiert, Spektakuläres bietet hier nicht die Kulisse, sondern vielmehr der Disput.⁷⁵ Dies steigert die Vergleichbarkeit mit dem Medium Politikerbuch, da beide auf statischen Elementen basieren – nicht Bewegung und Abwechslungsreichtum ist Kennzeichen einer Talkrunde, sondern der Fokus liegt auf den

⁷³ Schuller (2009)

⁷⁴ vgl. Fahr (2009), S. 19

⁷⁵ vgl. Schultz (2006), S. 91 f.

Inhalten der Diskussion. So muss das Politikerbuch in diesem Vergleich nicht mit einem spannungsgeladenen Bewegtbildwerk konkurrieren, sondern mit einem Genre, das zwar die Vorzüge des Kanals TV für sich nutzt, sie jedoch weniger in den Vordergrund stellt als andere, v. a. auch unterhaltende, Formate.

Insgesamt drängt sich die Plattform der politischen Talkshow für einen Vergleich mit dem Kommunikationskanal Politikerbuch geradezu auf, da das Medium TV eine derart große Bedeutung für die politische Kommunikation im 21. Jahrhundert besitzt und das Format der Talkshow aufgrund der o. g. Faktenlage besonders gewinnbringende Analyseergebnisse verspricht.

II.2.2 Eigenschaften der medialen Kanäle im Kommunikationskontext

Das Fernsehen – in der vorliegenden Arbeit vertreten durch sein Genre politische Talkshow – und das Politikerbuch sind zwei unterschiedlich angelegte Kanäle für politische Kommunikation. Unspezifisch Vor- und Nachteile beider Medien gegenüberzustellen, scheint wenig sinnvoll, da eine solche Klassifikation subjektiv gefärbt sein muss. Darum sollen Eigenschaften der Kanäle vor dem Hintergrund des Sendens politischer Nachrichten an eine bestimmte Zielgruppe verglichen werden. Um ein Raster mit sinnvollen Ecksteinen zu finden, an dem entlang sich dieser Vergleich vollziehen kann, wird auf Roman Jakobsons Kommunikationsmodell⁷⁶ zurückgegriffen.

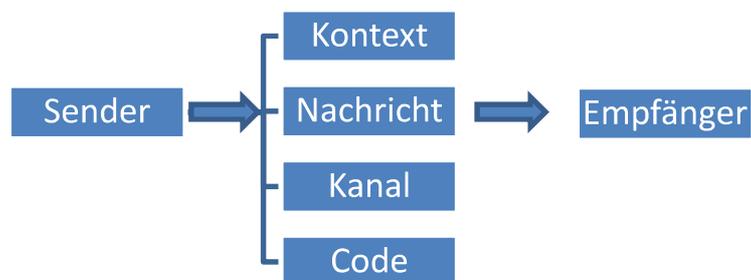


Abbildung 4: Kommunikationsmodell nach Roman Jakobson, eigene Darstellung

Jakobson identifiziert einen **Sender**, eine **Nachricht** und einen **Empfänger** – im vorliegenden Fall vertreten durch den schreibenden/in der Talkshow sprechenden Politiker, seine Inhalte und den Leser/Fernsehzuschauer und Wähler. Da es sich bei politischer Kommunikation nur sehr selten um direkte, oft aber um massenmedial vermittelte Kommunikation handelt, muss ein **Kanal** zwischen beide Kommunikationsteilnehmer geschaltet werden – das Medium Buch bzw. TV. Damit Kommunikation funktionieren kann, müssen beide Teilnehmer(-gruppen)

⁷⁶ Jakobson, Roman (1960): *Linguistics and Poetics: Closing Statement*. In: Sebeok, Thomas (Hg.) (1960): *Style in Language*. New York: M.I.T.

den gleichen **Code** verwenden; auf der Verständnisebene bedeutet das, dass sie z. B. die gleiche Sprache sprechen müssen, auf technischer Ebene, dass der Empfänger der Nachricht ein Fernsehgerät besitzen und auditive bzw. visuelle Reize wahrnehmen können sowie, im Falle des Politikerbuchs, des Lesens fähig sein muss. Hier spielen auch die oben eingeführten rhetorischen Werkzeuge eine Rolle, denn sie versuchen, den Code „Sprache“ so zu modifizieren, dass Persuasion auf Rezipientenseite entsteht.

Schließlich sind beide Kommunikationsteilnehmer auf einen gemeinsamen **Kontext**, also ein Welt- und Situationswissen aufseiten des anderen, angewiesen. Für das Politikerbuch bedeutet das: Wer keine Kenntnis von Politik hat, das mit der Thematik verbundene Personal nicht kennt und keinen Begriff von politischen Inhalten hat, wird ein Buch zu diesem Thema nicht kaufen. Darüber hinaus wird der Kauf durch situativ veränderliche Umstände forciert oder gehemmt, z. B. vermehrte mediale Berichterstattung über Karl-Theodor zu Guttenberg oder Christian Wulff im Vorfeld ihrer Publikationen deren Absatz. Auch für den Autor ist es wichtig, seine Publikationsstrategie auf nationale Besonderheiten und das aktuelle politische Geschehen abzustimmen – sei es den Anlass oder die Ausrichtung des Buches betreffend. Für die TV-Talkshow ergibt sich die Analogie dazu in der medialen, weniger der politischen Relevanz eines Politikers; wird z. B. Thilo Sarrazin zu einer Talkshow eingeladen, so wird der Zuschauer einschalten, wenn er um dessen kontrovers diskutierte Publikationen weiß, ansonsten wäre der Politiker nicht bekannt genug, um hohe Einschaltquoten zu generieren. Das kontextuelle Wissen des Empfängers spielt schon bei der Entscheidung für oder gegen die Rezeption von Informationen und Formaten eine Rolle.

An diesem Modell orientiert sich der Aufbau des Teilkapitels: Zuerst werden die beiden Kommunikationsteilnehmer, also der Politiker und der Rezipient seiner Botschaften, und ihr Verhältnis zueinander beleuchtet. Es gilt in einem ersten Schritt, die Grundlagen politischer Kommunikation über massenmediale Kanäle zu erarbeiten und auf deren Funktionen für das Gelingen eines demokratischen Gemeinwesens hinzuweisen. Aufbauend auf dieser Basis fokussiert der nächste Abschnitt die Komponenten Kanal und Nachricht, insbesondere die Wechselwirkungen zwischen medialem Kanal und politischer Nachricht. Das Element Code wird hier außen vor gelassen, denn eine genaue Diskursanalyse beider Medien würde den Rahmen dieses Theoriekapitels sprengen. Untersuchungen der Art und Weise, wie Dinge im Politikerbuch ausgedrückt und vermittelt werden, finden sich in Kapitel II.1.3 zur Rhetorik und in Kapitel VI für den untersuchten Textkorpus. Der Kontext entspricht dem, was oben bereits zum historischen, mentalitäts- und politischen Hintergrund für Politikerbücher angeführt wurde.

II.2.2.1 Massenkommunikation und die Rolle von Sender und Empfänger von Nachrichten im politischen Kommunikationskontext

Demokratische Systeme sind darauf angelegt, dass Volksvertreter gewählt werden, die politische Macht ausüben und ihre Legitimation zur Repräsentation der breiten Bevölkerung über Wahlen erhalten. Durch die Wahl bestimmter Parteien und Personen können die Wähler beeinflussen, in welche Richtung die Politik des Landes gelenkt werden soll. Um beurteilen zu können, welche Partei und innerhalb ihrer welcher Politiker am ehesten mit ihren Vorstellungen kompatibel ist, müssen über die Formulierung von Parteiprogrammen hinaus Informationen fließen. Berücksichtigt man die Tatsache, dass nach Ergebnissen des *GfK Global Trust Reports* (2013) nur 34 % der Deutschen ihrer Regierung vertrauen, aber 43 % den Medien⁷⁷, dann muss angenommen werden, dass mediale Vermittlung die Glaubwürdigkeit von politischen Botschaften eher aufwertet, als dass sie ihr schadet. Die Kanäle TV-Talkshow und Politikerbuch bieten unterschiedlich aufgestellte mediale Plattformen für politische Kommunikation, die im Folgenden untersucht werden.

Im vorliegenden Kontext ist es sinnvoll, sich auf die Definition von **Massenkommunikation** des Kommunikationswissenschaftlers und Psychologen Gerhard Maletzke zu stützen, weil sie alle Elemente enthält, anhand derer sich Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Buch und TV-Talkshow als Mittel zur politischen Kommunikation herausarbeiten lassen. Massenkommunikation bezeichnet demnach „jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen **öffentlich**, durch **technische Verbreitungsmittel indirekt** und **einseitig** an ein **disperses Publikum** vermittelt werden.“⁷⁸ Dem Fernsehen sind all diese Kriterien zweifelsohne zuzuordnen: Es ist ein Medium, dessen Bestimmung es ist, Aussagen, Unterhaltung, Information usw. an eine **Öffentlichkeit** zu transportieren – ohne diese, die u. a. bereit ist, im Rahmen der Rundfunkgebühren für einen Teil dieses Programms zu bezahlen, wird das Prinzip TV ad absurdum geführt. Fernsehen beruht nicht auf personaler Kommunikation; Fernsehsender bereiten Programme vor, die via Satellit, Kabel oder Funk an die Haushalte gesendet werden – auch die Indirektheit und technische Vermittlung sind also gegeben. Ebenfalls kann die einseitige Richtung erkannt werden, denn Rezipienten verfügen nicht über eigene Fernsehstationen, die es ihnen erlauben würden, auf per TV vermittelte Inhalte in gleicher Form zu antworten. Die Rollen von Sender und Empfänger sind klar verteilt und unumkehrbar. Schließlich gilt es, den Begriff des dispersen Publikums zu klären.

⁷⁷ vgl. GfK Verein (2013)

⁷⁸ Gerhard Maletzke (1963), zitiert nach Rhomberg (2009), S. 18 f.

Ein solches Publikum ist durch **Themenaffinitäten**⁷⁹ gebildet, also eine Gruppe von ansonsten unabhängig voneinander agierenden Personen, die sich aufgrund des gemeinsamen Interesses für ein Thema als Teile des gleichen dispersen Publikums manifestieren. Solche Gruppen sind nicht stabil, sondern wandeln sich oder lösen sich auf, sobald sich die Interessenslage ihrer Mitglieder wieder verändert. Da zwischen den Mitgliedern keine über das bestimmte Thema hinausgehende Homogenität besteht, sind sie auch nicht räumlich zu definieren und können sich an individuell unterschiedlichen Orten allein oder in Gruppen befinden.⁸⁰ All dies trifft auf die Fernsehzuschauer zu. Man vergleiche die genannten Merkmale mit einer Talkshow, deren Zuschauer nur darum für den Rahmen der Sendezeit ein disperses Publikum bilden, weil sie sich für die verhandelten Themen interessieren. Sobald die Talkshow zu Ende ist, löst sich das disperse Publikum, das keinerlei organisierte Struktur aufweist, wieder auf – um evtl. durch die serielle Anlage von TV-Talkshows zum nächsten Sendetermin wieder zu entstehen. In der TV-Talkshow handelt es sich um eine Sondersituation, denn hier sind sowohl der Politiker und der Talkmaster als auch gegebenenfalls weitere Diskutanten präsent, darüber hinaus ein Publikum im Saal und erst in einem weiteren Kreis die Zuschauer der Übertragung. Die Diversifikation der Publika lässt eine zum Buch verschiedene Kommunikationssituation entstehen, die einen interessanten Vergleich ermöglicht.

Im Folgenden ist nun die These zu belegen, dass das Medium Buch innerhalb gewisser Grenzen ebenfalls diesen Kriterien entspricht. Es ist unstrittig, dass es ebenfalls potenziell jedem zugänglich – also öffentlich – ist, nicht auf Reziprozität basiert und als Kanal zwischen Autor und Leser steht. Ein disperses Publikum ist hier sowohl räumlich als auch zeitlich zu identifizieren: Die Wahrscheinlichkeit, dass viele Leser gleichzeitig dasselbe Buch lesen – selbst wenn, würden sie es nicht synchron lesen – ist gering. Bücher entsprechen also allen Merkmalen von Massenmedien nach Maletzke, sodass sie durchaus als solche klassifiziert werden können. Eine Untersuchung ihrer Rolle für den politischen Kommunikationsprozess ist durchaus relevant, sie funktionieren ähnlich wie andere Massenmedien.

Es ist einem demokratischen System eigen, dass politische Inhalte, Fragestellungen und Entscheidungen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich sein müssen – dies geschieht über massenmediale Vermittlung.⁸¹ Massenmedien nehmen diverse Aufgaben in einer Demokratie ein, im Folgenden wird ihre **politische Funktion** fokussiert, die für die Ausrichtung der vorliegenden Arbeit besonders relevant ist. Nur durch mediale Vermittlung erhalten Wähler

⁷⁹ vgl. Rhomberg (2009), S. 19

⁸⁰ vgl. ebd.

⁸¹ vgl. ebd., S. 18

Informationen zu z. B. biografischen Fakten über Politiker, deren Programm, deren Schwerpunkten. Ohne Massenmedien wären auch führende Parteipolitiker dem Wähler weitgehend unbekannt, eine politische Meinungsbildung würde aufgrund ihrer sehr eingeschränkten Datengrundlage auf tönernen Füßen stehen. Talkshows und Bücher sind Foren, die einen Kommunikationsfluss vom Politiker zum Rezipienten/Wähler zulassen. Um eine **Bewertung der politischen Angebote** vornehmen zu können, ist es für den Wähler notwendig, sich über die Zielsetzungen aller relevanten politischen Kräfte informieren zu können – es ist Aufgabe der Massenmedien, für ausgewogene Information zu sorgen.⁸² Dies geschieht in den für diese Arbeit relevanten Kanälen auf unterschiedliche Arten: Während in einer Talkshow Ausgeglichenheit zumindest suggeriert wird, indem Politiker unterschiedlicher Couleur zu Wort kommen und eine ordnende Kraft durch den Moderator vorhanden ist, besteht eine Gleichbehandlung im Buchbereich darin, dass Politiker *aller* Lager Bücher schreiben und für gewöhnlich auch einen Verlag finden, der sich zur Veröffentlichung entschließt, weil ihm die Inhalte ausreichend nahestehen. Sogar das extrem rechte Spektrum ist vertreten: In Deutschland veröffentlichte der NPD-Funktionär Udo Voigt 2013 das Werk *Der deutschen Zwietracht mitten ins Herz: Mein Weg mit der NPD* (Nordland Verlag, Fretterode 2013). In Frankreich sind die Titel *Pour que vive la France* (Grancher, Escalquens 2012) und *A contre flots* (Grancher, Escalquens 2011) von Marine Le Pen, der Vorsitzenden des FN, lieferbar. Auch sie ist oft eingeladener Talkgast im TV und liefert so den Beleg für die Aussage, dass sowohl im Buch- als auch im Fernsbereich die Abbildung des kompletten politischen Spektrums gewährleistet ist. Grundsätzlich kann argumentiert werden, dass dieser Befund gerade im Bereich der extremen Rechten ein Problem darstellt; die Tatsache, dass Vertretern nicht freiheitlich-demokratisch ausgerichteter Parteien auf allen Kommunikationskanälen ein Forum geboten wird, ist diskussionswürdig. Auf der anderen Seite ist es Demokratien eigen, dass jede Organisation, die nicht verfassungsrechtlich verboten ist, frei kommunizieren kann. Weder die NPD noch der FN sind momentan verboten. Darüber hinaus müssen westliche Demokratien stabil genug sein, um auch konträre Meinungsäußerungen zu überstehen – auch rechte Parteien sind bis zu einem gewissen Grad durch das Recht auf freie Meinungsäußerung geschützt. Schließlich bietet die Repräsentation extremer Strömungen auf medialem Terrain auch eine Chance: Bedenkliche Tendenzen können nur erkannt werden, wenn sie publik sind. Gerade in Frankreich muss der aktuelle Erfolg des *Front National* als Seismograf für die Unzufriedenheit im Land gewertet werden und den demokratisch orientierten Parteien als Warnhinweis für einen nötigen Wandel in

⁸² vgl. Rhomberg (2009), S. 27

Kommunikation und Prioritätensetzung dienen. Die Präsenz von FN- und NPD-Politikern als Publizisten ist ein Abbild der politischen Realität – es gilt, *dieser* eine andere Richtung zu geben, nicht, den Kommunikationskanal Buch (oder TV-Talkshow) für solche Politiker auszuschließen. Auch das ist Teil der Informationsfunktion von Medien.

Daneben kommt den Medien eine **Kritik- und Kontrollfunktion** zu.⁸³ „Medien schaffen Publizität“⁸⁴, wodurch Missstände und Korruption vermieden werden sollen. Auch diese Funktion erfüllen Buch und TV. Im Falle der Talkshow sind die kritischen Nachfragen des Moderators und die Gegenargumentation der weiteren, meist einer anderen politischen Strömung angehörigen Gäste, also der politische Disput, der sich entspinnt, ohne Zweifel ein Garant für die Artikulation unterschiedlicher Meinungen, und darüber direkt für Kritik und indirekt für Kontrolle. Tritt ein Autor mit seinem Buch an die Öffentlichkeit, so ist er natürlich allein Herr über die dargelegten Sachverhalte und die Tendenz ihrer Darstellung. Allerdings ergibt sich auch in diesem Fall auf zweierlei Weise eine Kontrollfunktion: Einerseits ruft die Publikation eines Spitzenpolitikers – und solche sind Gegenstand dieser Arbeit – immer ein gewisses Medienecho hervor, das nie durchweg positiv ist. So ist zum einen eine Berichterstattung, zum anderen eine kritische Auseinandersetzung mit den Aussagen des Politikers zu erwarten. Darüber hinaus sind in Buchform geäußerte Meinungen von Politikern ideal archivierbar; so werden Äußerungen dokumentiert und können in einem späteren Zeitfenster mit den aktuellen Standpunkten des politischen Personals verglichen werden – Inkonstanz kann ebenso entlarvt werden wie Populismus. Auch über einen längeren Zeitraum findet hier eine Kontrolle zweiter Ebene, eine Kontrolle über die Kontinuität der Handlungen und Ansichten des politischen Personals, statt. Borges beschreibt es gar als ein konstitutives Merkmal von Büchern, „un prolongement de la mémoire“⁸⁵ zu sein. Ein aktuelles Beispiel für in Buchform festgehaltene und später revidierte Meinungen einer Politikerin auf höchster Ebene findet sich z. B. bei Angela Merkel in der Frage der Atomkraft, deren Beibehaltung sie noch in ihrem 2004 erschienenen Werk *Mein Weg* (Hoffmann und Campe, Hamburg) proklamierte, während sie sich seit dem verheerenden Erdbeben in Japan 2011 und dem daraus resultierenden Reaktorunglück als Verfechterin der Energiewende geriert. Einerseits vereinfacht das Politikerbuch hier den Nachvollzug von Meinungsumschwüngen der Kanzlerin, auf der anderen Seite finden sich im Buch Erläuterungen ihrer damaligen Haltung, die unter gewissen Gesichtspunkten nachvollziehbar

⁸³ vgl. Rhomberg (2009), S. 27 f.

⁸⁴ ebd., S. 28

⁸⁵ Borges (1982), S. 118

sind. Die veränderte Lage seit der Atomkatastrophe in Japan kann ein singularer erscheinendes, abgeschlossenes Medium wie das Buch nicht abbilden. In diesem Fall ist die Autorin zur Erklärung und Verbreitung ihres neuen Kurses auf periodisch erscheinende Medien, TV und Internet angewiesen. Anhand dieses Beispiels kann klargestellt werden, dass Bücher ein sinnvolles Mittel zur politischen Kommunikation sind, jedoch können Politiker sich gerade in Bezug auf die Tagespolitik auf keinen Fall ausschließlich auf das Buch als Kanal verlassen, da ihm ein geringer Grad an Aktualität eigen ist. Das Buch funktioniert als Mittel der politischen Kommunikation im Konzert mit anderen medialen Kanälen.

Schließlich üben Massenmedien die **Funktion der politischen Bildung** aus – ihnen kommt die Aufgabe zu, an der „Bildung, Aktivierung und Mobilisierung von Staatsbürgern“⁸⁶ mitzuwirken. Dies ist wiederum von enormer Bedeutung, sowohl für den Politiker als Mandatsträger als auch für den Politiker als Autor: In beiden Rollen ist er auf ein informiertes, interessiertes und aktives Publikum angewiesen. Ein solches Publikum zu schaffen, ist unter anderem Aufgabe der Medien. Möglich ist hier auch der Zirkelschluss: Durch größeren Informationsfluss ist ein politisch gebildetes Publikum zu schaffen, das wiederum als Abnehmer für neuen Input zur Verfügung steht und diesen fordert und verarbeitet, also zur Wahl geht bzw. ein politisches Buch erwirbt. Sowohl die für diese Arbeit untersuchten Politikerbücher als auch die relevanten politischen Talkshows haben politische Inhalte und sind darum unbedingt als Werkzeuge im Bereich der politischen Bildung anzusehen – und auf diese angewiesen. Hier zeigt sich erneut die Korrelation zwischen den Medien TV-Talkshow und Politikerbuch.

Fazit dieses Kapitels ist, dass der Politiker in seiner Funktion als Vertreter eines demokratischen Systems auf massenmediale Vermittlung ebenso angewiesen ist wie als Publizist. Auch dem Bürger sind Massenmedien unabkömmlich, um seine Teilhabe an demokratischen Legitimationsprozessen zu ermöglichen. Sowohl über den Begriff der Massenmedien als auch über die Funktionsanalyse der Medien kristallisiert sich kein für diese Arbeit gravierender Unterschied zwischen Büchern und TV(-Talkshows) in der politischen Kommunikation heraus, der einen Vergleich ausschließen würde. Dies erlaubt die gleichrangige Behandlung von Politikerbüchern als Massenmedien. Hier wird die Innovationskraft der vorliegenden Arbeit deutlich: Bücher werden bisher sowohl als Kanal politischer Kommunikation als auch im Bereich der Medienwirkungsforschung nachrangig

⁸⁶ Rhomberg (2009), S. 28

behandelt, obwohl es keinen strukturellen Grund dafür gibt. Für Politiker als Autoren ergeben sich zunächst keine Vor- oder Nachteile, wenn sie ihre Themen per Buch oder TV-Talkshow transportieren. Diese Feststellung dient den folgenden Untersuchungen als Fundament.

II.2.2.2 Wechselwirkungen von Kanal und Nachricht

Inhalt und Form von Kommunikation bedingen sich – für gewöhnlich wird dem Inhalt im Bereich von sachlicher, wenig emotionsbetonter Kommunikation das größere Gewicht beigemessen. Auf dem Gebiet politischer Kommunikation ist festzustellen, dass die Dominanz des Inhalts über die Form nicht immer gegeben ist; politischer Content wird gemeinhin nicht in der ihm eigenen Komplexität kommuniziert, sondern verkürzt und vereinfacht dargestellt. Politik muss sich einem gewissen **Entertainment-Druck** unterwerfen, der Informationsanteil tritt hinter einer publikumsgerechten, leicht konsumierbaren Verpackung in den Hintergrund. Einige Stimmen proklamieren gar den Sieg der medialen Vermittlung gegenüber den Inhalten und ihren Vertretern: „Aus dem Parteienwahlkampf ist ein Fernsehwahlkampf geworden.“⁸⁷ Besonders klar wird die Bedeutung des Kanals TV spätestens durch die These, dass sich politische Inhalte und gar das Prinzip der Repräsentation durch die Verwendung dieses Kommunikationskanals verändert haben: „[...] the audiovisual media has contributed to changes in the nature of political representation, as well as modifying the nature of political messages.“⁸⁸ Dies gilt auch in Deutschland und Frankreich, seitdem Fernsehduelle zwischen den Spitzenkandidaten nationaler Wahlen ausgestrahlt werden. Die Vorteile des Mediums Fernsehen sind in der politischen Welt so präsent, dass man bereit ist, Inhalte (also die eigentliche Nachricht) und ihre Darstellungsformen an den Kanal anzupassen. Mit dieser Bereitschaft geht die Tendenz einher, politische Inhalte auf Personen zu übertragen und durch die Gegenüberstellung personeller Alternativen inhaltliche Diskussionen zu ersetzen. **Personalisierung** ist ein probater Weg der politischen Kommunikation im 21. Jahrhundert. Der Trend zur Verkürzung spiegelt sich auch im Wandel vom typischen Tagespresseleser der 70er und 80er Jahre hin zum Twitternutzer der 2000er Jahre wider: Hier wird die inhaltliche Verknappung von Sachverhalten schon technisch bedingt, dafür ist der Dienst kostenlos, jederzeit und mobil abrufbar, die Informanten sind vielfältig und nicht an ein einzelnes Medienunternehmen gebunden wie bei klassischen Presseprodukten. Es besteht also die Möglichkeit scheinbar grenzenloser, kostengünstiger, unabhängiger Informationsaufnahme. Dies kann allerdings auch zu Überforderung auf

⁸⁷ Radunski (1996), S. 36

⁸⁸ Drake/Gaffney (1996), S. 26

Rezipientenseite führen, die **Fragmentierung der Informationenseinheiten** schwächt die Fähigkeit und den Willen zur Kontextualisierung von Sachverhalten. Fragmentierungstendenzen sind keine neue Erscheinung, jedoch ist die Entwicklung in ihrer Intensität im 21. Jahrhundert einzigartig, man kann durchaus von einer Zäsur sprechen. Nie zuvor war eine so große Masse an Wissen und Informationen potenziell zugänglich, nie waren Rezipienten mit einer größeren Auswahl an Kanälen konfrontiert, nie die Gefahr größer, aufgrund der schieren Überforderung schließlich desinformiert zu bleiben. Die Tücke liegt hier darin, dass die Gefahr tendenziell unterschätzt wird: Dass eine nicht alphabetisierte Gesellschaft unter mangelnder politischer Information leidet, ist leicht nachvollziehbar. Dass jedoch Wähler in modernen westlichen Demokratien, vergleichsweise wohlhabend und formal gut gebildet, aufgrund einer zu großen Informationsvielfalt desinformiert bleiben und sich frustriert von komplexen Sachverhalten abwenden, scheint weniger offensichtlich. Auch in der Politik westlicher Demokratien ist allerdings ein Hang zur Verkürzung und zum **Plakativen** zu erkennen, der der großen Konkurrenz an Informationen geschuldet ist, die über mediale Kanäle vermittelt werden.⁸⁹ Zum einen präsentieren die „[...] Medien [...] zunehmend pluralisiert, fragmentiert und ökonomisiert. Das heißt, immer mehr Medien versuchen mit einem jeweils immer kleineren Publikum Gewinn zu erwirtschaften. Unterhaltung ist Pflicht, Information hingegen Kür.“⁹⁰ Das führt dazu, dass klare Informationen über komplexe Sachverhalte selten sind und ausführliche Informationseinheiten zur Ausnahme werden – gerade im Bereich der Politik entwickelt sich hier eine gefährliche Verkürzungsschleife.

Auf der anderen Seite sind auch die Informationen innerhalb eines Mediums oft fragmentiert.

Nicht der überwältigende Nutzen der Information, sondern ihre nicht mehr zu bewältigende Flut charakterisiert die Epoche [...]. Ein enthemmtes Wachstum der Reize, die auf unsere Aufmerksamkeit losgehen, läßt die Grenzen bewußter Realisierung aber irgendwann zum chronischen Engpass werden.⁹¹

Der Rezipient kann auf die Vervielfachung von Informationsmöglichkeiten nicht mit einer Vervielfachung seines Verarbeitungspotenzials antworten – dieses ist biologisch beschränkt. Darum selektiert er. Das geschieht oft zugunsten leicht konsumierbarer Inhalte und zum Nachteil komplexer Materie wie der Politik. Dieses Problem betrifft selbstverständlich auch

⁸⁹ vgl. Mannstein (2000), S. 362

⁹⁰ Machnig (2002), S. 148

⁹¹ Franck (1998), S. 49 f.

die Politiker als Akteure politischer Kommunikation. In Zeiten, in denen sich die Inhalte und Forderungen zumindest der großen Parteien immer mehr angleichen, werden hier wichtige Distinktionsmöglichkeiten vergeben. Das Medium TV verstärkt diesen Trend: „Unser politisches Geschäft wird zunehmend komplex, die Medienberichterstattung neigt – mit Ausnahmen – immer stärker zur Simplifizierung, Personalisierung, Einzelfallberichterstattung usw. Die Komplexität der politischen Agenda findet sich also nur segmentär in der Medienberichterstattung wieder.“⁹² **Aufmerksamkeit** wird generiert, wenn Unerwartetes, Spannendes passiert – Peer Steinbrück drückt dies in *Zug um Zug* (Hoffmann und Campe, Hamburg 2011) wie folgt aus: Für ihn „ist die Überreizung inzwischen so weit fortgeschritten, dass das Publikum nur noch dann auf Politik reagiert, wenn ein hoher Unterhaltungswert oder möglichst viel Zoff mitgeliefert wird.“⁹³ Dieser Aussage muss die Bemerkung beigelegt werden, dass auch der Politiker selbst in seinem Bundestagswahlkampf 2013 durchaus auf heftige Kontroversen setzte. Auch er nahm in der Realität also keine Rücksicht auf den Befund, den er im Buch kritisiert. Schriftlich distanziert er sich von einem inhaltsleeren medialen Diskurs, dies dient aber vor allem der Inszenierung der eigenen Person als besonders sachorientiert; im Wahlkampf bediente auch Steinbrück die entsprechenden Mechanismen. Diese Erkenntnis leitet über zu einer Einschätzung der politischen Kommunikation via Buch, die einige Defizite per TV vermittelter Inhalte ausgleichen kann, im Grunde jedoch oft an die gleichen Grenzen und ökonomischen Zwänge stößt.

Zwar hat das Medium Buch als **langsam, aber stetig zu konsumierendes** Medium das Potenzial, gefährliche Verkürzungsschleifen zu lösen, indem es 200 Seiten oder mehr durchgehende Information eines Senders zu einem Sachzusammenhang am Stück liefert und diese Erläuterungen einem **genau identifizierbaren Sender** zuordnet. Es wirkt der Fragmentierung von Informationen entgegen. Jedoch muss festgehalten werden, dass auch der Politiker in seiner Rolle als Autor auf seine Außenwirkung bedacht ist und kürzt, schön, eine ihm vorteilhafte Sicht auf Sachverhalte vorträgt. Das Buch ist also ob seiner äußeren Form durchaus geeignet, Fragmentierungstendenzen entgegenzuwirken, inhaltlich gelten jedoch die gleichen Unterhaltungs-, Selbstdarstellungs- und ökonomischen Zwänge wie bzgl. des Mediums TV. Nicht nur Politiker, die in Talkshows auftreten, auch Politiker-Autoren sind vom **homo politicus** zum **homo medialis**⁹⁴ geworden, der in erster Linie sich selbst und erst nachrangig Sachinformationen, also *Policy*, vermitteln muss.

⁹² Meckel (2002), S. 281

⁹³ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 94

⁹⁴ beide vgl. Karmasin (2006), S. 109

Die Tatsache, dass Politiker leicht konsumierbare Kommunikationsplattformen nutzen, scheint in Zeiten mangelnden Politikinteresses und einer gesellschaftlichen Tendenz hin zur Unterhaltung und weg von klassischen Informationsformaten seine Berechtigung zu haben. Grundsätzlich ist eine möglichst große Menge an Wählern, die durch politische Kommunikation erreicht wird, wünschenswert. Dies muss jedoch relativiert werden, wenn Inhalte komplett hinter der Form von Vermittlung zurücktreten, wenn Ereignisse gar speziell für ein bestimmtes Ausgabeformat generiert werden – kurz, sobald die politische Inszenierung so sehr zunimmt, dass vor ihrem Hintergrund inhaltliche Diskussionen und personelle Profile verschwimmen und durch Gewöhnung an derlei Szenarien auf Wähler- und Medienrezipientenseite ein Grundverdacht der Inszenierung zur Regel wird. „[...] die Frage nach dem Verhältnis von Wirklichkeit und medial vermittelter Realität“⁹⁵ muss als zugunsten der Wirklichkeit entschieden wahrgenommen werden, ansonsten entstehen Tendenzen in Richtung eines **Inszenierungsüberdrusses** aufseiten der Wähler. Dieser ist das Resultat aus einer Diskrepanz zwischen den **normativen** und den **antizipatorischen Erwartungen**⁹⁶, die Wähler an Politiker haben. Wähler antizipieren, dass Politiker auf rhetorische Kniffe, Halbwahrheiten, Unklarheiten im Ausdruck rekurren, um sich unangreifbar zu machen, und dass sie eine geschönte Version ihrer eigenen Person vorstellen. Die normative Erwartung, also das, was die Wähler (zumindest rational) gutheißen würden, wäre eine klare sprachliche Linie, eine verständliche politische Kommunikation, eine Reduzierung auf das Wesentliche und ein ehrlicher Umgang mit den Schwächen der Person des Politikers. Aufgrund der Enttäuschung der normativen Erwartung und der negativen antizipatorischen Erwartung entsteht ein Glaubwürdigkeitsdefizit. Dieses Problem ist aber nicht ausschließlich dem politischen Personal zuzuschreiben: Die Bevölkerung übt (eben nicht rational) einen Entertainmentdruck auf Politiker aus, die rational so wünschenswerte Konzentration auf Fakten ist kommunikativ nur schwer umzusetzen, weil sie nicht genug Aufmerksamkeit generiert. Das Problem besteht also in einer Negativspirale zwischen Inszenierungsverdacht, Inszenierungsdruck und Inszenierungshandeln der Politiker. Folgen daraus sind der Trend zur Personalisierung und das wachsende Gewicht von politischem Marketing. Diese Entwicklungen vollziehen sich schleichend, allerdings kann in Deutschland der Bundestagswahlkampf 1998 als Zäsur für eine veränderte Schwerpunktsetzung und ein größeres Gewicht auf inszenierten medialen Auftritten von Politikern benannt werden.⁹⁷ Der SPD-Kanzlerkandidat dieses Wahljahres, Gerhard Schröder, gilt allein deshalb als Vorreiter

⁹⁵ Rhomberg (2009), S. 15

⁹⁶ vgl. dazu AG Soziologie (1992), S. 25

⁹⁷ vgl. Mannstein (2000), S. 72

der **Personalisierung** und **Medialisierung** von Politik, weil durch seine öffentliche Scheidung von Hiltrud Schröder 1996 die Einbindung von Privatem in die politische Diskussion in Deutschland angestoßen wurde. Erstmals kam es zu einer Debatte über den Einfluss, den ein so privates Ereignis wie eine Scheidung auf eine potenzielle Kanzlerkandidatur eines Beteiligten haben könnte.⁹⁸ Seitdem tritt **Privates** längst nicht mehr nur in der Boulevardpresse zutage, sondern wird auch als Wahlkampfmittel und Werkzeug der politischen Kommunikation eingesetzt.⁹⁹ Dies birgt Gefahren, wenn private Elemente in der medialen Berichterstattung überhand nehmen und die Würde des politischen Amtes bzw. inhaltliche Diskussionen darunter leiden. Wie Privates in Politikerbüchern zur Imagepflege verwendet wird und wie die Balance zwischen Politischem und Privatem in diesem Medium aufrecht erhalten werden soll, dazu siehe Kapitel IV. Vor allem im Bereich der Skandalmanagementbücher wird das Problem der Inszenierung und der Fallhöhe aufgrund von privaten Fehlritten analysiert.

Aber nicht nur private Fakten, auch andere Elemente der Person eines Politikers, die nichts mit seiner Amtsausübung zu tun haben, geraten immer mehr in den Fokus der Öffentlichkeit – vor allem aufgrund des audio-visuellen Kanals TV. Politiker stehen mit Blick auf die jeweils nächste Wahl ständig in der Pflicht, ihr **Image** in der Öffentlichkeit zu pflegen. Dieser Druck wächst durch Medien wie das Fernsehen enorm; Politiker sind sich im Klaren darüber, dass ihre Mimik und Gestik, ihre Haltung, ihr Äußeres und ihr Verhalten ebenso über das Fernsehen transportiert und dann vom Publikum analysiert werden und auf es wirken, wie ihre Aussagen und Handlungen.¹⁰⁰ Um auf eine Begrifflichkeit der Rhetorik zurückzugreifen: Die Elemente der *Actio* gewinnen an Bedeutung. Diese durch den medialen Ausgabekanal bedingten Vorzeichen – die dem Medium Politikerbuch aufgrund seiner Textorientierung fremder sind – dominieren im Zweifelsfall den Inhalt, die politische Botschaft. Für Politiker wie für Privatmenschen gilt: „Das zu wahrende Gesicht stellt die innigste Koppelung von Selbstwertschätzung und sozialer Geltung dar“.¹⁰¹ Das Fernsehen ist der populärste und effizienteste Kanal, über den dieses zu wahrende Gesicht der Öffentlichkeit gezeigt werden kann und muss. Dies zwingt Politiker dazu, ihre Persönlichkeit und damit verbunden ihre Vorgehensweisen und Ziele transparenter zu machen, birgt aber auch das Risiko der Etablierung einer „Mediokratie, in deren medial inszenierter und transportierter Politik der

⁹⁸ vgl. Holtz-Bacha (2001), S. 22

⁹⁹ vgl. ebd., S. 24

¹⁰⁰ vgl. Kronacher (2002), S. 49

¹⁰¹ Franck (1998), S. 100

Schein ein höheres Gewicht als das politische Sein besitzt[t].¹⁰² Gerade für TV-Talkshows gilt dies in erhöhtem Maße, weil der Politiker nicht nur sich selbst in Szene setzen, sondern meist auch mit weiteren Partizipanten einer Gesprächsrunde **konkurrieren** muss. Hier ist mit einer besonders zugespitzten Artikulation von Positionen, einer evtl. mit Ironie durchsetzten Darstellung, womöglich von Gegenrednern unterbrochen, zu rechnen, und ist die vordergründig nutzerfreundlichere Variante in einer Zeit, in der die Rezipienten mit Informationen überfrachtet werden und priorisieren müssen.¹⁰³ Der Informationsvermittlung als solcher wird das in letzter Konsequenz schaden.

Das Medium Buch scheint hier, was die Vermittlung von Inhalten mit geringerer Effekthascherei angeht, im Vorteil zu sein. So kann der Auftritt eines Politikers in seinem eigenen Buch und damit in seiner eigenen Arena, ohne Widersprüche und Einwände von außen, als wohltuende Konzentration auf die Sache empfunden werden. Peer Steinbrück überspitzt den Nachteil des Talkshowformats in seiner Publikation *Zug um Zug* (Hoffmann und Campe, Hamburg, 2011): „In Wirklichkeit ist es eine Quelle der Desinformation, weil jeder nur drei Minuten redet, dann kommt der andere dran, und am meisten redet der Talkmaster. Das läuft hinaus auf eine vollkommene Entpolitisierung des Publikums.“¹⁰⁴ Diese Deutung kann sicherlich nicht ohne Gegenargumente hingenommen werden – auch Steinbrück nutzt ja durchaus dieses TV-Format, um sich zu präsentieren. Darüber hinaus darf nicht vergessen werden, dass auch im Politikerbuch Bildblöcke vorhanden sind – da diese vom Autor selbst gewählt werden können, ist auch hier eine vorteilhafte Darstellung der eigenen Person zu erwarten, darüber hinaus dienen Bildblöcke dem Leser als Ruhepole innerhalb einer umfangreichen Publikation – auch hier besteht die Gefahr, dass Bildern mehr Aufmerksamkeit zuteil wird als verschriftlichten Inhalten. Das **Fehlen bewegter Bilder** mag hier entgegenwirken, stellt aber auch eine Zugangsbarriere für potenzielle Rezipienten dar.

*Im Medienalltag gilt heute weitgehend die Regel, dass ein Thema ohne Bilder eigentlich kein Thema ist [...] Dabei wird die Grenze zwischen einer medialen Visualisierung der Wirklichkeit (...) und der Inszenierung von Ereignissen, die schon in die Fiktionalität hineinreicht, manchmal überschritten.*¹⁰⁵

¹⁰² Thomas Meyer, zitiert nach Machnig (2002), S. 146

¹⁰³ vgl. Fahr (2009), S. 18

¹⁰⁴ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 92 f.

¹⁰⁵ Meckel (2002), S. 282

Das Medium Buch eröffnet Politikern in einer ansonsten vom (Bewegt-) Bild dominierten Medienlandschaft einen Kanal, auf dem sie ohne Ablenkung durch Äußerlichkeiten sachorientiert ihre Botschaft aussenden können. Ob jedoch eine des Bildbestandteils weitgehend beraubte Darstellung von Politik ebenso erfolgreich sein kann, wird angesichts der moderaten Auflagenzahlen der durchschnittlichen Politikerbücher fragwürdig – oft muss bereits eine Startauflage von 5.000 Exemplaren als Erfolg angesehen werden.¹⁰⁶

Durch die für die **Unterhaltungsgesellschaft** weniger attraktive Aufmachung wirkt das Medium Politikerbuch dröger, es erreicht tendenziell weniger Rezipienten bzw. vor allem solche, die bereits gut politisch informiert sind. Eine geringere Rezipientengruppe ist in einem demokratischen System, das auf gut informierte und entscheidungsfreudige Bürger baut, als Nachteil anzusehen. Allein schon die Anlage des Buchs auf einen Konsum, der in der Regel mehrere Stunden füllt und noch dazu nicht primär auf das Bild als Informationsträger zurückgreifen kann, das außerdem auf der nicht reflexhaften, sondern vielmehr mühsam zu erlernenden (und teilweise auch auszuübenden) Tätigkeit des Lesens beruht¹⁰⁷, scheint im Vergleich zum TV außer Konkurrenz zu laufen. Während Fernsehinhalte einen **Nebenbei-Konsum** ermöglichen, erfordert die Informationsquelle Buch eine ausschließliche Beschäftigung schon aus dem rein physischen Grund, dass das menschliche Auge sich nur auf eine Stelle fokussieren kann. Das Fehlen auditiver Informationsteile verhindert die gleichzeitige Wahrnehmung eines weiteren Informations- oder Unterhaltungskanals. Gerade mit komplexen politischen Themen und dem schwerer zugänglichen Medium Buch ist eine nicht ganz glückliche Konstellation für eine möglichst große Rezipientengruppe geschaffen. Das audio-visuelle Medium TV akquiriert auch unterdurchschnittlich informierte und am Thema interessierte Rezipienten aufgrund der weniger komplexen Rezeptionsweise. Politikerbücher und ihre mediale Weiterverarbeitung sind jedoch trotz alledem dazu geeignet, den Politiker-Autor der öffentlichen Meinung zu präsentieren. Durch die erhöhte Anzahl an Kontakten eines potenziellen Wählers mit dem Politiker und seiner Botschaft wächst die „Wahrscheinlichkeit für weitere kognitive und persuasive Wirkungen“¹⁰⁸ – und dieses Phänomen setzt nicht voraus, dass das Politikerbuch auch gelesen wurde; seine mediale Weiterverarbeitung genügt, um Interesse zu wecken. Diese mediale Einbettung eröffnet eine weitere, **externe Ebene der Inszenierung**. Im Medienkanon, der selbstverständlich nicht nur zur Adressierung einer großen Rezipientenzahl aus demokratischen Interessen, sondern in mindestens gleichem Maße zur Vermarktung von Buch und Politiker genutzt wird, findet

¹⁰⁶ vgl. Strauch (2002)

¹⁰⁷ vgl. Pöppel (2009), S. 40

¹⁰⁸ Podschuweit (2012), S. 27

Marketing mindestens ebenso forciert wie Information statt. So erreichte *La Flamme et la Cendre* (Grasset, Paris 2002) von Dominique Strauss-Kahn unter anderem durch die Besprechungen in *Libération*, *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur* und *Esprit* eine Auflage von nahezu 30.000 Exemplaren¹⁰⁹ – ohne diese Einbettung in andere Medienkanäle wäre dem gewiss nicht so gewesen. Auch auf deutscher Seite finden sich Beispiele dieser Art; die medienwirksam inszenierte Erstvorstellung von Edmund Stoibers *Weil die Welt sich ändert* (Siedler, München 2012) in Anwesenheit von Bundeskanzlerin Angela Merkel (siehe Kapitel IV.1.1.4) oder der durchgetaktete Start¹¹⁰ von Helmut Kohls *Tagebuch 1998–2000* (Droemer, München 2000) sind nur zwei Beispiele, gleichermaßen können die von der *Zeit* aufwändig in Szene gesetzten Buchpräsentationen des Autors Helmut Schmidt (vgl. Kapitel IV.1.1.3) als Beleg herangezogen werden. In einer Zeit, in der schon so aufmerksamkeitssträchtige Medienereignisse wie das Duell der Kanzlerkandidaten nicht mehr genügend Attraktivität besitzen, um eine große Masse an Menschen zu interessieren, und scheinbar aus dem Genre fallende Moderatoren wie Stefan Raab im Jahr 2013 zur Aktivierung neuer Rezipientenkreise herangezogen werden müssen, kommt auch das Medium Buch in seiner Vermarktung nicht ohne einen gewissen Grad an Inszenierung aus. Darum kann als Resumée dieses Kapitels eine Wechselwirkung zwischen Medium und politischer Nachricht festgestellt werden, wobei dieses Verhältnis von einem Ungleichgewicht zugunsten des Kanals geprägt ist. Es stellt sich aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht nicht mehr die Frage nach dem Einfluss der Politik auf die Medien, sondern umgekehrt.¹¹¹

¹⁰⁹ vgl. Delorme-Montini (2002), S. 23

¹¹⁰ vgl. dazu Kepplinger (2012), S. 95

¹¹¹ vgl. Karmasin (2006), S. 107

III Eingrenzung einer potenziellen Zielgruppe und Analyse des Marktumfelds für Politikerbücher

Jedes Buch ist ein Zwiegespräch zwischen Autor und Leser.¹¹²

Wenn Politiker via Buch an ihre potenziellen Wähler herantreten, dann sind bestimmte Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Sie müssen wissen, wer ihre Bücher höchstwahrscheinlich lesen wird – und wen sie mit welchen Mitteln darüber hinaus dazu motivieren können, ihre Publikation zur Hand zu nehmen. Im folgenden Kapitel muss geklärt werden, ob es in Deutschland und Frankreich eine buchaffine und zugleich politikaffine Zielgruppe gibt, die Politautoren ansprechen können.

Daneben muss aber auch das Marktumfeld untersucht werden, in dem Politikerbücher platziert werden. Welcher Verlag wird gewählt, wie kann von Synergien profitiert werden, wie steht das Segment des politischen Sachbuchs im Vergleich zu anderen Warengruppen da? Schließlich spielt auch die Komposition des Buchs als solches eine bedeutende Rolle, wie muss es zusammengestellt sein, welche paratextuellen Elemente müssen dem Text beigegeben sein, um eine möglichst große Zielgruppe zu erreichen oder das Buch seiner Intention entsprechend zu positionieren?

III.1 Demografische und politische Rahmenbedingungen in Deutschland und Frankreich im 21. Jahrhundert – eine Annäherung an eine potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher

Für die vorliegende Arbeit besteht das Erkenntnisinteresse aller Fragestellungen im deutsch-französischen Vergleich. Im Folgenden werden die politischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten gegenübergestellt, auf die Politikerbücher einzugehen haben. Sie sind Verlagserzeugnisse, die in großem Maß von den politischen und strukturellen Gegebenheiten beider Länder abhängen. Die Politiker als Autoren stehen sowohl unter buchmarktspezifischem Einfluss als auch – und noch in größerem Maße – unter dem Einfluss von Ereignissen und Strukturen des politischen Betriebs. Wer wann was publiziert, unter Verwendung welcher „Verpackung“, und wie eine potenzielle Leserschaft aussehen kann, all das hängt von landesspezifischen Faktoren ab. Aus diesem Grund werden im folgenden

¹¹² Reiners, Ludwig (1991): Stilkunst. Ein Lehrbuch deutscher Prosa. C.H. Beck, München, S. 7

Kapitel Fakten zur Demografie, zu den politischen Systemen und zum Buchmarkt in Deutschland und Frankreich geliefert, um der in Kapitel IV folgende Textanalyse einen realweltlichen Kontext voranzustellen.

III.1.1 Bevölkerungsstruktur, Kaufkraft, politisches und medienspezifisches Interesse

Frankreich ist mit einer Fläche von 643.801 Quadratkilometern¹¹³ erheblich größer als Deutschland (357.000 Quadratkilometer¹¹⁴). Seine um etwa ein Viertel kleinere Bevölkerungszahl (2012 mit 63,7 Mio. Einwohner¹¹⁵ gegen 80,5 Mio. in Deutschland¹¹⁶) lässt vermuten, dass Ballungsräumen eine große Bedeutung zukommt, während rural geprägte Gebiete noch dünner besiedelt sind als in Deutschland – dies hat auch Auswirkungen auf die Buchhandelsstruktur, die sich entsprechend der Absatzmöglichkeiten entwickelt. Darüber hinaus weist Deutschland eine zahlenmäßig größere Zielgruppe für den Kauf von Konsum- und Kulturgütern auf – es wird zu prüfen sein, ob auch im Bereich des politischen Sachbuchs hier mit einem geringeren oder, entgegen der zahlenmäßigen Verteilung, mit einem größeren Absatzmarkt zu rechnen ist.

Zur Bevölkerungsstruktur

Zur Definition einer potenziellen Zielgruppe für Politikerbücher ist es zielführend, **Lebensumstände** und **Werte** der deutschen und französischen Bevölkerung zu untersuchen. Das Sinus-Institut für Markt- und Sozialforschung in Heidelberg hat Lebensweltanalysen für beide Gesellschaften vorgelegt.

Die Sinus-Milieus gruppieren Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen – zur Arbeit, zur Familie, zur Freizeit, zu Geld und Konsum.¹¹⁷

¹¹³ vgl. Frankfurter Buchmesse (2012), S. 1

¹¹⁴ vgl. Statista (2013 a)

¹¹⁵ vgl. Frankfurter Buchmesse (2012), S. 1

¹¹⁶ vgl. Statista (2013 a)

¹¹⁷ Sinus-Institut (2014), S. 1

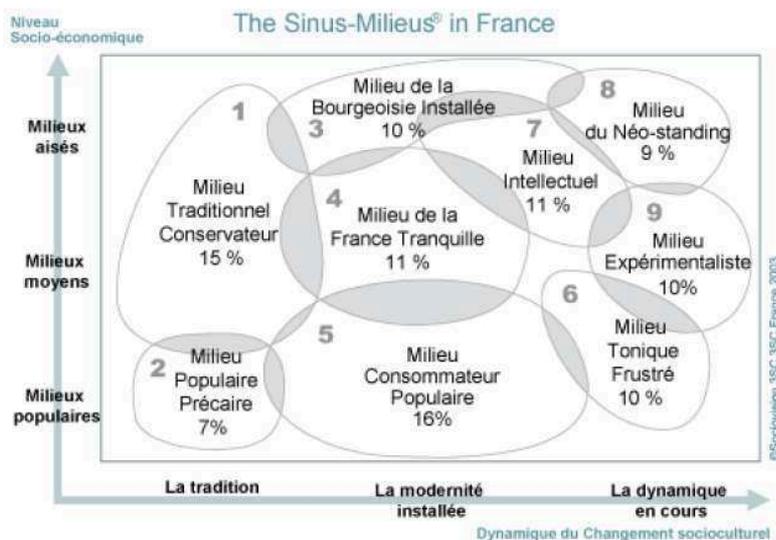


Abbildung 5: Sinus-Milieus in Frankreich (2013). Quelle: Hauser (o. J.), Folie 4

etablierte, das liberal-intellektuelle, das expeditiv und das Milieu der Performer – gemeinsam machen sie 31 % der deutschen Bevölkerung aus.¹¹⁸ Sie umfassen in dieser Reihenfolge „Das klassische Establishment“, „Die aufgeklärte Bildungselite“, „Die multi-optionale,

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2014

Soziale Lage und Grundorientierung

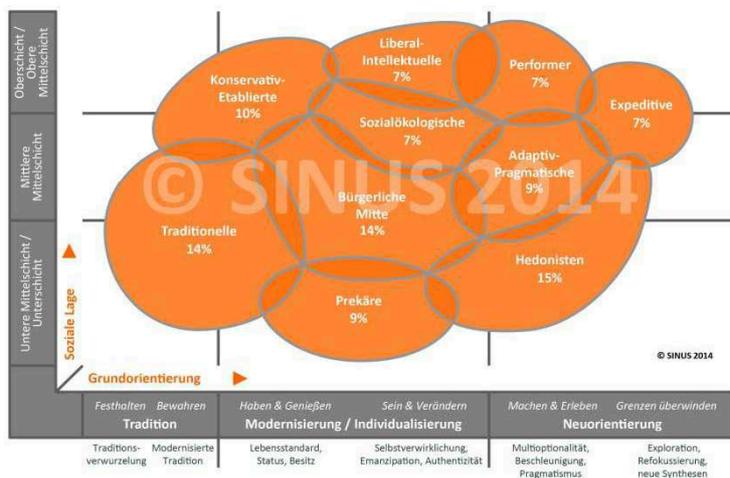


Abbildung 6: Sinus-Milieus in Deutschland. Quelle: Sinus-Institut

effizienzorientierte Leistungselite“ und „Die ambitionierte kreative Avantgarde“. ¹¹⁹ Als Milieus der Mitte werden die bürgerliche Mitte, das adaptiv-pragmatische Milieu und das sozialökologische Milieu angesehen. Sie stellen gemeinsam weitere 30 % der Bevölkerung. Schließlich folgen die Milieus der unteren Mitte und Unterschicht, zu denen das traditionelle, das prekäre und das hedonistische Milieu zählen, die mit 38 % den größten Anteil an der deutschen Bevölkerung haben. Diese Prozentwerte beziehen sich auf das Jahr 2014, die Benennung der Sinusgruppen entspricht der 2010 adaptierten Nomenklatur.¹²⁰

¹¹⁸ vgl. Sinus-Institut (2014), S. 2

¹¹⁹ ebd., S. 1

¹²⁰ vgl. ebd., S. 2

Nun gilt es zu definieren, welche dieser **Milieus** besonders **buchaffin** und bereit sind, für den gedruckten Content zu bezahlen. Ergebnisse dazu sind in einer im Auftrag des Börsenvereins durchgeführten GfK-Studie aus dem Jahr 2005¹²¹ zu finden. Man stellte fest, dass die Milieus der Postmateriellen und der Konservativen diesbezüglich besonders großes Potenzial aufweisen. Auch die Etablierten, die Performer, die bürgerliche Mitte und die Experimentalisten können über Bücher angesprochen werden, die beiden oben genannten Milieus werden jedoch als Kernzielgruppe festgelegt.¹²² Umgesetzt in die neue Nomenklatur bedeutet das, dass eine Teilgruppe der Konservativ-Etablierten und darüber hinaus eine Schnittmenge der neu definierten Gruppen der Sozialökologischen, Liberal-Intellektuellen und Adaptiv-Pragmatischen zur Kernzielgruppe der Buchkäufer gehören, also insgesamt eine den sozial gehobenen Milieus zuzuordnende Kohorte. So ist festzustellen, dass leistungsorientierte, finanziell gesicherte und formal höher gebildete Bevölkerungsteile durch Bücher angesprochen werden. Verbindet man die Affinität dieser Gruppen zum Medium Buch mit dem für diese Arbeit definierten Kernthema der Politik, so ist durchaus eine Schnittmenge an Rezipienten zu erwarten, die beide Interessen miteinander vereint.

SINUS-Welten sind neben bestimmten Werten vor allem auf monetäre Aspekte hin ausgerichtet. Die finanziellen Verhältnisse der Bevölkerung eines Landes spielen eine Rolle bei der Zielgruppendefinition für ein Produkt, das käuflich erworben werden muss, weswegen auch Zahlen zu diesem Thema für Deutschland und Frankreich vorgelegt werden. Das statistische Bundesamt beziffert das Haushaltsnettoeinkommen in Deutschland im Jahr 2012 mit durchschnittlich 2.922 €¹²³, in Frankreich liegt es im gleichen Jahr mit 2.082 € deutlich darunter.¹²⁴ Ebenfalls negativ fällt der Vergleich der Arbeitslosenquoten beider Länder für Frankreich aus: Für Frankreich wird die Arbeitslosenquote 2013 auf 11,0 %¹²⁵, für Deutschland auf 6,9 %¹²⁶ geschätzt. Es ist also davon auszugehen, dass auch für das Kulturgut Buch in Frankreich weniger **Kaufkraft** zur Verfügung steht als in Deutschland. Es wird zu prüfen sein, ob sich die Verlage beider Länder diesen unterschiedlichen Ausgangssituationen angepasst haben.

¹²¹ Es handelt sich um die Studie „Buchkäufer und Leser 2005 – Profile, Motive, Wünsche.“ Verbraucherstudie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und Sinus Sociovision. Im Literaturverzeichnis unter *Börsenverein des deutschen Buchhandels (2005)*

¹²² vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels (2005), S. 8

¹²³ vgl. Statistisches Bundesamt (2012)

¹²⁴ vgl. Libération Économie (2012)

¹²⁵ vgl. Frankfurter Buchmesse (2013), S. 1

¹²⁶ vgl. Statista (2014 a)

Zum politischen Interesse

Nach der Analyse von Lebenswelten und ökonomischen Daten, die eine Aussage darüber zulassen, wie viele Menschen mit einem Produkt erreicht werden können, muss auch das **Interessenspotenzial** ermittelt werden, welches das Produkt abrufen. Ein großes Problem für die Ansprache einer ausreichend großen Zielgruppe durch politische Sachbücher ist die wachsende **Politikverdrossenheit** der westlichen Bevölkerungen. Wähler beschäftigen sich aufgrund von „Ärger, Veränderungsängsten und Privatisierungstendenzen“¹²⁷ weniger mit Politik, was zu einer steigenden Anzahl an Nicht-Wählern führt. Es ist anzunehmen, dass damit auch die potenzielle Zielgruppe für politische Sachbücher schrumpft, da ihre Lektüre am ehesten jenen Menschen nutzen wird, die sie in eine Entscheidung umwandeln und diese am Wahltag zum Ausdruck bringen. Demokratien funktionieren nur, wenn ihre Bürger sich informieren, sich eine Meinung bilden und diese innerhalb ihrer partizipativen Möglichkeiten zum Ausdruck bringen.¹²⁸ Diese Forderung wird jedoch im öffentlichen Bewusstsein immer weniger wichtig; so sinkt die Anzahl der Bürger, denen es ein Bedürfnis ist, täglich über das aktuelle Geschehen auf dem Laufenden zu sein. Vielmehr neigen die Verbraucher zu Unterhaltungsangeboten, die Spaß bringen und eine Möglichkeit zur Realitätsflucht bieten. Dadurch wird Handlungspotenzial verschenkt, die Teilhabe an politischen Entscheidungsprozessen wird aufgegeben, im schlimmsten Fall vertreten regierende Parteien und Politiker nicht die Meinung der Mehrheit, sondern der aktiven Minderheit, die die schweigende Mehrheit bestimmt. Darin liegt eine Gefahr für demokratische Strukturen begründet, da extreme, aber engagiert vertretene Positionen so an Gewicht gewinnen. Dieses Phänomen ist aktuell in Frankreich erkennbar, wo dem FN unter Marine Le Pen bei der Präsidentschaftswahl 2017 durchaus Chancen zugerechnet werden, da ihre Partei die eigenen Wähler sehr gut mobilisieren kann und dadurch einen bedeutenden Prozentsatz der abgegebenen Stimmen auf sich vereinigen könnte.

Um eigene **Wähler zu mobilisieren**, müssen auch die demokratisch orientierten Parteien in Deutschland und Frankreich neue Wege gehen. Tendenzen in Richtung eines Eventcharakters von Politik schlagen sich in Wahlkampf und Politikvermittlung nieder, man denke an das *Guido-Mobil* im Rahmen der *Strategie 18* der FDP im Bundestagswahlkampf 2002. Solche Strategien sind durchaus kritisch zu betrachten. Zwar rekrutieren sie kurzfristig Interessierte, jedoch handelt es sich dabei nicht um gut informierte Bürger, die fundierte Wahlentscheidungen treffen und sich eine begründete politische Meinung bilden, sondern um

¹²⁷ Radunski (1996), S. 35

¹²⁸ vgl. Rhomberg (2009), S. 92

Menschen, die durch den Aktionscharakter, der die eigentlichen Inhalte überdeckt, animiert werden. Dieses Aktivierungspotenzial ist nicht von Dauer und kann nicht mit seriöser politischer Kommunikationsarbeit gleichgesetzt werden.

Das Phänomen der Politikverdrossenheit ist sowohl in Deutschland als auch in Frankreich nachweisbar. Es schlägt sich zum Beispiel in der Wahlbeteiligung auf nationaler Ebene nieder, die in beiden Ländern stetig sinkt. In Deutschland wählten 1949 bei der ersten Bundestagswahl 78,5 % der Bevölkerung; bei diesem Urnengang war nach den Jahren des autoritären Regimes im Nationalsozialismus kein besonders großes Vertrauen in und keine besonders große Vertrautheit mit demokratischen Legitimationsprozessen vorauszusetzen, die hohe Wahlbeteiligung ist umso positiver einzuschätzen. Die Zahlen stiegen kontinuierlich an und erreichten in den Jahren 1972, 1976, 1980 und 1983 Rekordhöhen von ca. 90 %. Seitdem ist eine insgesamt fallende Tendenz zu erkennen, im Jahr 2009 lag die Quote bei nur 70,8 %¹²⁹ – die **Nichtwählerschaft** wird in beiden Ländern immer größer. In Frankreich wächst sie seit 20 Jahren und zieht immer weitere Kreise auch in bildungsnahe Schichten¹³⁰ – auch wenn Mitglieder solcher Milieus für gewöhnlich größeres Interesse an Politik haben und ihre Partizipationsmöglichkeiten eher nutzen.¹³¹ Es stellt sich nun die Frage, ob Politikerbücher diesem Negativtrend entgegenwirken können. Diese Bücher verbinden die Person des Politikers mit seinen Themen, erleichtern so den Zugang zu ihm und helfen bei der Vermittlung politischer Inhalte auch an nur durchschnittlich an Politik Interessierte. Somit haben sie durchaus Potenzial als Werkzeug zur Aktivierung von Wählern, jedoch sind sie nicht als Universalheilmittel für die Vermittlungskrise westlicher Demokratien anzusehen. So wurden die seit jeher aktiven politischen Autoren Jacques Chirac und Lionel Jospin Teil eines politischen Erdbebens, als bei der Präsidentschaftswahl 2002 die zwischen ihnen bestehende, am längsten währende *Cohabitation* der V. Republik abgestraft wurde: Die Präsidentschaftswahl wurde im zweiten Wahlgang nicht zwischen Amtsinhaber und Premierminister entschieden, sondern zwischen Jacques Chirac und dem Kandidaten des rechtsextremen *Front National*, Jean-Marie le Pen, der nur etwa 860.000 Stimmen weniger auf sich vereinigen konnte als Chirac, während Jospin mit weiteren knapp 200.000 Stimmen zurücklag.¹³² Hinzu kam eine besonders hohe Enthaltungsquote von 28,4 %. Aufgerüttelt durch diese Gefährdung demokratischer Grundfesten wurde das Wahlvolk für den zweiten Wahlgang erfolgreich mobilisiert; Chiracs Bestätigung im Amt erfolgte dort mit 82,2 % der

¹²⁹ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2013 a)

¹³⁰ vgl. Ballet (2010), S. 45

¹³¹ vgl. Rudzio (2006), S. 409

¹³² vgl. Ballet (2010), S. 111

Stimmen.¹³³ Dieser Umstand trat ein, obwohl die betroffenen Politiker aktive Publizisten sind und waren. Daraus folgt, dass Buchveröffentlichungen nur als flankierende Maßnahmen zur Vermittlung politischer Inhalte dienen, aber nicht Defizite der Alltagspolitik kommunikativ so aufwerten können, dass sie sich nicht negativ auf die Wahlbeteiligung auswirken. Die sinkende Wahlbeteiligung ist jedoch im späten 20. und im 21. Jahrhundert nicht primär auf politisches Desinteresse zurückzuführen.¹³⁴ „Der Nichtwähler neuen Typs“ setzt „seine Stimmenthaltung gezielt als Instrument politischen Protests ein.“¹³⁵ Hier können Politikerbücher ansetzen: Beruht die Abstinenz auf mangelnder Transparenz, Kommunikation und quasi-persönlicher Ansprache der Wähler durch den Mandatsträger, so ist das Buch ein qualitativ hochwertiges Gegenmittel. Es schafft eine seriöse Basis und einen störungsfreien Rahmen für die Vermittlung von Politik. Problematisch ist die Kommunikation mit politisch Desinteressierten via Buch, weil diese vermutlich nicht in Literatur zur Politik investieren werden. Politisch Interessierte jedoch, die aufgrund von mangelnden Kommunikationsangeboten enttäuscht sind und darum nicht wählen, sind als potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher auszumachen. Diese Leser könnten zu Wählern werden.

Neben der Abstinenz gibt es ein weiteres Phänomen, das weniger die Demokratie an sich als vielmehr die Akteure politischer Kommunikation vor neue Herausforderungen stellt: Die **Wechselwahl**. Gründe des Wechselwählens sind das „Anwachsen der ‚neuen Mittelschicht‘ und [das] Schrumpfen traditioneller Milieus“¹³⁶, aufgrund derer Wählerschichten entstehen, deren „soziale Rolle keine sozial abgesicherte Wahlnorm zum Bestandteil habe bzw. ihre Interessenslage keine dauerhafte Verbindung mit einer Partei begründe.“¹³⁷ In vergangenen Zeiten ergab sich die politische Heimat von Wählern oft bereits über die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse – so z. B. das klassische SPD-Elektorat im Arbeitermilieu – oder einer bestimmten weltanschaulichen Richtung, so z. B. über die Konfession bei den Wählern der Zentrums-Partei in der Weimarer Republik. Für solche pseudo-automatischen Zuordnungen der eigenen Person muss beim Wähler ein klares Selbstbild mit einem oder wenigen herausragenden Distinktionsmerkmalen vorhanden sein. Durch die größere Wertschätzung der Persönlichkeitsentfaltung und die differenzierte Betrachtung der eigenen Person im 21. Jahrhundert sind solche Zuordnungen nicht mehr einfach möglich. Auch die Zugehörigkeit zu den o. g. „traditionellen Milieus“ ist aufgrund der größeren Durchlässigkeit der Gesellschaft nicht mehr gegeben. Somit stellt sich eine uneingeschränkte Wahlfreiheit im

¹³³ vgl. Ballet (2010), S. 45

¹³⁴ vgl. Rhomberg (2009), S. 83

¹³⁵ Gabriel/Völkl (2004), S. 222

¹³⁶ Zelle (1995), S. 15

¹³⁷ ebd.

politischen Spektrum dar – die dazu führen kann, dass keine Partei als vollkommen kompatibel mit der eigenen Anschauung angesehen wird, was im schlimmsten Fall die Nichtwahl zur Folge hat. Darüber hinaus haben durch zunehmende Bildung immer mehr Wähler die Möglichkeit, sich auch abseits von sturer Parteitreue ein situativ beeinflusstes Bild von Sachverhalten zu machen, was wiederum die Wechselwahl befördert.¹³⁸ Diesem modernen Typ des Wechselwählers steht der frustrierte, von den politischen Strukturen enttäuschte Wechselwähler gegenüber. Beide unterscheiden sich immerhin noch vom Nichtwähler, der auf die Ausübung seiner Mitgestaltungsmöglichkeit in der Politik aus Desinteresse oder Frustration verzichtet. Deutlich erkennbare **Auswirkungen** hatte die Wechselwahl z. B. auch bei der Bundestagswahl 2013, als frustrierte FDP-Wähler in andere Lager – vor allem das der Union¹³⁹ – wechselten und somit dafür sorgten, dass die Liberalen den Einzug in das Parlament verfehlten.

Während in Frankreich der *Front National* unter Führung von Marine Le Pen von Wechsel- und Protestwählern profitiert, ist in Deutschland eine ähnliche, allerdings etwas verkappte Variante zu erkennen: Da sich das deutsche Pendant zum FN, die NPD, durch innerparteiliche Turbulenzen, Parteispendenaffären und ihr nicht salonfähiges Auftreten ins Abseits gestellt hat (bei der Bundestagswahl 2013 erreichte die Partei mit gerade einmal 1,3 % nur etwa halb so viele Stimmanteile wie die neu etablierte Piraten-Partei), kommen andere Organisationen von rechts außen ins Spiel, die sich den Anschein einer gemäßigten, wenn auch systemkritischen Position geben. Unter diesem Deckmantel finden sich jedoch oft enttäuschte Sympathisanten des rechten politischen Spektrums zusammen, die eine demokratische Legitimation zur Verbreitung ihrer Ideologien instrumentalisieren. Besonders erfolgreich war zuletzt die *Alternative für Deutschland*, die nahezu aus dem Stand 4,7 % der Stimmen auf sich vereinigen konnte und damit den Einzug in den 18. deutschen Bundestag nur knapp verfehlte.¹⁴⁰ Dieses Phänomen ist nur deshalb möglich, weil Wähler, die sich zuvor anderen politischen Lagern zugehörig fühlten, situativ eine andere Wahlentscheidung getroffen haben – und zwar mit Sprüngen über das gesamte politische Spektrum hinweg. Die AfD-Stimmen kamen hauptsächlich aus der FDP-Wählerschaft, auf Platz zwei von der Linken, auf Platz drei von der Union, schließlich konnten auch vorherige Nichtwähler akquiriert werden.¹⁴¹ Bei den Landtagswahlen 2014 verfestigte sich das Bild: In Thüringen erreichte die AfD aus dem Stand 10 % der Stimmen, in Brandenburg sogar 12,2 %. Begleitet wurde das Phänomen von extrem

¹³⁸ vgl. Zelle (1995), S. 15

¹³⁹ vgl. Spiegel-Redaktion (2013 b), S. 12

¹⁴⁰ vgl. ebd., S. 13

¹⁴¹ vgl. ebd., S. 12

niedrigen Wahlbeteiligungen, in Thüringen von 52,7 % (2009: 56,2 %), in Brandenburg 47,9 % (2009: 67,0 %).¹⁴² Ein solcher Paukenschlag muss Politiker an der Bedeutung von langfristigen Parteibindungen zweifeln lassen und ihnen die Notwendigkeit des Beschreitens neuer kommunikativer Wege darlegen. Wenn sie nicht mehr darauf hoffen können, allein schon aufgrund der Tatsache gewählt zu werden, dass sie einer bestimmten Partei angehören, dann müssen sie ihre eigene **Person** möglichst vorteilhaft darstellen. In Deutschland ist das eine Entwicklung, die noch nicht allzu lang erkennbar ist, in Frankreich hingegen war ein positiver Einfluss der Partei auf die Wahlchancen eines Kandidaten noch nie besonders ausgeprägt (vgl. dazu Kapitel III.1.2). „Je größer das Wechselwählerpotential, je stärker die Personalisierung in der Politik.“¹⁴³ Dies begünstigt Politiker, die Alleinstellungsmerkmale ihrer Person herausarbeiten und erfolgreich kommunizieren können. Wie oben bereits analysiert, begünstigen Personalisierungstendenzen auch die erfolgreiche Autorschaft von Politikern. Das Buch eines einzelnen Politikers, der als Autor deutlich wahrnehmbar ist, wirkt attraktiver und leichter zugänglich als die Publikation einer Partei, die eine anonyme Gruppe bildet, oder eines Vertreters einer nicht näher bestimmten politischen Klasse. Darüber hinaus ist die Buchveröffentlichung als Ereignis weniger alltäglich als ein Fernsehinterview oder eine Meldung in einer überregionalen Tageszeitung. Als Publizist steht der Politiker in besonderer Weise als Person und Kommunikationspartner seinem Leser und Wähler gegenüber, erst in zweiter Linie sind das Thema Politik und die Zugehörigkeit zu einer Partei bzw. die Identifikation mit einem Amt bedeutend. So kann Interesse über das Thema Politik hinaus generiert werden, auch kann der Autor als Person evtl. mehr Vertrauen wecken als der Politiker in dieser Funktion. Somit sind Politikerbücher ein möglicher Weg, um aus der Abwärtsspirale aus Politikverdrossenheit und Enthaltung auszubrechen und Menschen neu für politische Teilhabe zu aktivieren.

Bisher wurde das politische Interesse bzw. die Motivation der Wähler im Allgemeinen, ihre demokratischen Partizipationsmöglichkeiten auszuschöpfen, herausgearbeitet. Um eine potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher auszumachen, muss aber darüber hinaus eine eingehendere individuelle Analyse von politischem Interesse in Deutschland und Frankreich nachgereicht werden, die für die oben festgehaltenen strukturellen Befunde verantwortlich ist. Zunächst steht ein **Alterskorridor** für potenziell an Politik Interessierte und damit potenzielle Leser von Politikerbüchern im Fokus. Für Deutschland findet diese Annäherung über die Analyse der Altersstruktur von Parteimitgliedern statt. Die Mitglieder der beiden großen

¹⁴² vgl. Spiegel Online (2014)

¹⁴³ Radunski (1996), S. 40

Volksparteien in Deutschland waren 2011 durchschnittlich 59 Jahre alt. Getoppt wird dieser Wert lediglich von der Linken mit 60 Jahren, am linken Ende der Skala steht mit Bündnis 90/Die Grünen die Partei mit den durchschnittlich jüngsten Mitgliedern (47 Jahre).¹⁴⁴ Ganz ähnliche Werte zeigen sich bei der Altersverteilung im 18. deutschen Bundestag: Auch hier bilden die grünen Abgeordneten mit durchschnittlich 46,8 Jahren die jüngste Fraktion, während die Linke das Feld mit 51,1 Jahren anführt.¹⁴⁵ Man könnte durch diese auffallende Korrelation zwischen dem durchschnittlichen Alter von Parteimitgliedern und Volksvertretern auf eine besonders hohe **politische Affinität** der entsprechenden Alterskohorte zwischen Mitte 40 und Mitte 50 schließen. Auch in Frankreich ist eine ähnliche Tendenz festzustellen. Die Alterskohorten, die bei den Präsidentschafts- und Legislativwahlen 2007 ihr Wahlrecht ausgeübt haben, sind schwerpunktmäßig zwischen 45 und 69 Jahren angesiedelt.¹⁴⁶ Es ist davon auszugehen, dass Parteimitglieder und aktive Wähler eine größere Affinität zu Politik und bestimmte Präferenzen innerhalb des politischen Spektrums haben, darum werden sie potenziell motiviert sein, das Buch eines Politikers zu kaufen. In der vorliegenden Arbeit können keine Mutmaßungen darüber angestellt werden, ob die heute im entsprechenden Alterskorridor befindliche Kohorte aufgrund ihrer Sozialisation besonders politikaffin ist – in diesem Fall wären die Ergebnisse mindestens einmal pro Jahrzehnt zu überprüfen, da nachwachsende Generationen evtl. durch eine andere Sozialisation und andere Lebensumstände weniger politisch oder auch in höherem Maße politisch sein könnten. Es besteht allerdings auch die Möglichkeit, dass Menschen im o. g. Alterskorridor aus diversen Gründen grundsätzlich mehr für politische Inhalte zu gewinnen sind als andere Altersgruppen – damit wäre eine Aussage über die Politikaffinität von Lesern und Wählern über einen längeren Zeitraum hinweg valide. Für die vorliegende Arbeit ist der Zeitraum von 2002 bis 2012 von Bedeutung, und für diese Spanne haben die herausgearbeiteten Fakten definitiv Validität. Der an Politik überdurchschnittlich Interessierte und damit potenzielle Rezipient von Politikerbüchern in Deutschland wie in Frankreich in einen Alterskorridor von 45 bis 65 Jahren einzuordnen.

Neben der altersorientierten Bewertung muss auch die **Genderstruktur** eine Rolle bei der Definition einer potenziellen Zielgruppe für politische Inhalte spielen. Unter den deutschen Frauen beschreiben sich 15 % als *besonders interessiert* an Politik, bei den Männern sind es 30 %. Dies lässt auf eine nicht allzu große und männlich dominierte Zielgruppe für politische Inhalte schließen. Im folgenden Abschnitt sind die bisher gewonnenen Erkenntnisse zum

¹⁴⁴ vgl. Statista (2012)

¹⁴⁵ vgl. Spiegel-Redaktion (2013 b), S. 15

¹⁴⁶ vgl. INSEE (2007)

politischen Interesse mit dem medienspezifischen Interesse der deutschen und französischen Bevölkerung in Relation zu setzen – aus der Schnittmenge beider Interessensgruppen kann auf eine potenzielle Zielgruppe für Politikerbücher geschlossen werden.

Zum medienspezifischen Interesse

Hier ist festzustellen, dass das Fernsehen in allen Altersgruppen eine um ein Vielfaches höhere **Nutzungsdauer** aufweist als das Buch: Die kumulierten Werte belaufen sich auf 242 Minuten für das Fernsehen (Nebenbeikonsum inbegriffen) und 22 Minuten für das Buch pro Tag. Nutzer verbringen mit zunehmendem Alter mehr Zeit vor dem Fernseher (134 Min. bei den 14–29-jährigen, 302 Minuten bei den über 50-jährigen), jüngere Buchrezipienten bis 29 Jahre sind aktiver (30 Min./Tag) als die über 50-jährigen (23 Min./Tag). Franzosen lesen im Schnitt 5 Stunden und 27 Minuten pro Woche, während sie 22 Stunden fernsehen.¹⁴⁷ Altersbezogen zeichnen sich ähnliche Tendenzen ab wie in Deutschland.¹⁴⁸ Für das Politikerbuch ist dieser Befund problematisch, weil jüngere Leser eher Bücher konsumieren, ältere Bevölkerungsteile aber politikaffiner sind. Und nicht nur diesbezüglich, auch im Hinblick auf die **Kompatibilität zwischen Politik- und Medieninteresse** ist eine Diskrepanz festzustellen: *Besonders interessiert* an Büchern sind der AWA 2012 zufolge 23 % der Männer und 41 % der Frauen.¹⁴⁹ In Frankreich ist über die genderspezifische Analyse der Buchleser im Jahr 2012 festzustellen, dass in der Summe 67 % der Frauen, aber nur 45 % der Männer im Jahr vor der Befragung ein Buch gelesen hatten.¹⁵⁰ In beiden Ländern muss also festgestellt werden, dass Frauen jeden Alters als besonders buchaffin eingestuft werden müssen¹⁵¹ und damit wichtiger Bestandteil der Zielgruppe von Büchern sind, was unglücklicherweise nicht mit einem erhöhten politischen Interesse einhergeht, wie es für den idealtypischen Käufer von Politikerbüchern der Fall wäre. Für Politikerbücher ergibt sich also eine kleine, uneinheitliche Zielgruppe.

Diesen Ergebnissen müssen Zahlen zur **Rezipientenschaft von TV-Talkshows** gegenübergestellt werden, um die beiden relevanten Referenzmedien beurteilen zu können. Hier zeigt sich ein homogeneres Bild: Auf die Beliebtheit von politischen Talkshows hat das Geschlecht wenig Einfluss (10,4 % der Frauen und 11,6 % der Männer in Deutschland geben dieses Genre als ihr Lieblingsformat im Fernsehen an).¹⁵² Das Medium TV hat wie oben

¹⁴⁷ vgl. Livres Hebdo Redaktion (2012 a)

¹⁴⁸ vgl. INSEE (2006)

¹⁴⁹ vgl. Köcher (2012), Folie 11 f.

¹⁵⁰ vgl. INSEE (2012 a)

¹⁵¹ vgl. Köcher (2012), Folie 29

¹⁵² vgl. Statista (2013 b)

dargestellt ein mit dem Alter wachsendes Publikum, sodass hier politikinteressierte und dem Medium affine Bevölkerungsteile gleichzeitig angesprochen werden. Die politischen Talkshows sind dem Politikerbuch gegenüber also insofern im Vorteil, als dass sich hier eine größere Schnittmenge zwischen themen- und formataffinen Nutzern bildet. Das Problem **divergierender Zielgruppen** ist im TV- also geringer als im Printbereich, für den eine homogene Zielgruppe nicht ausgemacht werden kann. Es wird im Folgenden zu überprüfen sein, in welcher Weise die deutschen und französischen Verlage diesem Befund in ihrer Produktgestaltung für Politikerbücher Rechnung tragen.

Eine Vergrößerung der potenziellen Zielgruppe für Politikerbücher ist zu erwarten, wenn neben Thema und Kanal ein weiterer Kaufanreiz geboten wird. Ist der Autor des Buchs eine bekannte Persönlichkeit, also ein als Mandatsträger bundesweit auch medial wahrnehmbarer Politiker, so kann seine Veröffentlichung über politisch besonders interessierte Kreise hinaus Aufmerksamkeit generieren. Auch besonders provokante Veröffentlichungen, über die sich eine kontroverse mediale Debatte entspinnt, wie Thilo Sarrazins *Deutschland schafft sich ab* (DVA, München, 2010) u. a., können breitere Leserschichten generieren, hier steht jedoch weniger das politische Interesse als vielmehr die Lust am Skandal als Kaufargument an erster Stelle.

Grundsätzlich ist jedoch weder an Politikerbüchern noch an politischen Talkshows das Interesse der Rezipienten ähnlich groß wie bei Unterhaltungsangeboten beider Ausgabekanäle. Um dies zu kompensieren, gehen beide Formate eine **symbiotische Beziehung** ein, um Aufmerksamkeit zu generieren: Buchveröffentlichungen liefern Inhalte für Talkshows, Talkshows tragen zur Vermarktung von und Diskussion über Politikerbücher bei. Es ist dabei keineswegs so, dass beide Gattungen ausschließlich im Verbund funktionieren – sie können auch über weite Strecken ohne das jeweils andere Format bestehen. So werden in Talkshows auch zahlreiche andere Themen besprochen und Bücher verkaufen sich auch noch, wenn sie nicht mehr Gesprächsgegenstand in Talkshows sind. Beide profitieren jedoch zu bestimmten Zeitpunkten – vor allem dem des Markteintritts des Buchs – vom jeweiligen Antagonisten und schaffen über ihr jeweils ganz unterschiedliches Umfeld neue Rezipientenkreise für einander.

III.1.2 Das politische System und Wahlsystem Deutschlands und Frankreichs

Nachdem nun das politische Interesse der deutschen und französischen Bevölkerung sowie aktuelle Tendenzen zu Wahlabstinz und Wechselwahl analysiert wurden, muss eine Gegenüberstellung der politischen Systeme Deutschlands und Frankreichs folgen. Sie bilden

die Rahmenbedingungen, innerhalb derer die Inhalte für Politikerbücher und politische Talkshows generiert werden.

In diesem Vergleich stehen sich ein semipräsidentielles und ein klassisches parlamentarisches Regierungssystem gegenüber. Dieser Konstellation ist das Paradigma der in dieser Arbeit untersuchten Autoren geschuldet: So werden auf deutscher Seite vornehmlich Kanzler und Kanzlerkandidaten, in Frankreich Präsidenten und Präsidentschaftskandidaten als Autoren einbezogen. Es stehen sich somit Publikationen von Regierungschefs und von Staatsoberhäuptern der beiden Nachbarländer bzw. von Anwärtern auf diese Ämter gegenüber (teilweise werden auch Bücher von auf anderen politischen Ebenen angesiedelten Autoren untersucht). In beiden Fällen werden die Personen durch ihre Ämter als bedeutendste Politiker des Landes wahrgenommen, sodass diese Schwerpunktsetzung gerechtfertigt ist. Um die Bedeutung von Büchern dieser Politiker im weiteren Verlauf der Arbeit im bilateralen Vergleich einordnen zu können, soll nun ein kurzer Abriss über die Bedeutung des Bundeskanzlers für die BRD und des Staatspräsidenten für Frankreich erfolgen.

Die **V. französische Republik** und ihre Verfassung sind im historischen Vergleich überdurchschnittlich lange in Kraft; sowohl unter den Parteien als auch in der französischen Bevölkerung erfreuen sie sich großer Akzeptanz.¹⁵³ Charles de Gaulle lancierte im September 1958 ein Referendum über die neue Verfassung, die mit großer Mehrheit (79,25 %) angenommen wurde.¹⁵⁴ Die französischen Bürger wählen ihren Präsidenten nun „au suffrage universel direct et à la majorité absolue des suffrages exprimés“¹⁵⁵ – hier besteht einer der großen Unterschiede zum deutschen System, in dem über die Zweitstimme eine Partei gewählt wird, die dann einen – natürlich vorher feststehenden – Politiker aus ihren Reihen zum Kanzler macht. Der Bundestag und mit ihm der deutsche Bundeskanzler wird über das personalisierte Verhältniswahlrecht ins Amt gebracht. Die Wähler verleihen ihrem Wahlkreiskandidaten in Person mit der Erststimme ihr Mandat, über die Zweitstimme werden die Sitze im Parlament zwischen den Parteien aufgeteilt.¹⁵⁶ Hier kommt es selten zur **Stichwahl**, während das französische System diese aufgrund der geforderten absoluten Mehrheit der Stimmen nahezu unumgänglich macht. So werden in Frankreich für gewöhnlich zwei Wahltermine für die *Présidentielles* angesetzt: Beim ersten präsentieren sich alle Kandidaten, denen mindestens 500 gewählte Volksvertreter (also Abgeordnete, Senatoren,

¹⁵³ vgl. Hartmann/Kempf (2011), S. 260 f.

¹⁵⁴ vgl. Schmale (2000), S. 366

¹⁵⁵ La Documentation Française (2012)

¹⁵⁶ vgl. Rudzio (2006), S. 161

Bürgermeister ...) aus mindestens 30 unterschiedlichen *Départements* oder *TOM* per Unterschrift ihre Unterstützung der Kandidatur zusichern. Im zweiten Wahlgang treten die beiden Kontrahenten gegeneinander an, die im ersten Wahlgang die meisten Stimmen auf sich vereinigen konnten. In Deutschland findet sich eine ähnliche Zugangsschranke wie die 500-Unterschriften-Barriere, wenn auch zu einem anderen Zeitpunkt des Wahlgeschehens. Es handelt sich um die Fünf-Prozent-Sperrklausel, „wonach Landeslisten nur solcher Parteien (ausgenommen des SSW) bei der Mandatszuteilung berücksichtigt werden, die mindestens fünf Prozent der gültigen Zweitstimmen im Bundesgebiet erhalten oder mindestens drei Wahlkreismandate direkt gewonnen haben.“¹⁵⁷ Diese Klausel ist Folge der Lehren aus der Weimarer Republik, wo die große Anzahl von Parteien in der Volksvertretung für eine instabile Regierung sorgte, und zugleich ein markanter Unterschied zum französischen System, wo der Präsidentschaftskandidat auf seine Person, nicht auf seine Partei, 500 Unterschriften vereinigen muss. Schon hier zeigt sich die starke **Konzentration** auf den **Kandidaten** im Vergleich zum deutschen Akzent auf die **Partei**.

Wie auch die Weimarer Republik, hatte die IV. französische Republik unter einer großen, unstrukturierten Parteienvielfalt zu leiden. Während die deutschen Verfassungsväter diesem Problem mit der Fünf-Prozent-Klausel Herr zu werden versuchten, setzte de Gaulle auf die starke Hand eines exponierten Staatspräsidenten, der die Rolle der Parteien eindämmen sollte.¹⁵⁸ Eine große Bedeutung kommt den Parteien jedoch sowohl im „gemäßigt bipolare[n] Parteiensystem“¹⁵⁹ Deutschlands als auch in Frankreich nach wie vor zu, wenn sie in Deutschland auch traditionell größer ist. Die „**Position des direkt gewählten Präsidenten der Republik** ist stärker ausgestaltet als die des Staatsoberhauptes in den meisten parlamentarischen Systemen.“¹⁶⁰ Charles de Gaulle hatte 1958 mit seinem neuen Verfassungsentwurf „das französische Regierbarkeitsproblem zu lösen.“¹⁶¹ Dabei zielte er unter anderem auf eine starke Stellung des Präsidenten ab, was jedoch nicht sofort in der verfassungsgebenden Versammlung durchgesetzt werden konnte. Erst aufgrund eines nachträglichen Verfassungsreferendums 1962 wird der Präsident heute direkt vom Volk gewählt und genießt damit eine deutlicher sichtbare direkte Legitimation als der deutsche Bundeskanzler. Diese direkte Wahl und die Einführung des Referendums als

¹⁵⁷ Rudzio (2006), S. 163

¹⁵⁸ vgl. Pütz (2005), S. 127

¹⁵⁹ Rudzio (2006), S. 128

¹⁶⁰ Hartmann (2007), S. 103

¹⁶¹ Pütz (2005), S. 127

direktdemokratisches Element waren de Gaulles wichtigste Anliegen bei der Ausgestaltung einer neuen rechtlichen Grundlage.¹⁶²

In Deutschland sollte nach dem totalitären System des Dritten Reichs mit der Schaffung des **Grundgesetzes 1949** die Demokratie in ihrer vollen Bandbreite geschützt werden. „Aus der traumatischen Erfahrung mit antidemokratischen Massenbewegungen der Weimarer Republik hat das Grundgesetz zwei prinzipielle Konsequenzen gezogen: eine Berufung auf unaufgebbares Naturrecht und ein mehrdimensionales Demokratieverständnis.“¹⁶³, das nicht nur auf Mehrheitsentscheidungen beruht, sondern diese in einen liberal-rechtsstaatlichen Kontext einbettet und dabei menschenrechtliche Komponenten nicht außer Acht lässt.¹⁶⁴

Die **Stellung des Bundeskanzlers** in der Bundesrepublik Deutschland ist die des Regierungschefs. Im Grundgesetz ist festgelegt, dass der Bundestag über die Wahl des Bundeskanzlers entscheidet.¹⁶⁵ Jedoch ist festzuhalten, dass der Bundeskanzler eine starke, aus seiner Legitimation erwachsende Stellung innerhalb der Bundesregierung einnimmt, da er ihr einziges gewähltes Mitglied ist. Minister werden auf Vorschlag durch den Bundespräsidenten ernannt und entlassen, sind also nicht im engeren Sinne durch Wahl legitimiert. Dies räumt dem Kanzler eine besondere ideelle Stellung ein und führt dazu, dass es ihm als einzigem Regierungsmitglied möglich ist, die Vertrauensfrage nach Art. 68 GG zu stellen.¹⁶⁶ Die Regierung, deren Oberhaupt der Bundeskanzler ist, ist „Ausdifferenzierung eines politischen Steuerungsorgans aus dem Parlament“¹⁶⁷. Dem Bundeskanzler kommt in ihr die Richtlinienkompetenz nach Art. 65 GG zu: „Der Bundeskanzler bestimmt die Richtlinien der Politik und trägt dafür die Verantwortung.“¹⁶⁸ Neben dieser inhaltlichen Stärkung seiner Person wird er auch durch die Organisationsgewalt, die ihm obliegt, über die Minister seiner Regierung gestellt; „[n]ach der Geschäftsordnung der Bundesregierung bestimmt der Bundeskanzler Zahl und Geschäftsbereiche der Bundesminister.“¹⁶⁹

Neben der unterschiedlichen Positionierung von Präsident und Kanzler ist die divergierende Organisation beider Staaten für die vorliegende Arbeit relevant: Frankreich ist administrativ **zentralistisch** um den Kern Paris angeordnet, während in Deutschland **föderalistische**

¹⁶² vgl. Hartmann (2007), S. 111

¹⁶³ Rudzio (2006), S. 37

¹⁶⁴ vgl. ebd.

¹⁶⁵ vgl. ebd., S. 215

¹⁶⁶ vgl. ebd., S. 242

¹⁶⁷ ebd., S. 239

¹⁶⁸ ebd., S. 242

¹⁶⁹ ebd.

Strukturen greifen und das Land in 16 Bundesländer unterteilt ist. „Unter Föderalismus verstehen die Zentralisten eine Spielart des Separatismus. Unter Zentralismus verstehen die Föderalisten den totalitären Staat“¹⁷⁰, so Ernst Friedlaender in einem *Zeit*-Artikel aus dem Jahr 1947. Beide Systeme haben ihre Vor- und Nachteile, wenn auch keines so negativ ist wie von Friedlaender provozierend verkürzt. Grundlegende Divergenz ist die unterschiedlich ausgeprägte Anwendung des **Subsidiaritätsprinzips**, das besagt, die jeweils kleinstmögliche Einheit solle sich mit einem Problem befassen; erst, wenn sie damit überfordert ist, greift die nächste Instanz ein. So sind in Deutschland bestimmte politische Kompetenzen den Ländern (und Kommunen), andere dem Bund zugesprochen, während in Frankreich der Großteil der politischen Entscheidungskompetenzen zentral in Paris verankert ist. In föderalistisch organisierten Staaten existieren mehrere Zentren, denen unterschiedliche Aufgaben zukommen, und die hierarchisch organisiert sind. Eine solche Strukturierung scheint durch die Unterteilung in *Départements* und *Régions* in Frankreich zwar auch zu bestehen, keine dieser Unterebenen hat jedoch nur annähernd die Bedeutung der Bundesländer in Deutschland.

So kann Paris zwar ungehinderter regieren, Politikgestaltung ist also kohärenter und schneller, jedoch entfallen Partizipationsmöglichkeiten vor Ort. Auch die Sachkenntnis in lokalen und regionalen Fragen bleibt häufig ungenutzt. Das in Deutschland vielzitierte Prinzip der Subsidiarität, welches auf eine Politik möglichst nah bei den Menschen vor Ort verpflichtet, ist in Frankreich recht unbekannt. Oft wird dem französischen Zentralismus auch deswegen ein Hang zu Regelungswut und Bürokratie nachgesagt.¹⁷¹

Der deutsche Föderalismus kann solchen Vorwürfen mit dem Mitbestimmungsrecht der Länder begegnen. Tatsächlich wirken die Bundesländer „[d]urch den Bundesrat [...] an den zentralstaatlichen Entscheidungsprozessen mit und können jeder Aushöhlung der Länderrechte entgegenreten.“¹⁷² Ihre Kompetenzen sind vor allem in den Bereichen Bildung, Kultur und Verwaltung angesiedelt.¹⁷³ Auf nationaler Ebene hat der Bund innerhalb der konkurrierenden Gesetzgebung wesentlich weitreichendere Befugnisse als die Länder.

¹⁷⁰ Friedlaender (1947)

¹⁷¹ Bundeszentrale für politische Bildung (2013 b)

¹⁷² Rudzio (2006), S. 42

¹⁷³ vgl. ebd.

Die Strukturen in beiden Ländern sind historisch gewachsen; so kann das zergliederte deutsche System bis auf das Heilige Römische Reich deutscher Nation mit seinen zahlreichen Fürstentümern etc. zurückgeführt werden, in jüngerer Vergangenheit liegt es im Wunsch der Alliierten begründet, ein allzu starkes, zentral organisiertes Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg zu vermeiden und ihm trotzdem eine handlungsfähige Struktur zu geben.¹⁷⁴

Frankreich war hingegen seit jeher – spätestens seit der Französischen Revolution mit ihrem Ideal der *égalité*¹⁷⁵ – auf Paris als Zentrum fixiert; Ziel des Zentralismus französischer Provenienz ist die „Schaffung, Erhaltung und Stärkung der Nation“¹⁷⁶. Dieser Gedanke eines einigen, starken und mit klaren, unverrückbaren Grenzen versehenen Staates führt neben anderen historischen Faktoren zu der großen Wertschätzung, die Frankreich von seinen Bürgern entgegengebracht wird.¹⁷⁷ Während der deutsche Föderalismus in jüngerer Zeit von außen, nämlich durch die Alliierten nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, wieder installiert wurde, entwickelte sich der französische Zentralismus historisch aus dem Versuch, im Inneren des Landes Frieden zu schaffen und „regionale und föderalistische Autonomiebestrebungen abzuwehren“.¹⁷⁸ Für den Bürger im 21. Jahrhundert sind die Strukturen von Zentralismus und Föderalismus jedoch so sehr zur Gewohnheit geworden, dass diese Prinzipien nicht mehr in Frage gestellt werden.¹⁷⁹ Interessant sind Forschungsansätze, die die Auswirkungen beider Organisationskulturen auf die Erwartungen an und die Applizierbarkeit von Regeln in einem vereinten Europa haben. Diese Denkrichtung kann hier nicht weiter verfolgt werden; für die vorliegende Arbeit ist eine Beschäftigung mit den Auswirkungen auf den Buchhandel beider Länder wesentlich gewinnbringender.

Föderalismus und Zentralismus haben **Einfluss auf die Organisation des Buchhandels** in Deutschland und Frankreich. Paris ist auch in dieser Branche das Zentrum, die meisten Verlage haben ihren Sitz dort, die Redaktion des Branchenblatts *Livres Hebdo* und die bedeutendste Buchmesse, der *Salon du livre*, sind in der Hauptstadt lokalisiert. Ganz anders das Bild in Deutschland: Neben den bedeutenden Verlagsstädten München, Berlin und Hamburg sind auch in vielen weiteren Städten namhafte Verlage ansässig; eine Sonderstellung Berlins ist nicht zu erkennen. Frankfurt ist in jüngster Vergangenheit vom

¹⁷⁴ vgl. Ammon/Hartmeier (1996), S. 12 f.

¹⁷⁵ vgl. ebd., S. 20

¹⁷⁶ ebd., S. 19

¹⁷⁷ vgl. ebd., S. 22

¹⁷⁸ Brücher, W.: *Zentralismus und Raum – Das Beispiel Frankreich* (S. 17), zitiert nach Ammon/Hartmeier (1996), S. 22

¹⁷⁹ vgl. Ammon/Hartmeier (1996), S. 26

Verlust mehrerer traditionsreicher Verlagshäuser geprägt, hat jedoch historisch eine große Bedeutung für den herstellenden und den vertreibenden Buchhandel. Durch seine strategisch günstige Lage war es bereits seit 1480 Standort buchaffiner Messen¹⁸⁰ und ist auch heute noch Gastgeber der größten deutschen Buchmesse. Daneben existiert, kaum weniger traditionsreich, die Leipziger Buchmesse im Frühjahr; beide Städte sind nicht und waren nie Hauptstädte Deutschlands, spielen aber für den Buchhandel eine bedeutende Rolle. Schließlich ist auch der Verband der Branche, der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, in Frankfurt angesiedelt und in Landesverbände untergliedert, die die spezifisch regionalen Interessen ihrer Mitglieder vertreten.

Auch im vertreibenden Buchhandel ist ein Einfluss der föderalen Struktur Deutschlands zu erkennen; so sind mehrere erfolgreiche Buchhandelsketten im Markt vertreten, die eine regionale Reichweite haben. Beispiele hierfür sind Osiander (fast ausschließlich in Baden-Württemberg tätig), die Mayer'sche (Hauptmarkt NRW) oder die etwas kleinere Kette Rupprecht (Hauptmarkt Bayern). Eine derartige Zergliederung wäre in Frankreich undenkbar; hier fallen politisches und Buchmarktzentrum in der Hauptstadt zusammen.

Nach diesem Exkurs zum Buchmarkt beider Länder muss nun noch ein Sonderfall politischer Kooperation in Deutschland und Frankreich angesprochen werden, nämlich der Fall von **Koalition** und **Cohabitation**. Die Notwendigkeit, Koalitionen zu bilden und so einen relevanten Anteil der Sitze im Bundestag auf seiner Seite zu vereinen, ist in Deutschland historisch gesehen der Regelfall. Weniger üblich, aber durchaus möglich ist der Fall einer Großen Koalition, also einer Regierung bestehend aus den beiden großen Volksparteien CDU/CSU und SPD, wobei die Oppositionsrolle von mehreren wesentlich kleineren Parteien übernommen wird. Dieser Fall trat in den Jahren 1966–1969 unter Kiesinger, 2005–2009 und seit 2013 unter Angela Merkel ein. Die Bildung von Koalitionen gehört in Deutschland zum politischen Alltag und schlägt sich auch in der Ausrichtung der Wahlkampagnen nieder, die oft neben der eignen Partei auch bereits den von ihr gewünschten Koalitionspartner bewerben. Eine reine Ein-Parteien-Regierung ist auf Bundesebene unüblich und selbst in den Länderparlamenten eine Rarität; lediglich Beispiele wie die starke Verankerung der bayerischen CSU in der Bevölkerung ermöglichten in der Vergangenheit Alleinregierungen auf Landesebene.

In Frankreich hingegen ist die *Cohabitation* ein noch mehr unerwünschter und eher selten eintretender Sonderfall, bei dem „die doppelte Exekutive tatsächlich politisch geteilt ist:

¹⁸⁰ vgl. Wittmann (2011), S. 63

Staatspräsident und Premierminister entstammen unterschiedlichen parteipolitischen Lagern und sind im Interesse des Funktionierens und der Stabilität des politischen Systems insgesamt zum Zusammenwirken gezwungen.“¹⁸¹ Bisher trat diese Situation von 1986 bis 1988 unter Mitterrand und Chirac, von 1993 bis 1995 unter Mitterrand und Balladur und von 1997 bis 2002 unter Chirac und Jospin ein (der Erstgenannte war jeweils Präsident, der Letztgenannte Premierminister). Im untersuchten Textkorpus finden sich mit Chirac und Jospin zwei Politiker, die mit diesem unüblichen Zustand umgehen mussten. Tritt der Fall der *Cohabitation* ein, so werden die ansonsten weitreichenden Kompetenzen des Präsidenten auf die Gebiete der Außen- und Sicherheitspolitik beschränkt¹⁸², andere Kompetenzbereiche sind in enger Abstimmung mit dem Premierminister zu verwalten. Diese Einschränkung erfordert große Kooperationsfähigkeit und eine gänzlich andere politische Kommunikation als im Normalfall.

Diese Gegenüberstellung der politischen Systeme Deutschlands und Frankreichs dient als Grundlage für die gewinnbringende Analyse der Politikerbücher in Kapitel IV. Es wird im Folgenden bewiesen, dass sich die unterschiedlichen Organisationsstrukturen auch in der Anlage und Ausführung der Publikationen niederschlagen. Im letzten Abschnitt wurden die politischen Rahmenbedingungen erläutert, unter denen Politikerbücher in Deutschland und Frankreich funktionieren – im Folgenden wird nun das Augenmerk auf den Buchmarkt und das Politikerbuch als Verlagsprodukt gelegt. Mit dieser Untersuchung sind dann alle für die vorliegende Arbeit relevanten theoretischen Grundlagen erarbeitet, sodass in Kapitel IV die Analyse des Textkorpus optimal vorbereitet ist.

III.2 Vergleichende Analyse des populären Sachbuchmarktes in Deutschland und Frankreich

Der Buchmarkt steht in Deutschland und Frankreich vor den gleichen Herausforderungen, was sein politisches Agieren und die Gewährleistung seiner Zukunftsfähigkeit angeht. Im Folgenden werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede beider Nationalbuchmärkte mit besonderem Augenmerk auf den Bereich des politischen Sachbuchs herausgestellt.

¹⁸¹ Jun (2005), S. 42

¹⁸² vgl. Hartmann (2007), S. 103

III.2.1 Die Verlags- und Buchhandelslandschaft im bilateralen Vergleich mit besonderem Fokus auf das populäre Sachbuch

Wirtschaftlich gesehen fußt der deutsche Buchmarkt auf ähnlichen Pfeilern wie der französische. In beiden Ländern wird für Bücher ein geringerer **Mehrwertsteuersatz** angesetzt als für andere Konsumprodukte. In Deutschland ist er von 19 % auf 7 % reduziert, in Frankreich gab es jüngst Änderungen bezüglich des ermäßigten Satzes für Bücher: 2012 wurde er von 5,5 % auf 7 % angehoben, dies wurde 2013 allerdings revidiert. Andere Konsumprodukte werden dort mit 19,6 % besteuert. Darüber hinaus existiert in Deutschland und Frankreich eine **Buchpreisbindung**, die die beiden Nationalbuchmärkte von denen z. B. im angelsächsischen Raum unterscheidet. Schon früh in der Geschichte waren Buchhändler anders als andere Handeltreibende nicht nur Kaufleute, sondern verstanden sich selbst auch als Distributoren von Kulturgut, was andere Geschäftspraktiken mit sich brachte¹⁸³ und ideelle Grundlage für die Buchpreisbindungen ist.

In Frankreich gab es seit 1953 keine vertikalen **Preisbindungen im Buchhandel**. In den 70er Jahren kam es zu einem Erstarren der Diskonter auf dem Gebiet des Buchverkaufs, da sie mit Rabatten warben. Es wurde versucht, das Konsumentenverhalten mit Tendenz zum Bucherwerb im Diskontheil mithilfe eines Erlasses zu ändern, der Preisempfehlungen der Verlage untersagte, um auf Rabattierungen angelegte Werbung zu verhindern. Der Versuch war nicht von Erfolg gekrönt, aus diesem Grund wurde im August 1981 von der Nationalversammlung ein Gesetz erlassen, das „die Festsetzung der Buchpreise durch Verleger und Importeure regelte. Bis zu diesem Zeitpunkt entstanden vertikal oder horizontal organisierte Buchpreisbindungssysteme immer aufgrund privatrechtlicher Vereinbarungen.“¹⁸⁴ Die sog. **Loi Lang** sieht vor, dass der gebundene Ladenpreis für mindestens zwei Jahre nach Erscheinen eines Buchs gilt. Rabatte sind mit 5 % für Bildungseinrichtungen bzw. mit 9 % für Bibliotheken erlaubt.

In Deutschland wurde das **Buchpreisbindungsgesetz** im Jahr 2002 etabliert. Rabatte sind bei wissenschaftlichen Büchern mit 5 %, für Bibliotheken mit 10 % erlaubt.¹⁸⁵ Was die historische Betrachtung der deutschen Buchpreisbindung angeht, so ist sie hinreichend aufgearbeitet.¹⁸⁶ An dieser Stelle sollen nur folgende Eckpunkte genannt werden: Zwischen herstellendem und vertreibendem Buchhandel besteht in Deutschland eine historisch

¹⁸³ vgl. Kühnert (2009), S. 48

¹⁸⁴ Vorangehender Absatz (sowohl direkt als auch indirekt): Hanreich/Kuschej/Grohall (2010), S. 33

¹⁸⁵ vgl. Börsenblatt (o. J.), S. 1

¹⁸⁶ vgl. dazu Kühnert, Jürgen (2009): Die Geschichte der Buchpreisbindung in Deutschland. Von ihren Anfängen bis ins Jahr 1954. Harrassowitz, Wiesbaden (= Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem deutschen Bucharchiv, Bd. 79)

gewachsene, enge Verbindung. Auf dieser Grundlage verwundert es nicht, dass bereits im 19. Jahrhundert Bestrebungen einer Preisfestsetzung vorhanden waren, und dass noch heute im Börsenverein des deutschen Buchhandels ein eher ungewöhnlicher Verband besteht, der die Interessen von Buchproduzenten und Buchverkäufern bündelt. Seit 1887 ist die Buchpreisbindung in der Satzung dieses immens wichtigen Organs festgelegt.¹⁸⁷ Heute gilt der vom Verlag festgesetzte Verkaufspreis für Bücher für eine Dauer von 18 Monaten, als Referenzdatenbank für den gebundenen Ladenpreis existiert das Verzeichnis lieferbarer Bücher, eine Einrichtung von Börsenverein und MVB.¹⁸⁸ Im Angesicht großer internationaler Player wie Amazon, die Buchpreisbindungen und nationale Mehrwertsteuersätze zu umgehen versuchen, sind immer wieder Anpassungen der entsprechenden Gesetze notwendig, die solche Bestrebungen erschweren sollen.

Sowohl die Tatsache, dass für Bücher in nahezu allen Ländern der westlichen Welt reduzierte Mehrwertsteuersätze angesetzt werden, als auch die Buchpreisbindung sind kulturpolitisch zu erklären. Ziel ist es, eine möglichst flächendeckende Versorgung mit dem Medium Buch zu gewährleisten. Der geringere Steuersatz soll zur Erschwinglichkeit der Bücher beitragen, der Zugriff darauf wird staatlich gefördert. Darüber hinaus soll das Kulturgut Buch ohne den für andere Konsumgüter üblichen Preiskampf flächendeckend vertrieben werden. Beide Maßnahmen unterstreichen die Bedeutung des Mediums Buch in Deutschland und Frankreich und sind Indikatoren für seine Qualität als Kommunikationsmittel. Es stellt sich nun die Frage, über welche **Vertriebskanäle** deutsche und französische Bücher an den Kunden gebracht werden. Unter den größten Buchhandelsketten weltweit finden sich im buchreport-Ranking 2013 vier deutsche (Thalia, DBH, Mayer'sche und Schweitzer Fachinformationen), aber nur ein französischer Player (Fnac). Dieser hat dafür mit 4.061 Mio. Euro Umsatz ein wesentlich größeres Gewicht (zum Vergleich: Thalia als umsatzstärkster stationärer deutscher Händler mit 984 Mio.) und ist in allen romanischen Ländern Europas außer Rumänien, außerdem in Belgien, der Schweiz, Brasilien und Marokko vertreten.

Deutschland weist bei einer deutlich kleineren Fläche mehr Buchhandlungen auf; allein 3.573 waren im April 2012 Mitglied im Börsenverein des deutschen Buchhandels, in Frankreich werden 2013 3.000 stationäre Buchhandlungen gezählt. Dementsprechend, wenn auch andere Komponenten an diesem Phänomen Anteil haben, liegt der Marktanteil der Buchhandlungen in Deutschland mit 49,7 % in 2011 deutlich höher als in Frankreich (23 % in 2012).¹⁸⁹ Insgesamt sind in Deutschland wie in Frankreich Konzentrationsprozesse in der Verlags- und

¹⁸⁷ vgl. Hanreich/Kuschej/Grohall (2010), S. 36 f.

¹⁸⁸ vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels (o. J.)

¹⁸⁹ vgl. Piault (2013), S. 14–17

Buchhandelslandschaft festzustellen; so verbleiben in Deutschland 40 % aller Einnahmen, die im stationären Sortiment gemacht werden, bei den größten Filialisten.¹⁹⁰

In beiden Ländern nimmt der **Online-Buchhandel** stetig zu, in Frankreich 2013 um 6 % nach zwei bereits von steigender Tendenz geprägten Jahren.¹⁹¹ In Deutschland machte der Versand- und Online-Handel 2011 bereits 17,8 % des gesamten Branchenumsatzes aus.¹⁹² Vor an Buchhandlungen angeschlossenen Websites und Portalen wie buch.de oder buecher.de ist Amazon der große Gewinner. In Frankreich werden inzwischen 2/3 des Online-Handels mit Büchern über Amazon abgewickelt.¹⁹³ Diese Tendenzen schwächen das stationäre Sortiment, das trotz großer Beratungskompetenz und einer Verbreiterung seines Angebots scheinbar unaufhaltsam Marktanteile an die großen Online-Player verliert.

Dem soeben nachgezeichneten Vertriebsnetz steht in beiden Ländern eine engagierte **Verlagslandschaft** gegenüber. Das Branchenmagazin *Livres Hebdo* zählte 2012 in Frankreich 216 Verlagshäuser mit einem Jahresumsatz von mehr als einer Million Euro. Die zehn größten Player vereinigten mehr als 77 % des gesamten Branchenumsatzes im In- und Ausland auf sich. Unangefochtener Anführer des Umsatzrankings war *Hachette Livre* (2.077 Mio. €), dieses Unternehmen machte jedoch nur etwa ein gutes Drittel seiner Umsätze im französischen Mutterland. Es folgen mit großem Abstand die Unternehmen *Editis* und *Madrigall* (Zusammenschluss der Häuser *Gallimard* und *Flammarion*) auf den Plätzen zwei und drei.¹⁹⁴ In Deutschland waren unter den zehn umsatzstärksten Verlagen 2013 Fach- und Bildungsverlage vorherrschend. Platz eins belegte Springer Science + Business Media mit 465,5 Mio. Euro, es folgten die Klett-Gruppe und Random House Deutschland.¹⁹⁵

Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich werden also bedeutende Umsätze mit Büchern erwirtschaftet, beide Länder sind als buchaffin einzustufen.

Aufgrund der großen Anzahl an Verlagshäusern in Deutschland und Frankreich stellt sich die Frage, ob gewisse Tendenzen zu erkennen sind, wenn es um die Veröffentlichung eines **Politikerbuchs** geht. Unter den analysierten Werken befinden sich auf französischer Seite lediglich zwei Titel aus demselben Verlagshaus (Grasset), ansonsten ist jeder Verlag nur einmal vertreten. Eine Präferenz eines bestimmten Verlagshauses oder eine besondere

¹⁹⁰ vgl. Langendorfs Dienst, zitiert nach Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hg.) (2012), S. 9

¹⁹¹ vgl. Livres Hebdo Redaktion (983/2013), S. 15 f.

¹⁹² vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hg.) (2012), S. 7

¹⁹³ vgl. Piault (2013), S. 14 und S. 17

¹⁹⁴ vgl. Livres Hebdo Redaktion (969/2013), S. 15

¹⁹⁵ vgl. Buchreport (2014 a)

Loyalität der Autoren zu einem Verleger scheint nicht erkennbar. Ségolène Royal veröffentlicht unter anderem bei Grasset, PLON, Denoël, Dalloz und Hachette, Nicolas Sarkozy bei XO Editions, Robert Laffont, Albin Michel und Cerf, François Hollande bei L'aube, Privat, Robert Laffont und Stock. Eventuell liegt diese geringe Verlagstreue in folgender Feststellung begründet:

[...] la forme du livre politique n'est pas la même chez tous les éditeurs: un tel privilégiera plutôt le ‚livre d'analyse‘, l'autre le ‚livre d'information‘, un troisième le brûlot révolutionnaire [...], la diversité de l'offre de livres politiques ne coexiste pas, ou très rarement, au sein d'un même catalogue.¹⁹⁶

So scheint in Frankreich die **Kompatibilität von Verlag und Buch** nicht durch den Autor bestimmt, sondern durch das Genre des aktuellen Titels. Französische Polit-Autoren sind sehr produktiv und bedienen dadurch mehrere Genres. So ergibt sich die Notwendigkeit – und auch Möglichkeit –, die Publikationen je nach ihrer Ausrichtung bei dem erfolgversprechendsten Verlag unterzubringen. Dies kann für eine Autobiografie ein anderer sein als für eine Wahlkampfschrift oder ein Wegweiserbuch, was zu einer Streuwirkung unter den französischen Verlagen führt.

Auf deutscher Seite ist mit den Häusern **Hoffmann und Campe** (Merkel, Steinbrück/Schmidt und Schröder) und **Siedler** (Stoiber, Schmidt) schon in dem begrenzten vorliegenden Textkorpus eine Konzentration auf bestimmte Verlagshäuser zu erkennen, hier bleiben Autoren ihrem Verlag treu. Betrachtet man das Programm beider Verlage, so sind politische Veröffentlichungen dort zahlreich vertreten und haben eine historische Tradition; bereits 1968 veröffentlichte Jean Jacques Servan-Schreiber, 1970 und 1976 Willy Brandt bei Hoffmann und Campe.¹⁹⁷ Zuletzt verlegte das Hamburger Verlagshaus unter anderem die deutsche Übersetzung von Colin Powells *Leadership* (2013) und Michail Gorbatschows *Alles zu seiner Zeit* (2013), das Gemeinschaftswerk *Brückenschläge* von Hans-Dietrich Genscher und Christian Lindner (2013), Matthias Platzecks *Zukunft braucht Herkunft* (2009), Christian Wulffs *Besser die Wahrheit* (2007), Horst Köhlers *Offen will ich sein – und notfalls unbequem* (2005) und Gregor Gysis *Was nun?* (2003). Peer Steinbrück veröffentlichte auch schon sein 2010 erschienenes Buch *Unterm Strich* bei Hoffmann und Campe, von Helmut Schmidt sind momentan (7/2015) vier Bücher und drei Hörbücher aus diesem Haus erhältlich.

¹⁹⁶ Simonin (2000), S. 144

¹⁹⁷ vgl. Hoffmann und Campe Verlag (o. J.)

Bei Siedler zeichnet sich ein ähnlich politikaffines Umfeld ab: So finden sich in seinem Programm Madeleine Albrights *Winter in Prag* (2013), Hildegard Hamm-Brüchers *Und dennoch ...* (2011), Roman Herzogs *Jahre der Politik* (TB 2008) und Richard von Weizsäckers *Dreimal Stunde null?* (2001). Siedler sieht sich als Spezialist für „anspruchsvolle Sachbücher zu politischen, historischen, gesellschaftlichen, kulturellen [...] Themen im deutschsprachigen Raum“¹⁹⁸ und ist damit per Definition idealer Verlag für Politikerpublikationen. Die Wahrscheinlichkeit, dass auch aktuell amtierende Politiker dort die Möglichkeit zur Publikation nutzen, ist also groß.

III.2.2 Marktentwicklung

Wenn Politiker Bücher schreiben, dann müssen sie die Entwicklung der Volumina dieses Kommunikationskanals berücksichtigen. Zur Situation auf dem Buchmarkt ist festzuhalten, dass in Frankreich 2013 der Absatz im vierten Jahr in Folge fiel. Mit der Insolvenz von *Virgin* und der Krise von *Chapitre* scheiterten zwei namhafte Vertreter der Branche. Mit *Fnac* ging ein Rivale im Kampf um den stationären Handel, der im Jahr 2014 sein sechzigjähriges Bestehen feierte, an die Börse – der langfristige Erfolg dieser Unternehmung ist noch ungewiss.¹⁹⁹

In Deutschland ist ebenfalls ein **Rückwärtstrend** auszumachen, was extrem große Flächen in 1a-Lagen der Großstädte angeht; prominentestes Beispiel war 2015 die geplante drastische Verkleinerung der traditionsreichen Filiale von Hugendubel am Münchner Marienplatz. Dem vorangegangen war das Scheitern des DBH-Mitglieds Weltbild, das auch die Zukunft der anderen Teile dieser großen deutschen Buchhandelskette infrage stellte.

Ganz im Gegensatz zur problematischen Marktentwicklung steht in Frankreich die Tendenz der **Titelproduktion**: Während sie in den Jahren 2008 bis 2012 um 2,8 % anstieg, ist im Jahr 2013 ein Sprung um 4,5 % zum Vorjahr festzustellen, was 68.367 Novitäten und Neuauflagen bedeutet. Dieser Trend gilt jedoch nicht für Neuerscheinungen im Bereich der Politik – je nach Segment sank die Produktion hier 2013 zwischen 15 % und 26 % im Vergleich zum Vorjahr. Dieses war durch die Präsidentschafts- und Legislativwahlen mit ungewöhnlich hohen Zahlen hervorgetreten.²⁰⁰ In Deutschland zeichnete sich für den Politikbereich ein ähnliches Phänomen ab; zwischen Mai 2012 und April 2013 verlor die entsprechende Warengruppe 3,6 %.²⁰¹ Dieser Befund verwundert, da 2013 Bundestagswahljahr war;

¹⁹⁸ Siedler Verlag (o. J.)

¹⁹⁹ vgl. Livres Hebdo Redaktion (983/2013), S. 14

²⁰⁰ vgl. ebd., S. 15 f.

²⁰¹ vgl. Schneider, W. (2013), S. 14

deutsche Politiker und Journalisten scheinen nicht im Übermaß Bücher im Wahlkampf zu veröffentlichen, deutsche Leser nicht übermäßig zu kaufen wie in Frankreich, wo das Segment in Wahljahren deutlich auflebt. Eine mögliche Erklärung für dieses Phänomen ist die Erwartungshaltung der Leser- und Wählerschaft an einen Kandidaten: In Frankreich scheint die Veröffentlichung einer Wahlkampfschrift in Buchform zwingend notwendig zu sein, während deutsche Politiker auf andere Kampagnenmittel zurückgreifen und das Buch als fakultativ gilt. Dies liegt in der in Frankreich vorhandenen literarischen Tradition des Politikerbuchs begründet (siehe dazu Kapitel IV.1.1.2).

Wenn Politiker Bücher veröffentlichen, passen sie sich den Gegebenheiten des Marktes an – so auch, was die Bezahlung für ihren Content durch den Kunden angeht. Zu den **Buchpreisen** ist festzuhalten, dass diese in Deutschland 2013 wie auch im Vorjahr anstiegen – um etwa 2 % auf durchschnittlich 14,85 Euro. Dies bedeutet eine leichte Erhöhung im Vergleich zu den Vorjahren, jedoch ist das Niveau noch nicht wieder auf dem Level der frühen 2000er Jahre angekommen, in denen es konstant bei über 15 Euro lag.²⁰² Auch im Bereich des Taschenbuchs ist ein Preisanstieg festzustellen, was durch die immer dünner gesäte Produktion im Niedrigpreissektor unter 8 € zu erklären ist.²⁰³ In Frankreich war 2010 ein Buchpreisanstieg um 2,2 % zu verzeichnen.²⁰⁴ Ein Faktor, der den Preis für ein Buch entscheidend beeinflusst, ist die Ausstattung, also die Publikation als **Hard- und Softcover**. In Kapitel II.1.1 wurde bereits darauf eingegangen, dass die Kaufkraft in Frankreich niedriger ist als in Deutschland. Der französische Buchmarkt scheint sich dieser Ausgangslage angepasst zu haben: Während in Deutschland 2011 10.354 Neuerscheinungen im Taschenbuch verzeichnet wurden, was einen Anstieg von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet²⁰⁵, so wurden in Frankreich 2010 bereits 14.660 neue Broschurbände verlegt.²⁰⁶ Das für diese Arbeit interessante Feld der *Essais/Documents* verzeichnet 11,2 % Anteil an den Taschenbuchverkäufen.²⁰⁷

Das Buchreport-Magazin stellt für Deutschland einen Umsatzrückgang im Taschenbuchsegment fest, der sich besonders gravierend im Bereich des Sach-Taschenbuchs niederschlägt; Grund dafür ist das Aktualitätsproblem bei Zweitverwertungen.²⁰⁸ Geht man von Politikerbüchern aus, so sind Wahlkampfschriften, die einen aktuellen Anlass haben,

²⁰² vgl. Börsenblatt (2014)

²⁰³ vgl. Wilking/Müchler/Ostermann (2012), S. 35

²⁰⁴ vgl. Frankfurter Buchmesse (2012), S. 3

²⁰⁵ vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hg.) (2012), S. 81

²⁰⁶ vgl. Statistiques de la culture (2012), S. 146

²⁰⁷ vgl. Livres Hebdo Redaktion (1993/2014), S. 58

²⁰⁸ vgl. Wilking/Müchler/Ostermann (2012), S. 37

weniger für Zweitverwertungen im Taschenbuch geeignet als Wegweiser- oder Bilanzbücher, die universelle Handreichungen oder Rückblicke über ein ganzes Politikerleben geben und damit weniger von aktuellen Entwicklungen abhängig sind.

E-Books werden in der vorliegenden Arbeit nicht thematisiert, da das Politikerbuch als homogener Ausgabekanal angesehen wird, ohne, dass zwischen elektronischer und Printform unterschieden wird.

III.2.3 Produktanalyse der Textkorpora im bilateralen Vergleich

Die Produktformel des Politikerbuchs funktioniert in beiden Ländern unterschiedlich. Deshalb muss im Folgenden auf die äußere Form der Publikationen, auf die Verpackung des politischen Inhalts, eingegangen werden. Für diesen Untersuchungsschritt wird auf die **Paratextanalyse nach Gérard Genette** zurückgegriffen. Genette definiert den Paratext als „Beiwerk, durch das ein Text zum Buch wird und als solches vor die Leser, und, allgemeiner, vor die Öffentlichkeit tritt.“²⁰⁹ Besondere Bedeutung hat der Paratext, weil er „inscrit le texte dans un schéma de communication, disant tout à la fois pour qui et pourquoi le texte existe, à qui il s’adresse et comment il doit être lu.“²¹⁰ Gerade der Aspekt der Kommunikation durch Texte ist elementar wichtig für die vorliegende Arbeit; darum muss der äußere kommunikative Rahmen des definierten Textkorpus im komparatistischen Vergleich untersucht werden. Genette teilt den Paratext erneut in zwei Kategorien, den Peritext, den der Autor selbst bestimmt, und den Epitext, also Beiwerk zum Buch außerhalb des Buches selbst, welches der Autor nicht selbst verantwortet bzw. beeinflussen kann.²¹¹ Im Folgenden werden ausschließlich Aspekte des **Peritextes** analysiert, da Politiker als Autoren (und ihre Verlage) durch die Anlage und Ausstattung ihres Buches ein bestimmtes Ziel erreichen wollen und über den Peritext eine Aussage über ihre Person und ihre Themenschwerpunkte transportiert wird. Die Aufnahme des Buches in den Medien, Interviews darüber, Besprechungen usw. kann der Politiker nur in eingeschränktem Maße steuern – hier ist nicht von politischer Kommunikation über einen bestimmten medialen Kanal von Seiten des Politikers zu sprechen. Darum wird der Epitext nur im Zuge der Analysen zur Inszenierungsproblematik kurz thematisiert.

²⁰⁹ Genette (2014), S. 10

²¹⁰ Bart (1998), S. 77

²¹¹ vgl. Genette (2014), S. 12 f.

Zunächst muss hier der zu untersuchende Textkorpus für diese Arbeit entwickelt werden. Er ergibt sich aus den Kriterien, die bereits in der Einleitung definiert wurden: Die Bücher müssen zwischen 2002 und 2012 erschienen sein, der Politiker muss als Autor fungieren (nicht als Herausgeber o. Ä.), einer der großen Volksparteien angehören und mit einem hohen politischen Amt konnotiert sein, darüber hinaus muss das Werk einen politischen Inhalt haben. Außerdem muss es einem der oben erarbeiteten Genres Erst- oder Neupositionierungsbuch, Rechtfertigungsbuch, Wegweiserbuch oder Bilanzbuch angehören. Über diese Kriterien wurde folgende Titelauswahl getroffen:

Frankreich	Deutschland
Raffarin, Jean-Pierre (2003): La France de mai. Entretiens avec Eric Mandonnet. Paris: Grasset.	Angela (2004): Mein Weg. Angela Merkel im Gespräch mit Hugo Müller-Vogg. Hamburg: Hoffmann und Campe.
Jospin, Lionel (2005): Le monde comme je le vois	Kohl, Helmut (2004): Erinnerungen. 1930–1982. München: Droemer.Merkel,
Dati, Rachida (2007): Je vous fais juges. Entretien avec Claude Askolovitch. Paris: Grasset & Fasquelle.	Schröder, Gerhard (2006): Entscheidungen. Mein Leben in der Politik. Hamburg: Hoffmann und Campe.
Sarkozy, Nicolas (2007): Ensemble. Paris: XO Editions.	Schmidt, Helmut (2008): Außer Dienst. Eine Bilanz. München: Siedler.
Royal, Ségolène (2007): Maintenant. [Ségolène Royal] répond à Françoise Colombani. Paris: Hachette Littératures.	Steinmeier, Frank-Walter (2009): Mein Deutschland. Wofür ich stehe. München: C. Bertelsmann.
Chirac, Jacques (2009): Chaque pas doit être un but. Mémoires. Paris: NiL Editions.	Guttenberg, Karl-Theodor zu (2011): Vorerst gescheitert. Karl-Theodor zu Guttenberg im Gespräch mit Giovanni di Lorenzo. Freiburg: Herder.
Hollande, François (2012): Changer de destin. Paris: Robert Laffont.	Schmidt, Helmut/Steinbrück, Peer (2011): Zug um Zug. Hamburg: Hoffmann und Campe.
	Stoiber, Edmund (2012): Weil die Welt sich ändert. Politik aus Leidenschaft – Erfahrungen und Perspektiven. München: Siedler.
	Wulff, Christian (2014): Ganz oben, ganz unten. München: C.H. Beck.

Tabelle 1: Textkorpus

III.2.3.1 Worttitel, Covergestaltung und Ausstattung

Um dem Inhalt eines Buchs die Aufmerksamkeit eines breiten Publikums zu verschaffen, kann einerseits mit Lesungen, Autorenauftritten in Talkshows und weiteren Marketingmaßnahmen mit Eventcharakter mediale Öffentlichkeit erzeugt werden. Darüber

darf allerdings nicht die Gestaltung des Produkts und seine Wirkung am *Point of Sale* unterschätzt werden. Ob ein Buch den potentiellen Leser dazu bewegt, es in die Hand zu nehmen, hängt in nicht geringem Maße von seiner äußeren Gestaltung, von **Cover**, **Worttitel** und **Ausstattung**, ab. Der Zusammenhang zwischen paratextuellen Elementen von Politikerbüchern und der Genese von Aufmerksamkeit für sie wird im Folgenden analysiert.

Genette nennt als Elemente des **Worttitels** den (obligatorischen) Titel, den (fakultativen) Untertitel und die (ebenfalls fakultative) Gattungsangabe. Dabei ist die „Gattungsangabe [...] eine recht fremdartige Zutat, da [Titel und Untertitel] formal definiert sind und [sie] funktional.“²¹² Im Textkorpus finden sich drei französische und zwei deutsche Publikationen, die ausschließlich einen Titel besitzen (*Ensemble*, *Changer de destin*, *Le monde comme je le vois*, *Zug um Zug*, *Ganz oben, ganz unten*). Es handelt sich hierbei mehrheitlich um Erst- und Neupositionierungsbücher – in diesem Stadium des Produktlebenszyklus eines Autors scheint Prägnanz vor Weitschweifigkeit zu stehen. Betrachtet man die Haupttitel des gesamten Textkorpus, so kommen die deutschen Worttitel mit durchschnittlich 2,33 Worten zurecht, französische Autoren bzw. Verlage verwenden im Durchschnitt 3,57 Worte pro Titel. Dieser Trend zu längeren Titeln in Frankreich zeigt sich besonders deutlich an den Büchern von Ségolène Royal; der Titel *Maintenant* ist in seiner Prägnanz eine absolute Ausnahme. Neben ihm stehen *Cette belle idée du courage* (2013), *Lettre à tous les résignés et indignés qui veulent des solutions* (2011), *Si la gauche veut des idées* (2008) und *Ma plus belle histoire, c'est vous* (2007). Grundsätzlich scheint die Toleranz für längere Worttitel auf dem französischen Buchmarkt ausgeprägter zu sein als auf dem deutschen. Dies entspricht dem Trend, dass von Politikern vor allem in Deutschland erwartet wird, schwierige politische Probleme auf einen möglichst kurzen Nenner zu bringen, um „Stimmen [zu] gewinnen und Folgebereitschaft“²¹³ zu generieren.

Drei Bücher (von Stoiber, Schröder und Steinmeier) besitzen „klassische“ Untertitel, bei denen sich die Frage, ob es sich bei ihnen um Untertitel oder Gattungsangabe handelt, nicht stellt. Darüber hinaus muss die Angabe *1930–1982* zu Helmut Kohls *Erinnerungen* als Untertitel und nicht als Teil des Titels angesehen werden; es folgen weitere Bände mit demselben Haupttitel, die sich lediglich in der Datumsbeigabe unterscheiden, darüber hinaus

²¹² Genette (2014), S. 61

²¹³ Grande (2000), S. 123

ist diese auf dem Cover farblich abgesetzt und umgebrochen, sodass sie deutlich als Nicht-Haupttitelbestandteil markiert ist.

Besondere Aufmerksamkeit verdient das Interviewbuch. Alle untersuchten Publikationen, die als Gesprächsbuch angelegt sind, besitzen einen Titel und einen Hinweis auf die dialogische Anlage des Buchs und den Dialogpartner. Für den vorliegenden Textkorpus ist das Interviewbuch eine Sonderform des Politikerbuchs, das Genre Grenzen überschreitet, aber doch eine gemeinsame Klammer über alle so angelegten Bücher spannt. Darum sollen Untertitel, die nach dem Muster ‚im Gespräch mit [...]‘ funktionieren, als Spezialform der Gattungsangabe angesehen werden und nicht als Untertitel, was in anderem Zusammenhang sicherlich gerechtfertigt wäre. Diese Entscheidung gewinnt an Bedeutung, wenn man die Ausrichtung der Titel untersucht. Genette unterscheidet zwischen **thematischen** und **rhematischen** Titeln, also solchen, die sich primär auf den Inhalt eines Werks beziehen²¹⁴ und solchen, die einen Gattungsbezug haben²¹⁵. Was die Haupttitel angeht, so haben alle untersuchten Bücher thematische Titel; es geht um Merkels *Weg*, Steinmeiers Visionen für *[S]ein Deutschland*, Schröders *Entscheidungen* und Kohls *Erinnerungen* usw. Abstrakter, aber doch inhaltlich motiviert sind die französischen Titel. Die Gattungsinformationen zum Interviewbuch jedoch können als rhematische Titelbestandteile angesehen werden – ähnlich wie die Hinweise Memoir oder Bilanz. Sie geben keinen Hinweis auf den Inhalt, sondern vielmehr auf die Kommunikationssituation im Buch, ein Gespräch. Aus diesem Grund nehmen sie eine Sonderstellung ein – ihre Behandlung als Gattungsangaben ist durchaus gerechtfertigt.

Bedeutsam ist außerdem, dass bei deutschen Interviewbüchern Politikername und Haupttitel untrennbar verbunden sind, der Hinweis auf den Interviewer folgt – auch grafisch – abgetrennt. Bei den französischen Vertretern sind die Namen von Politiker und Interviewer enger miteinander verknüpft als der Name des Politikers mit dem Titel. Hier zeigt sich eine unterschiedliche Gewichtung beider Informationen: In Deutschland ist der Interviewer weniger präsent, das Buch wird in erster Linie dem Politiker zugeschrieben. In Frankreich hingegen kommt dem Interviewer ein größeres Gewicht zu – im Buch geht es um ein Gespräch zwischen Politiker und Journalist, der Titel wirkt austauschbarer als die Personen. Dies mag in einer größeren Bekanntheit der französischen Journalisten in der öffentlichen Wahrnehmung begründet liegen, ist aber auf jeden Fall als Verweis auf die journalistische und damit kontrollierende, Wahrheit versprechende Instanz zurückzuführen.

²¹⁴ vgl. Genette (2014), S. 83

²¹⁵ vgl. ebd., S. 86

Zwei Titel wurden bisher nicht eingeordnet. Zunächst wird Helmut Schmidts *Außer Dienst. Eine Bilanz* untersucht. Der Bestandteil *Eine Bilanz* ist hier in inhaltlicher Hinsicht als Untertitel angelegt. Jedoch ist das Wort Bilanz für diese Arbeit als Gattungsangabe definiert worden – Bilanzbücher sind ein Genre von Politikerbüchern. Nun ergibt sich über diese Unschärfe hinaus das Problem, dass Schmidts Buch nicht den Kriterien eines Bilanzbuchs entspricht, sondern vielmehr den Wegweiserbüchern zuzuordnen ist. Aus diesem Grund soll *Eine Bilanz* hier als Untertitel und nicht als Gattungsangabe aufgefasst werden, denn das würde der Nomenklatur dieser Arbeit zuwiderlaufen und wäre darum nicht zielführend.

Der zweite problematische Fall ist Jacques Chiracs *Chaque pas doit être un but. Mémoires*. Auch hier könnte der zweite Titelbestandteil entweder Untertitel oder Gattungsangabe sein. Für die vorliegende Arbeit wurde keine Klassifikation des Namens Memoir eingeführt. Jedoch weist dieser Zusatz auf konstituierende Merkmale des Bilanzbuchs hin; er könnte, nach der Definition für diese Arbeit, synonymisch zu diesem Begriff verwendet werden. Aus diesem Grund wird Chiracs Titel unter der Rubrik „Titel + Gattungsangabe“ eingereiht.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich folgende Tabelle:

Ausschließlich Titel	Titel + Untertitel	Titel + Gattungsangabe	Sonderfall: Titel + Gattungsangabe im Interviewbuch
Changer de destin	Entscheidungen. <i>Mein Leben in der Politik</i>	Chaque pas doit être un but. <i>Mémoires.</i>	Mein Weg. <i>Angela Merkel im Gespräch mit Hugo Müller-Vogg.</i>
Ensemble	Mein Deutschland. <i>Wofür ich stehe</i>		Vorerst gescheitert. <i>Karl-Theodor zu Guttenberg im Gespräch mit Giovanni di Lorenzo.</i>
Ganz oben, ganz unten	Weil die Welt sich ändert. <i>Politik aus Leidenschaft – Erfahrungen und Perspektiven</i>		<i>Entretiens avec Eric Mandonnet</i> La France de mai
Zug um Zug	Erinnerungen. <i>1930–1982</i>		(Ségolène Royal) <i>répond à Marie-Francoise Colombani.</i> Maintenant.
	Außer Dienst. <i>Eine Bilanz</i>		<i>Entretien avec Claude Askolovitch</i> Je vous fais juges

Tabelle 2: Übersicht zur Titelgebung des Textkorpus

Abschließend ist zum paratextuellen Element des Untertitels eine Besonderheit aufzugreifen: Im Falle von Angela Merkels *Mein Weg* wird der Hinweis auf die Gattung Gesprächsbuch zur doppelten Platzierung von Merkels Namen auf der U1 des Schutzumschlags verwendet: *Angela Merkel: Mein Weg. Angela Merkel im Gespräch mit Hugo Müller-Vogg*. Karl-Theodor zu Guttenbergs Titel ist sehr ähnlich formuliert, allerdings wird auf seinem Cover auf die zweimalige Namensnennung verzichtet (wohl, um dem Vorwurf der Geltungssucht keinen weiteren Vorschub zu leisten). Angesichts der Tatsache, dass *Mein Weg* mit der Möglichkeit von Angela Merkel als erster Bundeskanzlerin der BRD wirbt, ist hier die Person der Autorin noch in höherem Maße als in anderen Publikationen Kaufargument und Alleinstellungsmerkmal der Publikation, wodurch sich diese Doppelung als marketingrelevant erklären lässt.

Der **Adressant** des Titels ist im Zweifelsfall nicht der Politiker-Autor, sondern der Verlag, der dem Buch einen vermarktbareren Titel gibt – wenn der Politiker ihn auch sicherlich freizugeben hat. Die Frage des **Adressaten** ist weniger leicht zu klären. Genette hält fest, dass bei dem so prominent platzierten Worttitel nicht nur das Publikum als Adressat fungiert, das das Buch komplett liest, sondern auch jene Personen, die z. B. nur das Cover wahrnehmen. Auch Personen, die das Buch nicht komplett lesen, tragen zu seiner Verbreitung bei.²¹⁶ Der Worttitel wird in Besprechungen und Talkshows genannt, der potenzielle Leser kann ihn beim Gang durch die Buchhandlung wahrnehmen, ohne ein Exemplar zu kaufen/lesen. Dadurch ergibt sich die große Bedeutung eines erstens klaren und zweitens positiven Worttitels, der in Verbindung mit dem Namen des Autors als Kaufargument dient und gleichzeitig die Position des Politikers als Mandatsträger positiv beeinflusst.

Ein inhaltliches Element, das eminent wichtig für die Analyse der Worttitel von Politikerbüchern ist, ist **der Umgang mit dem Wort ‚ich‘** und seinen Varianten. Le Bart stellt für den Inhalt von Politikerbüchern fest, dass „[...] il est impossible de ne pas être frappé par l’usage incessant du ‚je‘.“²¹⁷ Diese Tendenz ist in Bezug auf die Worttitel der untersuchten Publikationen nicht augenfällig; nur Jospin und Dati evozieren im untersuchten Korpus das ‚je‘ im Titel. In Jospins Fall liegt darin die Legitimation der Publikation begründet: Es geht um Jospins Ansichten und Hilfestellungen für das Weltgeschehen, er ist damit als Autor eines Wegweiserbuchs enorm wichtig für die Publikation. Im Falle Datis hat das ‚je‘ im Titel eine

²¹⁶ vgl. Genette (2014), S. 76 f.

²¹⁷ Bart (2009), Abschnitt 9

Bedeutung auf emotionaler Ebene. Das ‚je‘ spricht zu einem im gleichen Satz genannten ‚vous‘, es handelt sich um ein Buch zur direkten Kommunikation, zum ‚Zurechtrücken‘ eines Missstandes aus Datis Sicht, beide Personalpronomina dienen zur Emotionalisierung und Demonstration von Lesernähe. Andere Autoren beanspruchen die gleiche Legitimation für sich und ihre Publikation, wählen aber abstraktere Titel – eventuell, um dem Vorwurf eines übersteigerten Geltungsbedürfnisses vorzubeugen.

Auf deutscher Seite wiederum findet sich die Ich-Form nicht im Titel, dafür jedoch gleich zweimal die Verwendung des Possessivpronomens, bei Angela Merkel und Frank-Walter Steinmeier. Im Falle Steinmeiers mag der Titel *Mein Deutschland* als Machtdemonstration eines Kanzlerkandidaten, aber auch als Überschrift für die Darlegung seiner Zukunftsvision für das Land gelten. Merkels Gesprächsbuch *Mein Weg* ist vor einem biografischen Hintergrund zu sehen, ihr Weg ist ein exemplarischer, wenn auch nicht typischer Weg aus der DDR in das vereinte Deutschland. Moritz Schuller (*Tagesspiegel*) mag in der Verwendung des Possessivpronomens eine „Unbefangenheit, mit der die beiden sich dabei in der Titelgebung Adolf Hitler annähern“²¹⁸ sehen, die in früheren Jahren zu einem Skandal geführt hätte. Dieser Vergleich scheint aber sehr gezwungen, keinem der beiden Politiker kann eine rechte Tendenz unterstellt werden. Vielmehr sind diese Titel Beweise für die Personalisierungstendenzen der aktuellen Politik. Mandatsträger sind verpflichtet, ihre Aussagen auf sich zu beziehen, sie mit ihrer Person zu verbinden und dadurch leichter rezipierbar zu machen. Auch und vor allem an so prominenter Stelle wie auf dem Cover eines Politikerbuchs darf diese Maxime Anwendung finden, um Aufmerksamkeit für das Produkt zu generieren.

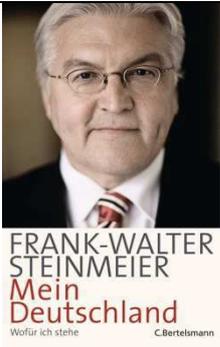
Neben der Titelgebung unterscheiden sich deutsche und französische Politikerbücher schon auf den ersten Blick in einem weiteren äußeren Merkmal: Alle deutschen Publikationen des Textkorpus sind in der Erstausgabe als **Hardcover mit Schutzumschlag** veröffentlicht worden; mit Genette ist die Funktion dieses Elements darin festzumachen, „die Aufmerksamkeit des Lesers durch Mittel auf sich zu lenken, die spektakulärer sind als diejenigen, die sich ein Umschlag leisten kann oder möchte [...]“²¹⁹ Die Verwendung eines solchen Aufmerksamkeit steigernden Mittels ist für Politikerbücher natürlich, wurde oben bereits die Rolle des Politikers als Mandatsträger und Autor im Spannungsfeld zwischen seinen Botschaften und der begrenzten Aufmerksamkeit seines Publikums beschrieben.

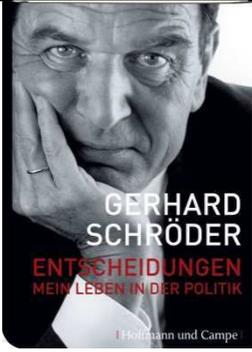
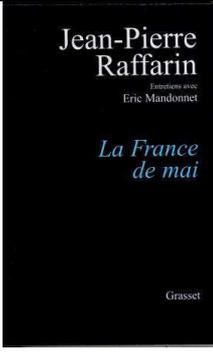
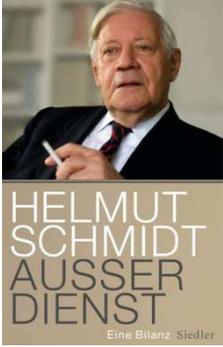
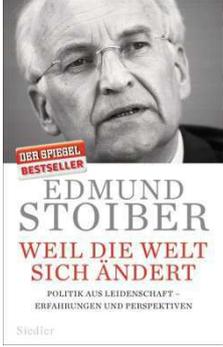
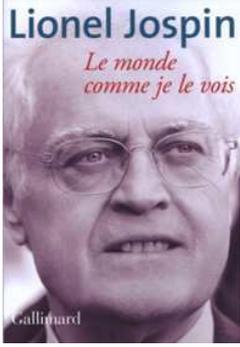
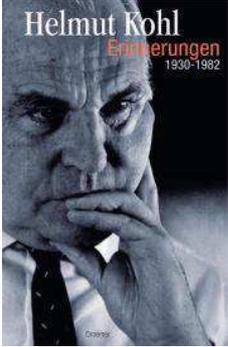
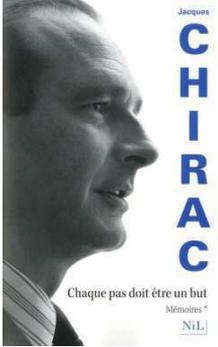
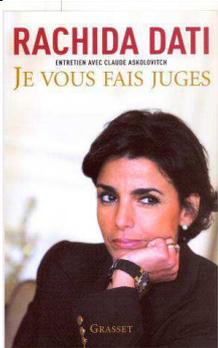
²¹⁸ Schuller (2009)

²¹⁹ Genette (2014), S. 33

Französische Politikerbücher hingegen werden im **Softcover-Format** erstaufgelegt, wodurch sich die Frage nach einem Schutzumschlag nicht stellt. Das schlägt sich auch im Durchschnittspreis nieder (ausgegangen wird vom für das Erscheinungsländ gültigen Preis): Mit einem durchschnittlichen Verkaufspreis von etwa 16,50 € liegen die untersuchten französischen Werke um etwa 5 € unter dem deutschen Durchschnitt. Es scheint also, als wäre mit dem französischen Politikerbuch weniger Prestige verbunden, die Autoren geben sich mit einer weniger hochwertigen Ausstattung zufrieden, können über den niedrigeren Preis allerdings auch auf höhere Absatzzahlen rechnen. Es handelt sich hier weniger um *Coffee-Table*-Bücher, sondern, so wird zumindest durch die Ausstattung suggeriert, um informative Bändchen zur schnellen, situationsabhängigen Konsumation. Einerseits mag dies dem Faktum geschuldet sein, dass französische Politiker wesentlich häufiger publizieren als deutsche – mit einem niedrigeren Preis und einer kleineren Ausgabe erhalten sie ein Käuferpotenzial für nachfolgende Titel aus ihrer Feder. Darüber hinaus muss beachtet werden, dass auf dem französischen Buchmarkt ohnehin mehr Erstausgaben im Taschenbuch zu finden sind (siehe Kap. III.2.2.) als in Deutschland. Fügt man dem Gedankengang noch die in Frankreich insgesamt geringere Kaufkraft hinzu, so scheinen französische Verlage und Politautoren gangbare Wege der Buchgestaltung gefunden zu haben, um eine ausreichend große Zielgruppe anzusprechen.

Um die Analyse der **Covergestaltung** vorzunehmen, werden im Folgenden alle ersten Umschlagseiten abgedruckt.

Erstpositionierung/Wahlkampf Deutschland		Erstpositionierung/Wahlkampf Frankreich	
 <p>FRANK-WALTER STEINMEIER Mein Deutschland Wofür ich stehe C Bertelsmann</p>	 <p>Helmut Schmidt Peer Steinbrück ZUG UM ZUG Hoffmann und Campe</p>	 <p>Nicolas Sarkozy Ensemble XO L'Espresso</p>	 <p>François Hollande Changer de destin Robert Laffont</p>

Rechtfertigung Deutschland		Rechtfertigung Frankreich	
			
Wegweiser Deutschland		Wegweiser Frankreich	
			
Bilanz Deutschland		Bilanz Frankreich	
			
Neupositionierung Deutschland		Neupositionierung Frankreich	
			

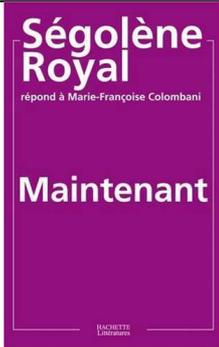
Weibliche Autoren Deutschland		Weibliche Autoren Frankreich	
			

Tabelle 3: Zusammenstellung der Covers des Textkorpus

Festzustellen ist, dass auf allen Büchern der **Name des Autors** prominent vermerkt ist. Genette weist dies als Merkmal solcher Bücher aus, deren Autor bekannt ist – und zwar nicht (zwingend) aus literarischen Gründen, sondern er kann auch „aus außerliterarischen Gründen berühmt sein, bevor er überhaupt etwas veröffentlicht hat [...]“²²⁰ Dies ist der Normalfall bei Politautoren, sie sind – ausgenommen Helmut Schmidt in seinem heutigen Status – nicht als erfolgreiche Publizisten bekannt, sondern in ihrer Rolle als Mandatsträger. Der Name trägt auch für die Buchveröffentlichung und dient als Kaufargument. Darüber hinaus nutzt der Politautor, wie oben bereits herausgearbeitet, das Buch als Kanal zur pseudopersonlichen Kommunikation, ein Pseudonym oder Anonym wäre also dem Publikationszweck zuwiderlaufend.

Neben dem Titel fällt in obiger Tabelle die unterschiedliche Verteilung von **Politikerabbildungen auf dem Cover** ins Auge. Während deutsche Politikerbücher nicht ohne die Abbildung des Politikers auf der U1 bzw. auf dem Schutzumschlag (erste Umschlagseite) auskommen, so sind bereits im beschränkten Rahmen des untersuchten Textkorpus auf französischer Seite mit *Maintenant*, *La France de mai* und *Changer de destin* drei lagerübergreifende Bücher zu finden, die auf einfarbigem Hintergrund lediglich Schrift, aber kein Bild auf dem Cover tragen. Es scheint, dass in Frankreich die Nennung des Politikernamens auf dem Cover bereits ausreichend Wiedererkennungswert und Interesse schafft, während in Deutschland Bilder nötig sind. Die Ausnahme bildet *Ganz oben, ganz unten* von Christian Wulff. Hier wird auf eine Abbildung des Autors verzichtet, das Cover ist in kühlen Farben sehr klar gehalten, Wulffs Name ist deutlich kleiner und im Gegensatz zum Titel nicht in Kapitälchen angebracht, wenn auch über dem Titel. Dies mag darin begründet liegen, dass der Vorwurf von Geltungssucht Teil des ihn betreffenden Skandals war – diesen

²²⁰ Genette (2014), S. 43

Anschuldigungen darf das Cover keine neue Nahrung geben. Das Fehlen von Bildern auf französischer Seite scheint allerdings kein Spezifikum des Politikerbuchs zu sein, sondern einem allgemeinen Trend der französischen Buchgestaltung weg von reicher Bebilderung auf der U1 zu sein.

Beim **Arrangement der Bilder** auf Covern von Politikerbüchern ist festzustellen, dass frontale Aufnahmen des Gesichts in Deutschland wie in Frankreich dominieren, über oder unter dem Foto werden nahezu gleich prominent der Name der Publikation und der Autorenname genannt. Jacques Chiracs Cover unterscheidet sich in seiner Anlage dadurch, dass der Name des Autors horizontal angebracht ist und sein Gesicht im Profil aufgenommen wurde – diese ungewöhnlichere Gestaltung stellt eine Ausnahme dar und liegt in der besonderen Stellung Chiracs als Bilanzbuchautor begründet. Sein Buch ist Rückblick auf ein bewegtes Politikerleben und muss darum nicht der standardmäßigen Gestaltung von Politikerbüchern entsprechen. Durch die für gewöhnlich verwendete frontale Aufnahme ergibt sich auf den meisten Politikerbüchern eine Blickrichtung des Porträtierten, die den Betrachter zu fokussieren scheint und dadurch seine Aufmerksamkeit erweckt – hier steht das Cover als Marketinginstrument und Verkaufsförderer im Fokus: Das Konterfei eines Politikers ist als Aufmerksamkeitsmagnet für potenzielle Leser und vor allem Käufer nicht wirkungsvoll genug, ein Pseudo-Blickkontakt dient zur Amplifikation dieser Wirkung.²²¹ Darum ist es für das Marketingwerkzeug Cover von großer Bedeutung, den Blick des abgebildeten Politikers gut zu nutzen. Nur Rachida Dati scheint auf dem Coverfoto dezidiert vom Betrachter wegzublicken; ihr auf die Hand gestützter Kopf signalisiert darüber hinaus eine Abwehrhaltung, die dem Titel und Inhalt von *Je vous fais juges* gerecht werden.

Als letzter Analysepunkt bzgl. der Covergestaltung muss die Farbigkeit herangezogen werden. In der **Farbgebung** ist für Frankreich eine deutlich größere Varianz festzustellen; die deutschen Publikationen beschränken sich im Großen und Ganzen auf Grau- und Rottöne, was auch durch die Kleidung der Politiker auf den Coverfotos forciert wird. Ausnahmen bilden Angela Merkel, die auf die Farben der CDU ausweicht, und Karl-Theodor zu Guttenberg, der aus der Perspektive des nicht mehr aktiven Politikers veröffentlicht und darum Standardisierungen nicht unbedingt bedienen muss, eine Grundtendenz ist aber zu erkennen. Allerdings lässt sich feststellen, dass länderübergreifend solche Bücher, die eine Rückschau auf ein langes Politikerleben und Wegweisungen versprechen, in der Tendenz mit Schwarz-Weiß-Fotografien versehen werden, so bei Kohl, Chirac, Schröder, Stoiber und

²²¹ vgl. Czöppan (2012), S. 200

Schmidt/Steinbrück, während Bücher aktiver Politiker zu farbigen Coverfotografien neigen. Das monochrome Cover ist wohl der historischen Bedeutung der Bilanzbücher und ihrer Autoren geschuldet, sie erzählen ein Stück Geschichte, während amtierende Politiker durch größere Farbigkeit Vitalität ausdrücken und dem Unterhaltungswunsch des Publikums entsprechen. Besonders interessant ist der Vergleich zwischen Hollandes und Sarkozys Cover: Hollande setzt in einer ähnlichen Ausgangssituation auf ein sehr reduziertes, cremefarbenes Cover ohne Bild, was den anscheinend sachorientierten Charakter des Buches betonen soll. Sarkozy hingegen operiert auf der emotionalen Ebene. Der Name *Ensemble* verspricht, zusammen mit den ostentativ gezeigten Farben der *Tricolore* auf dem Cover, einen Präsidenten, der ganz Frankreich vertritt und in Zusammenarbeit mit dem Volk Fortschritte erreichen will. *Ensemble* ist auch eines der Schlagwörter auf den UMP-Wahlplakaten zu den *Présidentielles 2007*; diese Verbindung stärkt den Eindruck der Kontinuität und Verlässlichkeit des Kandidaten.

Zu den **Covers der weiblichen Politiker** ist zu sagen, dass Merkels U1 in ihrer Farbenfülle dem typischen Aussehen von Politikerbüchern entgegentläuft – auch das vergleichsweise offensiv gezeigte Lächeln, ein ebenfalls weibliches Attribut, fällt ins Auge. Die meisten Cover männlicher Politiker zeigen eine ernste Mimik, evtl. mit einem angedeuteten Lächeln, insgesamt scheint es mit dem Selbstbild publizierender Politiker jedoch nicht vereinbar, besonders große Emotionen zu zeigen. Was die Wahl der Farbwelt im Falle Merkels angeht, so ist folgende Erklärung des Wahlkampfleiters der Union im Wahlkampf 2013 interessant: „Wir haben eine neue Farbwelt geschaffen, mehr Orange, weniger Blau, einen näheren Fotostil, eine andere Schrift, mehr Lebensnähe. Und das kommt bei den Funktionsträgern extrem gut an. Und auch bei Frau Merkel.“²²² Diesen Entscheidungen entspricht schon das Merkel-Cover aus dem Jahr 2004 weitgehend; lediglich in der Taschenbuchausgabe von *Mein Weg* wurde nochmals auf den Blauton der Union zurückgegriffen. Ségolène Royal setzt hingegen mit dem magentafarbenen Cover auf eine sehr direkte Ansprache von weiblichen Lesern; ein Bild ihrer Person ist im turbulenten Wahlkampf 2007 nicht nötig, um beim Betrachter des Covers die richtige Assoziation mit der Präsidentschaftskandidatin zu wecken. Weitere Untersuchungen zu diesem Thema finden sich im Exkurs zu weiblichen Politautoren.

Die Nennung des Verlagsnamens erfolgt in beiden Ländern am unteren Rand des Covers, sie ist meist sehr dezent, was darauf schließen lässt, dass der Name des Politikers und eben nicht der Verlag als Marke und Verkaufsargument eingesetzt wird. Dieser Befund ist auch im

²²² Spiegel-Redaktion (2013 a), S. 57

Bereich der Belletristik in weiten Bereichen spürbar – auch dort wirkt der Autorenname als Pull-Faktor. Wenige Konsumenten beziehen den Verlag in die Kaufentscheidung für ein Buch mit ein, der Name des Autors hingegen ist ein offensichtliches Merkmal mit einem bestimmten Produktversprechen. Gerade bei so bekannten Autoren wie Politikern ist der Bedarf, der den Kunden zum Kauf bewegt, der Wunsch nach Information, nach der Rezeption von Texten speziell dieses Politikers etc. Dieser Bedarf steht für den durchschnittlichen Konsumenten ganz klar vor der Identität des Verlages, auch wenn der Verlagsname an sich ebenso als Qualitätsgarant stehen kann wie z. B. im Bereich der Tagespresse und des Qualitätsjournalismus. Buchkäufern ist diese Verbindung jedoch weniger präsent als Zeitungskäufern.

Im Anschluss an diese Analyse muss nun eine Untersuchung der weiteren Bebilderung von Politikerbüchern erfolgen – es geht um die Verwendung von bzw. den Verzicht auf **Bildblöcke** im Politikerbuch. Unter der Ägide der herrschenden Mediendemokratie ist „[e]in Thema ohne Bilder eigentlich kein Thema.“²²³ Nachdem das Medium Buch schon auf das Bewegtbild verzichtet, im Bereich der Belletristik oft komplett ohne bildliche Darstellungen auskommt und im Sachbuchbereich für gewöhnlich lediglich mit Bildern ausgestattet ist, die für die Verdeutlichung von Sachverhalten unabdingbar sind, scheint ein Vergleich der analysierten Bücher auf das Thema der Abbildungen hin interessant. „Bilder wirken wahr und authentisch“, schreibt Dirk Kurbjuweit in einem *Spiegel*-Artikel.²²⁴ Trotz dieser allgemeingültigen Aussage ist eine deutliche Diskrepanz zwischen deutschen und französischen Publikationen festzustellen, was die Affinität zur Einbindung von Bildelementen angeht. Der überwiegende Anteil der untersuchten deutschen Politiker versieht seine Bücher mit Bildern aus privaten Zusammenhängen und solchen der Amtsausübung. Die Ausnahmen bilden *Vorerst gescheitert*, *Zug um Zug* und *Außer Dienst*. Was Karl-Theodor zu Guttenberg angeht, so kam dieser aufgrund seines angeblich besonders ausgeprägten Geltungs- und Inszenierungsbedürfnisses überhaupt erst in die Lage, sein Buch zu veröffentlichen; der Verzicht auf Illustration durch Bilder seiner Person mit Ausnahme des Covers scheint ein Tribut an die kritische öffentliche Meinung zu sein. Ähnlich könnte die Sachlage im Falle Wulffs geartet sein, dieser gibt seinem Werk *Ganz oben, ganz unten* jedoch einen Bildblock bei. Auffällig ist dabei die Auswahl und Reihenfolge der Bilder. Die Reihe beginnt mit dem Bild, das Wulff mit der Gratulantin Angela Merkel bei seiner Wahl zum Bundespräsidenten zeigt, und endet mit einer Aufnahme, die ihn am Tag seines Freispruchs

²²³ Meckel (2002), S. 282

²²⁴ Kurbjuweit (2013), S. 152

im Landgericht Hannover zeigt. Dazwischen sind solche Bilder angebracht, die ihn in diversen repräsentativen Kontexten zeigen – auf Truppenbesuch in Afghanistan, bei einer Gedenkfeier in Auschwitz, bei Staatsbesuchen, mit der deutschen Nationalmannschaft und dem Papst oder als Redner zu festlichen Anlässen. Diese Bilder fassen Wulffs Selbstbild zusammen: Der gewählte Präsident, der seine Aufgaben vorbildlich erfüllte, wurde schließlich nach ungerechtfertigten Vorwürfen freigesprochen und kann als rehabilitierter Mann sein Buch veröffentlichen. Diese wie eine *mise en abyme* angelegte Fotostrecke ist als Wulffs Antwort auf die Vorwürfe gegen seine Person zu sehen.

Das Autorenduo Schmidt/Steinbrück hingegen verzichtet nahezu gänzlich auf die Darlegung privater Sachverhalte und politische Anekdoten; gelegentliche Hinweise auf das Familienleben oder den außerpolitischen Werdegang sind die Ausnahme. Eine Illustration mit Fokus auf die eigenen Personen erscheint in diesem Zusammenhang unnötig. Die Autoren fungieren als Wissende, die ihre Gedanken verbal ausdrücken; gleiches gilt für Schmidts Autorschaft von *Außer Dienst*. Darüber hinaus ist die Person Schmidts derart präsent, dass eine zusätzliche Abbildung im Buch obsolet erscheint.

Die Bücher von Kohl, Merkel, Stoiber, Schröder und Steinmeier hingegen beinhalten auch einen beachtlichen Informationsschatz zu privaten Themen, aus welchem Grund ein Lesernutzen und -interesse beim Abdruck von Fotos aus öffentlichem und privatem Kontext zu erwarten und ist. Jedoch ist in keinem der genannten Fälle eine ähnlich durchchoreografierte Fotoauswahl wie im Falle Christian Wulffs zu erkennen.

Auf französischer Seite zeichnet sich ein komplett gegensätzliches Bild. Nur einer der sieben untersuchten Autoren stattet sein Werk mit – teilweise sogar farbigen – Bildern aus: Jacques Chirac. Die **Zurückhaltung** in der Verwendung von Bildblöcken auf französischer Seite mag mit der Ausstattung der Publikationen in der Erstausgabe zusammenhängen – in einer Taschenbuchausgabe erwartet der Leser weniger zwingend eine Bebilderung als im Hardcover. Chiracs Werk ist von allen untersuchten französischen Veröffentlichungen thematisch am breitesten aufgestellt; es handelt sich um die Rückschau auf ein politisch geprägtes Leben, dem für Frankreich große Bedeutung zukommt. Dass diese Retrospektive auch bildlich nachvollzogen wird, gibt nicht Anlass zu Spekulationen über Chiracs Selbsteinschätzung, sondern scheint als Teil eines als historisches Dokument angelegten Werkes durchaus angebracht.

Die Mehrzahl der Autoren fasst Bilder in einem Block mittig im Buch zusammen. Lediglich Helmut Kohl und Edmund Stoiber verteilen die Bilder zur Illustration verschiedener Sachverhalte im Text. In diesem Zusammenhang ist auch die Art und Weise interessant, wie

Bilder eingebettet werden – und zwar durch **Bildunterschriften**. Festzustellen ist die Tendenz noch aktiver Politiker, Bildunterschriften neutraler und in der dritten Person zu formulieren; dies trifft auf Merkel, Steinmeier und Schröder zu. Bei Stoiber, Kohl, Chirac und Wulff hingegen, die vom Standpunkt eines Elder Statesman auf ihre politische Karriere zurückblicken, finden sich Bildlegenden in der ersten Person und mit narrativem Element; die dargestellten Ereignisse werden kommentiert und in einen Zusammenhang eingebettet, der über die reine Situationsbeschreibung hinausgeht. Chirac wählt längere Texte, bleibt jedoch noch am ehesten in der Situationsbeschreibung verhaftet, so betitelt er ein ganzseitiges schwarz-weißes Selbstbild aus dem Jahr 1968: „Au coeur de la tourmente, le 20 mai 1968, je quitte l’Elysee à l’issue d’un entretien avec le général de Gaulle. J’étais alors secrétaire d’État à l’emploi.“²²⁵ Edmund Stoiber hingegen formuliert zu jeder Bildbeigabe einen persönlichen Kurztitel. So kommentiert er das Bild zum TV-Duell: „Schlagabtausch zur Prime Time: Das erste TV-Duell mit Gerhard Schröder, ausgestrahlt von den privaten Sendern RTL und Sat.1.“²²⁶ Sein Werk ist nicht als Protokoll einer Amtszeit oder als historisches Dokument angelegt; als Wegweiserbuch-Autor steht es ihm frei, Bilder seiner Auswahl auch populärer zu kommentieren und so in seine Wegweisungen einzubetten. Kohls Bildunterschriften wechseln zwischen der ersten und dritten Person, wobei persönlichere Textzeilen fast an ein privates Fotoalbum erinnern; so formuliert er: „Wahlkampf 1976: Ein gemeinsamer Auftritt mit Hannelore“²²⁷, „Hannelore war eine sehr populäre First Lady“²²⁸, „Ein Urlaubstag am Wolfgangsee“²²⁹ und, als Unterschrift zu einem Gratulationsfoto mit Hannelore Kohl nach der Wahl zum Bundeskanzler, schlicht „Glückwunsch!“²³⁰. Die Verwendung von selbstreferentiellen Aussagen in der dritten Person kann von großem Stolz oder von Bescheidenheit zeugen.²³¹ Zwischen beiden Polen, bzw. ihrer Suggestion, oszilliert die Formulierung der Bildunterschriften bei nahezu allen untersuchten Texten.

III.2.3.2 Weitere Elemente des Peritextes

Genette unterscheidet zwischen zwei sehr ähnlichen paratextuellen Phänomenen, der **Widmung** und der **Zueignung**. Im ersteren Fall geht es um die Zuschreibung eines bestimmten Buchexemplars an eine Person, im zweiten, für diese Arbeit relevanten Fall um

²²⁵ Chirac (2009), Bildblock zwischen S. 352 und 353

²²⁶ Stoiber (2012), S. 193

²²⁷ Kohl (2004), S. 376

²²⁸ ebd., S. 399

²²⁹ ebd., S. 409

²³⁰ ebd., S. 649

²³¹ vgl. Lejeune (1996), S. 16

die Zuschreibung eines Werks.²³² Zueignungen waren schon im antiken Rom bekannt – hier waren sowohl persönliche, private Varianten als auch Huldigungen an Reiche und Mächtige üblich. Die zweite Form ist auch im Mittelalter vorhanden und wurde noch in der Klassik verwendet. Oben im Demokratiediskurs genannter Machiavelli widmete sein Werk *Il Principe* in sehr ausschweifender Zueignung Lorenzo von Medici in der Hoffnung, daraus Vorteile für sich zu erhalten:

*In dem Wunsch nun, mich Eurer Durchlaucht mit einem Zeugnis meiner Ergebenheit zu empfehlen, habe ich nichts in meinem Besitz gefunden, was mir teurer wäre oder was ich höher schätzte als die Taten großer Männer [...] nachdem ich diese mit großer Sorgfalt lange durchdacht und überprüft hatte, habe ich sie jetzt in einem kleinen Band zusammengefaßt, den ich eurer Durchlaucht überreiche. [...] So möge Eure Durchlaucht diese kleine Gabe in eben dem Sinne entgegennehmen, in dem ich sie überreiche [...].*²³³

Auch für Politikerbücher haben Zueignungen also eine lange Tradition, die vor allem mit der Hoffnung zusammenhing, Protektion vom Empfänger zu erlangen. „Am Anfang des 19. Jahrhunderts verschwinden [...] zwei natürlich zusammenhängende Merkmale gleichzeitig: die direkteste (ökonomische) der Zueignung und deren entfaltete Form, die Widmungsepistel.“²³⁴ Empfänger waren nun „Kollegen oder Lehrmeister“²³⁵, die Form wurde sehr verknappt und von ähnlich ausschweifenden Versionen wie der Machiavellis auf eine „begründete Zueignung“²³⁶ verkürzt – eine noch knappere, oft ohne Begründung auskommende Form wählen Politautoren, die im 21. Jahrhundert ihre Werke mit Zueignungen versehen. Als Adressaten können nach Genette entweder Menschen fungieren, zu denen der Autor in einer persönlichen Beziehung steht, oder öffentliche, bekannte Personen, zu denen der Autor via Zueignung eine persönliche Beziehung suggeriert.²³⁷ Der zweite Fall tritt im untersuchten Textkorpus nicht auf, der erste jedoch durchaus. Vier der relevanten Bücher nehmen das paratextuelle Element einer Werkszueignung auf, davon je zwei deutsche und zwei französische, dies ist also ein Phänomen, das nicht spezifisch einem der beiden untersuchten Buchmärkte zuzuordnen ist. Dabei muss allerdings festgestellt werden, dass

²³² vgl. Genette (2014), S. 115

²³³ Machiavelli, zitiert nach Rippel (2007), S. 5 und 7

²³⁴ Genette (2014), S. 121

²³⁵ ebd., S. 122

²³⁶ ebd., S. 123

²³⁷ vgl. ebd., S.128 f.

bereits aus der Politik ausgeschiedene Autoren, die in ihren Publikationen auf ein Lebenswerk zurückblicken, vorwiegend vertreten sind: Chirac widmet sein Werk seinem Enkel Martin, Stoiber seiner Frau Karin, hier sogar mit einer Begründung versehen („für Geduld und Liebe“²³⁸), Kohl seiner Frau Hannelore. Dass ausschließlich enge Familienmitglieder unter den Zueignungsempfängern zu finden sind, ist keine Eigenart des Genres – dies ist auch in anderen Bereichen gängige Praxis. Jean-Pierre Raffarin ist mit seiner Widmung an seine Tochter Fleur der einzige noch aktive Politiker, der eine solche Zuschreibung trifft – es ist davon auszugehen, dass aktive Politiker die exkludierende Wirkung einer Zueignung fürchten, den Leser/Wähler nicht ausschließen wollen und darum auf private Zuschreibungen verzichten. Damit beziehen sie einen externen Faktor in ihre Überlegungen ein, den Genette wie folgt formuliert:

*Das Ziel einer Werkszueignung ist, wer auch immer der offizielle Adressat sein mag, nie eindeutig und peilt immer mindestens zwei Adressaten an: den Zueignungsadressaten, aber auch den Leser, da es sich um einen öffentlichen Akt handelt, bei dem der Leser sozusagen stets als Zeuge geladen ist.*²³⁹

Immer muss also auch die Wirkung auf die Rezipienten bedacht werden, wenn eine Werkzueignung vorgenommen wird, denn diese wird ebenso rezipiert wie der übrige Text. Darüber hinaus blicken diese Autoren noch nicht auf ein – zumindest in der Retrospektive – gelungenes Lebenswerk zurück, sondern sind im Moment der Veröffentlichung noch aktiv, d. h. Kritik und evtl. Rückschlägen ausgesetzt. Einem Zueignungsempfänger schreiben Autoren lieber ihre positive Lebensbilanz als eine Rechtfertigung oder eine notwendige Neupositionierung zu. Im Falle von Politikermemoiren soll mit der Wahl eines engen Familienmitglieds als Zueignungsempfänger wohl ein Rahmen definiert werden, in dem sich die Publikation bewegt: Der Politiker blickt auf ein Leben zurück und widmet diesen Rückblick einem Menschen, der ihm dabei zu Seite gestanden hat. Das Werk bekommt dadurch neben der emotionalen Aufladung auch eine besondere Authentizität und Glaubwürdigkeit: Es wird suggeriert, dass ein Autor, der sein Werk einer ihm nahestehenden Person zueignet und sie so damit in Verbindung bringt, aufrichtig und ehrlich schreiben wird – der Zueignungsempfänger steht als Garant für die Wahrhaftigkeit des Autors.

²³⁸ Stoiber (2012), S. 5

²³⁹ Genette (2014), S. 131

Verzichtet ein Autor auf eine Werkszueignung, so kann er seinem Text ein **Motto** voranstellen. Diese Praxis scheint vor dem 17. Jahrhundert ungebräuchlich, während des 18. Jahrhunderts jedoch üblicher zu werden und dann „nach und nach an die Stelle der klassischen Widmungsepistel“²⁴⁰ zu treten. Es ist **allograph**, also nicht vom Autor des Buchs verfasst, dem es voransteht²⁴¹, und es nimmt eine erklärende Funktion den Titel betreffend ein. Dieses Element verwendet ausschließlich Jacques Chirac im untersuchten Korpus, er zitiert einen Text von Goethe, dessen Bezug zum Worttitel augenfällig ist. Diese Besonderheit wird im Analysekapitel zu Bilanzbüchern näher untersucht.

Das zweite Element des auktorialen Peritextes, das dem eigentlichen Text vorangestellt wird, ist das **Vorwort**. Im Fall des Politikerbuchs ist der Politiker-Autor auch Autor des Vorworts; oben wurde auf die Ghost-Problematik eingegangen, die auch hier außer Acht gelassen wird. Es handelt sich demnach um **auktoriale** oder autographe Vorworte nach Genette. Dieser definiert darüber hinaus Vorworte, die einer realen Person zuzuschreiben sind, als **authentisch**²⁴² – auch dieses Merkmal ist im Politikerbuch eindeutig belegt. Schließlich stellt Genette die Frage, ob ein Autor im Vorwort „die Verantwortung für den Text“²⁴³ übernimmt, ob er also – zumindest implizit – von dem Text als seinem eigenen spricht. Auch dies ist für Politikerbücher der Fall. Ihr Vorwort verwenden die Autoren für gewöhnlich, um ihren Schreibanlass offenzulegen und das Werk in ihren politischen Lebenslauf als Mandatsträger einzuordnen. Somit kann mit Genette von einem **bejahenden authentischen auktorialen Vorwort** für das Politikerbuch ausgegangen werden. Dies gilt für Politikerbücher, die nicht als Gesprächsband angelegt sind. In diesem zweiten Fall verfasst für gewöhnlich der fragende Journalist das Vorwort, da er so den Politiker als herausragende Persönlichkeit oder das Gespräch als schonungslos offen darstellen kann, ohne in Rechtfertigungszwang zu kommen. Auch in diesem Fall liegt aber ein bejahendes authentisches auktoriales Vorwort vor, lediglich der Urheber ist in diesem Fall nicht der Politiker, sondern der Interviewer. In beiden Fällen handelt es sich um eine Beigabe mit dem Ziel, die „gute Lektüre des Textes zu gewährleisten“²⁴⁴. Gut kann hier ganz im Sinne der *Perspicuitas* als klar und eindeutig übersetzt werden. Genette nennt dieses auktoriale, authentische und bejahende Vorwort auch kurz **Originalvorwort**²⁴⁵.

²⁴⁰ Genette (2014), S. 143

²⁴¹ vgl. ebd., S. 147

²⁴² vgl. ebd., S. 173

²⁴³ ebd., S. 178

²⁴⁴ ebd., S. 191

²⁴⁵ vgl. ebd., S. 190

Vier von fünf Gesprächsbüchern im Textkorpus sind mit einem Vorwort versehen, das der jeweilige Co-Autor bzw. Interviewer unterzeichnet. Es geht meist um die Darlegung der Vorgehensweise und eine Beteuerung, dem Politiker nicht kritiklos Raum zur Äußerung überlassen, sondern auch kritisch nachhaken zu wollen – darin besteht eine Instrumentalisierung des Vorworts und seines Verfassers zur Inszenierung großer **Glaubwürdigkeit** aufseiten des publizierenden Politikers. Françoise Colombani, Interviewerin der PS-Präsidentschaftskandidatin 2007, erklärt in ihrem Vorwort zu *Maintenant*, die Ségolène Royal zwischen der privaten und der öffentlichen Person darstellen zu wollen²⁴⁶, und erläutert den Entstehungskontext des Buches vor dem Hintergrund einer Veranstaltungsreihe der *Fnac*. Colombani verliert noch einen Satz über die Ausführlichkeit, die ein solches Werk haben kann und darf, und aus dem Erkenntnisinteresse welcher Zielgruppe heraus sie ihre Fragen formuliert habe: „[...] nous avons essayé de parcourir le plus de domaines possibles sans esquiver, sur le plan privé, les questions que chaque électeur aurait eu envie de poser.“²⁴⁷ Colombani suggeriert so eine **Solidarisierung** weniger mit Royal, sondern vielmehr **mit dem Leser**, der auf eine aufschlussreiche Lektüre hoffen darf. Dass solche Vorworte immer auch als Verkaufsargument instrumentalisiert werden und nicht immer die Realität abbilden, versteht sich von selbst.

Jean-Pierre Raffarins Sparringspartner Eric Mandonnet schlägt einen anderen Weg ein, um sein Vorwort zu führen; nach einer kurzen Zusammenfassung der zum Veröffentlichungszeitpunkt aktuellen Kritik an Jean-Pierre Raffarin schildert er kurz dessen Vita und bisherige politische Herausforderungen. Schließlich weist er auf die Einzigartigkeit des vorliegenden Bandes hin: „Aucun Premier ministre en exercice, avant lui, ne s’était livré au jeu des questions et des réponses dans le but d’en faire un ouvrage [...]“²⁴⁸ Er verspricht Einblicke in die Zentrale der Macht, *Matignon*. Damit ruft Mandonnet den **Überbietungstopos** auf – im vorliegenden Buch, so suggeriert er dem Leser, wird vorher nie Dagewesenes geboten.²⁴⁹ Ganz ähnlich wie Mandonnet weist auch Giovanni di Lorenzo auf die **bedingungslose Einwilligung** des Politikers zum Interview hin und stellt so die große **Authentizität** des Werks in den Vordergrund. Die Beteuerung von „Aufrichtigkeit“ und „Wahrhaftigkeit“ ist nach Genette elementarer Bestandteil eines Originalvorworts.²⁵⁰

Hugo Müller-Voggs Vorwort hingegen ist eine **Eloge** auf den außergewöhnlichen Lebenslauf von Angela Merkel; das gemeinsame Buch 2004 soll Teil ihrer Positionierung sein: „Sie legt

²⁴⁶ vgl. Royal (2007), S. 7

²⁴⁷ ebd., S. 9

²⁴⁸ Raffarin (2003), S. 13

²⁴⁹ vgl. Plett (2001), S. 16

²⁵⁰ beide Genette (2014), S. 200

ihre Werte und Motive offen [...]. So umfassend wie hier hat die Frau, die aus dem Osten kam, sich noch nie öffentlich geäußert, weder zu Privaten wie [*sic!*] zu Politischem.²⁵¹ Auch hier wird ein Anklang an den Überbietungstopos verwendet; in der **Betonung der Originalität** bzw. Neuheit des im Buch Verhandelten besteht nach Genette eine typische Funktion des Originalvorworts.²⁵² Müller-Vogg weist auf die Vor- und Nachteile des Interview-Buchs hin und stellt zusammenfassend fest: „Es [das Buch] gibt umfassend Auskunft über Angela Merkel, über ihren eigenen Weg wie über den Weg, den Deutschland ihrer Meinung nach einschlagen sollte – über Angela Merkels deutschen Weg.“²⁵³ Diese starke Fixierung auf den Interviewpartner ist in den bisher beschriebenen Fällen nicht festzustellen; sie lässt eine andere Art der Interviewführung erwarten, die einerseits mit Merkels Status als Frau, andererseits aber auch mit ihrem bisherigen politischen Lebenslauf zu tun hat. Weder war sie Kanzlerkandidatin, wie es mit Royal vergleichbar wäre, noch musste sie sich nach einem Fehlschlag auf dem politischen Parkett oder im Privaten rechtfertigen. Das Buch dient ihrer Vorstellung, und bisher ist sie journalistisch mehr oder weniger unangreifbar, da sie im Vorfeld des Buchs nicht als Kanzlerkandidatin auftritt oder als Kanzlerin in der Regierungsverantwortung steht, in der sie zwangsläufig kontrovers diskutierte Entscheidungen getroffen hätte. Diesem Umstand trägt das stilistisch abweichende Vorwort Rechnung.

Lediglich in Rachida Dati's Gesprächsband mit Claude Askolovitch fehlt ein Vorwort. Dies mag in der scheinbar emotional aufgeladenen Beziehung zwischen Politikerin und Interviewer begründet liegen; das Buch beginnt in medias res mit der Begrüßung „Bonjour, madame la ministre de la Justice. Vous venez de loin“, woraufhin die lakonische Antwort „On me l'a déjà dit“²⁵⁴ bereits auf ein spannungsreiches Interview vorausweist. Das Fehlen des Vorworts mag in Dati's Wunsch begründet liegen, dem anscheinend ungeliebten Gesprächspartner nicht mehr Raum als nötig zu überlassen. Darüber hinaus wird in den meisten Vorworten eine Rechtfertigung für die Publikation entwickelt; Dati sieht ihr Werk hingegen, leitet man dies vom Worttitel ab, als eine Verteidigungsstrategie vor selbst gewählten Richtern, also als bloße Reaktion auf ein zugefügtes Unrecht. Eine darüber hinausgehende Legitimation für das Erscheinen von *Je vous fais juges* scheint aus der Warte der Autorin nicht notwendig zu sein.

²⁵¹ Merkel (2004), S. 10

²⁵² vgl. Genette (2014), S. 194

²⁵³ Merkel (2004), S. 11

²⁵⁴ beide Dati (2007), S. 7

Erstes Ziel eines solchen Vorworts ist die *captatio benevolentiae*²⁵⁵, der Leser soll dem Autor/den Autoren gewogen sein. In den oben bereits untersuchten Fällen funktioniert dies über Solidarisierung des Vorwortautors mit der Leserschaft und Suggestion von Authentizität. Darüber hinaus hat das Originalvorwort aber noch weitere Funktionen. Eine von ihnen ist die *Auxesis/Amplificatio des Themas*, also die Aufwertung des thematischen Buchinhalts, der die Publikation rechtfertigt.²⁵⁶ Eine Dramatisierung bzw. eine warnende Darstellung ist vor allem bei den Autoren von Wegweiserbüchern zu erkennen. Das ist nicht überraschend: Wären keine Probleme vorhanden, dann müssten diese Autoren nicht publizieren, ihre Legitimation als Autoren besteht in der Mahnung. Darum verweisen sowohl Stoiber als auch Schmidt in ihren Vorworten eindringlich auf die Probleme, denen Europa und die moderne westliche Demokratie 2008 bzw. 2012 gegenüberstanden und für die sie Lösungen anbieten. Sie inszenieren sich als Wegweiser in einer heiklen, eben dramatischen Situation.

Mit der Amplificatio des Themas geht eine *excusatio propter infirmatem* einher – der Autor betont die Wichtigkeit des Themas und gleichzeitig die eigene Unzulänglichkeit angesichts dieser Bedeutung. Dies ist ein Tribut an den Bescheidenheitstopos und entspricht natürlich nicht der Überzeugung des Autors, sondern dient seiner Inszenierung.²⁵⁷ Sowohl Schmidt als auch Stoiber stellen sich in ihren Vorworten als einfache Bürger mit großer Lebenserfahrung dar, die „weit [...] davon entfernt“ sind, „Patentrezepte für die großen Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft zu präsentieren [...]“²⁵⁸, aber dennoch die Hoffnung haben, dass die Leser aus ihren Gedanken „einen Nutzen ziehen“.²⁵⁹ Hier wird ganz klassisch Bescheidenheit suggeriert, während der Anspruch der Autoren doch der des Expertentums für ihr Sachgebiet und darüber hinaus ist.

Als weitere Funktion eines Vorworts stellt Genette einen möglichen **dokumentarischen Nutzen**²⁶⁰ vor – auf diesen verweist Kohl als Bilanzbuchautor in seinem Vorwort, indem er Quellen nennt, die er in seiner Eigenschaft als Autor eingesehen hat, und seine Memoiren als Teil der deutschen Geschichte verortet. Bei ihm findet sich auch sehr deutlich, was Genette als „verwinkelte Form der **Valorisierung**“²⁶¹ bezeichnet: Der Verweis auf andere bzw. ein Dank an Unterstützer an dem Buch, um sich selbst als Person, die von anderen sehr geschätzt und unterstützt wird, zu inszenieren. Im Falle Kohls geschieht das über den Verweis auf

²⁵⁵ vgl. Genette (2014), S. 192

²⁵⁶ vgl. ebd., S. 193

²⁵⁷ vgl. ebd., S. 201

²⁵⁸ Stoiber (2012), S. 10

²⁵⁹ Schmidt (2008), S. 7

²⁶⁰ vgl. Genette (2014), S. 193

²⁶¹ ebd., S. 205

Mitarbeiter und die Familie, beide Aspekte werden im entsprechenden Analysekapitel unter IV vertieft. Dieses Element der Valorisierung ist jedoch in allen Publikationen zu finden und kann darum als ein fester Bestandteil von Originalvorworten in Politikerbüchern festgemacht werden. Grund dafür mag die emotionale Distanz sein, die viele Wähler dem politischen Personal entgegenbringen; der Politiker als Autor muss dem entgegenwirken, indem er z. B. diese Valorisierung vornimmt.

Schließlich gilt es die Art und Weise zu untersuchen, über die Politautoren sich in ihren Vorworten **geografisch** verorten. So ist festzustellen, dass Vorworten meist ein die Authentizität des Werks hervorhebendes Element beigestellt ist, eine Orts- oder Datumsangabe, eine die Unterschrift ersetzende Nennung des Autorennamens zum Beispiel. Helmut Kohl fügt seinem Vorwort den Zusatz „Ludwigshafen, im Januar 2004“²⁶² hinzu. Damit betont er nochmals das auch in der Publikation und in seinem realweltlichen Auftreten propagierte Bild des heimatverwurzelten Pfälzers; darüber hinaus setzt er den Akzent auf die Stadt Ludwigshafen und nicht auf deren Stadtteil Oggersheim, mit dem er zu Unrecht in der Öffentlichkeit immer mehr verbunden wurde als mit der größeren Organisationseinheit, was er auch im weiteren Verlauf des Buchs zu klären versucht.

Gerhard Schröder ist ein Gegenbeispiel dazu; bei ihm entfällt die Nennung eines Ortes, er gibt dem Vorwort nur ein Datum und seinen Namen bei. Dies verleiht dem Vorwort eine persönliche Note, weil es mit einem Briefcharakter assoziiert wird, löst Schröder jedoch aus dem Zwang, seine Memoiren in einer Stadt verorten zu müssen. Während Kohl zwar durch seine Kanzlerschaft auch mit Bonn verknüpft ist, ist ein elementarer Bestandteil seines Selbstbildes und seines Images in der Gesellschaft doch die Ludwigshafener Herkunft. Schröder hat mit Hannover und Berlin ebenfalls zwei Wirkungsstätten, in denen er Macht auf hoher und höchster Ebene ausgeübt hat. Der Entfall einer Ortszuweisung mag seinem weltmännischen Selbstbild entsprechen – wichtig ist, zu welchem Zeitpunkt die Person Gerhard Schröder etwas äußert, wo sie das tut, tut nichts zur Sache.

Auch Helmut Schmidt versieht seine relativ lange Vorrede mit Namens-, Datums- und Ortsangabe. Er ist, wie Kohl mit Ludwigshafen, mit Hamburg konnotiert, da er dort schon seit seinen Tagen als aktiver Politiker wohnt, mit seiner Rolle während der verheerenden Hamburger Sturmflut 1962 einen seiner größten innenpolitischen Erfolge zu verbuchen hatte und auch als Publizist durch seine Tätigkeit für die in Hamburg ansässige *Zeit* mit dieser Stadt verbunden wird.

²⁶² Kohl (2004), S. 12

Frank-Walter Steinmeier unterschreibt sein Vorwort mit „Berlin, im Februar 2009“. Er ist der einzige Autor eines Wahlkampfbooks, der ein Vorwort verfasst; das Datum muss dem Wahljahr entsprechen, in dem er als Kandidat für die Bundestagswahl bereitsteht, die Ortsangabe Berlin zitiert seine Nähe zu und seinen Wunsch nach politischer Macht.

Edmund Stoiber hingegen verzichtet auf jegliche verortende Beigabe zu seinem Vorwort. Es ist festzustellen, dass sein Buch in Gänze sehr persönlich verfasst ist, teilweise gar mit direkter Ansprache des Lesers – eine solche Anlage des Haupttextes lässt eine personalisierende Formel nach dem Vorwort überflüssig erscheinen.

Insgesamt muss also festgehalten werden, dass die Verwendung der ein Vorwort flankierenden Elemente im Monografiebereich und der Art und Weise der Formulierung von Vorworten im Gesprächsbuchbereich besonders aufschlussreich sind. Die Publikationsabsicht kann durch eine Analyse dieser Komponenten deutlicher werden, darüber hinaus muss ein Vorwort sowohl dem Selbstbild des Politikers als auch seinem Image in der öffentlichen Meinung entgegenkommen.

Adressat des Vorworts ist ohne Zweifel der Leser, und zwar jener wirkliche Leser, der das Buch öffnet und zumindest teilweise rezipiert, und nicht nur der Käufer oder Buchhandlungsbesucher ist, der Cover und Klappentext wahrnimmt, nicht aber weiterliest.²⁶³ Genette benennt es als Funktion des Vorworts, dass der Autor in ihm ein Publikum festlegen kann, an das er sich primär wendet.²⁶⁴ Im Politikerbuch entfällt dieses Element, denn Politiker dürfen nicht exkludieren. Es muss zumindest ihr vordergründiger Anspruch sein, alle Bürger und potenziellen Leser anzusprechen, wenigstens im Vorwort. Wie im folgenden Hauptteil doch über die Verwendung diverser Identifikationsfolien, Themen oder Darstellungsformen bestimmte Teilpublika adressiert werden, ist im textanalytischen Teil der Arbeit zu untersuchen.

Die vorliegende Produktanalyse begann, der Chronologie eines Buches entsprechend, mit der Untersuchung von Cover und Worttitel – enden soll sie nun mit der Betrachtung der verschiedenen Varianten von **U-4-Gestaltung** im vorliegenden Textkorpus.

Besonders hervorzuheben ist hier die sich weiterhin durchziehende Bildaffinität auf deutscher Seite; während alle Buchrückseiten des untersuchten Textkorpus sehr textlastig sind, so finden sich doch auf deutscher Seite mit Merkel, Schröder und zu Guttenberg drei Autoren,

²⁶³ vgl. Genette (2014), S. 188

²⁶⁴ vgl. ebd., S. 208

deren U4 ein Bild ihrer Person schmückt – im Falle der Interviewbücher Merkels und zu Guttenbergs wird auch der Interviewer abgebildet. Bilder sind weniger eindeutig als Worte, die Betrachter verbinden subjektive Assoziationen mit ihnen, aus denen ganz unterschiedliche Deutungen resultieren können.²⁶⁵ Diese Vielschichtigkeit birgt sowohl Risiken als auch Chancen; die größere Bilddichte auf deutscher Seite spricht dafür, dass für deutsche Politautoren die positiven Aspekte überwiegen. Darüber hinaus liegt ein ganz pragmatischer Grund für die Bebilderung deutscher Publikationen nah: Dadurch, dass deutsche Politiker weniger oft publizieren, sind ihre Veröffentlichungen im Schnitt umfangreicher als die der produktiveren französischen Kollegen; in Anbetracht dieser großen Textmassen scheint es sinnvoll, Bildmaterial einzufügen, um die trockene Materie und den große Umfang aufzulockern. Dies gilt für die Bildblöcke im Inneren der Bücher ebenso wie für die Bebilderung von Klappen.

Für die **Formulierung der U4-Texte** gibt es kein an der Nationalität des Autors festzumachendes Schema; auch scheint es für das Genre des Politikerbuchs keine spezifische Formel für gelungene Klappentexte zu geben, die von denen anderer Publikationen abweichen würde. Teilweise beschränken sich die Texte im vorliegenden Korpus auf ein längeres Zitat aus dem Inneren, so z. B. bei Kohl, Sarkozy, Hollande, Raffarin und Dati. Die zweite Variante ist ein reiner Werbetext, in der dritten Person formuliert, der die Leistungen des Politikers herausstreicht und so für den von ihm verfassten Text wirbt – mehr oder weniger die Idealform eines Klappentextes für eine (Auto-) Biografie. Auch eine Mischform aus Textzitat und kurzem Teasertext ist möglich (so bei Steinmeier und zu Guttenberg) und soll die Vorzüge beider Varianten vereinen.

Was die Klappen des Schutzumschlags angeht, so ist eine sehr deutliche (und nicht von der Belletristik abweichende) Aufteilung dieser zusätzlichen Orte für paratextuelle Elemente zu erkennen: Vordere Klappen werden mit Inhaltsangaben bedruckt, hintere Klappen mit der Vita des Autors und ggf. Co-Autors bzw. Interviewers. Auf französischer Seite fehlen aufgrund der Softcover-Ausgaben Beispiele.

Im Peritextelement des U4-Textes sind für Politikerbücher keine Spezifika auszumachen, die für das untersuchte Genre konstituierend wären, weswegen die Betrachtung bei diesem knappen Urteil endet.

²⁶⁵ vgl. Czöppan (2012), S. 200

IV Analyse ausgewählter Politikerbücher der Jahre 2002 bis 2012

*Gewisse Bücher scheinen geschrieben zu sein, nicht damit man daraus lerne, sondern damit man wisse, dass der Verfasser etwas gewusst hat.*²⁶⁶

Dieses Kapitel umfasst den praxisorientierten Teil der vorliegenden Arbeit: Nach der Erstellung eines theoretischen Gerüsts und einer Einbettung in realweltliche Kontexte wird nun eine Textanalyse des ausgewählten Korpus durchgeführt. Die Untersuchung folgt dem „Produktlebenszyklus“ des Politikers als Mandatsträger und beginnt darum mit dem Genre der Positionierungsbücher. Jede Publikation soll exemplarisch für eine Selbstdarstellungsstrategie politischer Autoren vorgestellt werden. Einerseits werden Differenzen in Aufbau, Stil und Inhalt deutscher und französischer Politikerbücher herausgearbeitet, andererseits liegt der Fokus auf genre- und länderübergreifenden Publikationsstrategien und deren Funktion.

Aus den in der Einleitung geschilderten Kriterien für Politikerbücher ergibt sich der folgende **Setzkasten** für ihre Klassifizierung:

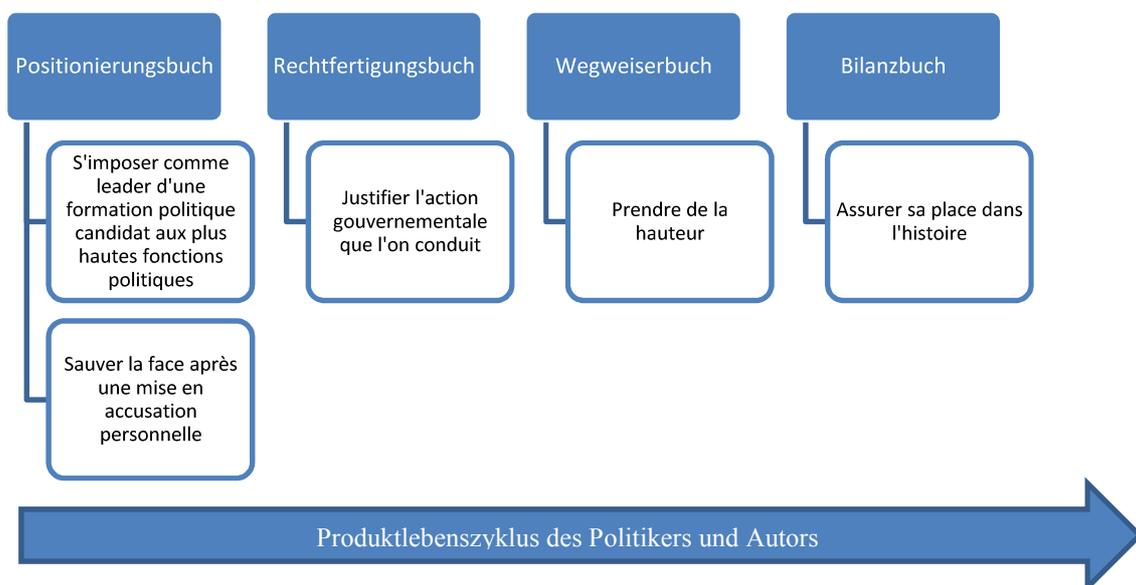


Abbildung 7: Eigene Darstellung der Genres von Politikerbüchern nach Rainer Moritz und Christian Le Bart

²⁶⁶ Goethe, Johann Wolfgang von (2012): Maximen und Reflexionen. Dritten Bandes erstes Heft. Wiesbaden: Marixverlag, S. 25.

Oben wurde der Textkorpus bereits aufgelistet. Einige Besonderheiten zur Struktur des Analysekapitels müssen hier vorangestellt werden:

Der Vergleich der beiden weiblichen Aspiranten auf das höchste Staatsamt in Deutschland und Frankreich im Untersuchungszeitraum, Angela Merkel und Ségolène Royal, wird im Kapitel der Wahlkampfbücher gesondert betrachtet. Ihre jeweilige Ausgangssituation ist nicht mit jener männlicher Autoren vergleichbar, weswegen diese Untersuchung einen genderspezifisch besonders interessanten komparatistischen Vergleich verspricht. Dies rechtfertigt die Tatsache, dass bei dieser Untersuchung die oben definierten Genregrenzen aufgeweicht werden, denn *Mein Weg* ist nicht als klassisches Wahlkampfbuch anzusehen. Beide Werke sind jedoch als Gesprächsbücher angelegt, was ihre Vergleichbarkeit erhöht, und erschienen zum Zweck einer Erstpositionierung der Autorinnen, darum ist eine Abhandlung unter dem Kapitel Wahlkampfbuch gerechtfertigt.

Eine Abweichung von der nach dem Geschlecht der Autoren getrennten Analyse der Politikerbücher ergibt sich im Bereich ‚Neupositionierungsbücher‘, also der Bücher, die als Werkzeug zum Skandalmanagement eingesetzt werden. Dieses Genre entsteht vor einem ganz individuell unterschiedlichen Hintergrund, nämlich nach einem Skandal um die Person des Mandatsträgers. Diese Situation ist jeweils so speziell wie die Ursache bzw. die Thematik des Skandals, sodass auch männliche Politiker nicht auf bereits vorhandene Lösungsmuster zurückgreifen können. Politiker müssen hier kommunikative Lösungen für eine Ausnahmesituation finden. Darum wird in der vorliegenden Arbeit in diesem Punkt nicht zwischen männlichen und weiblichen Autoren unterschieden, sondern zwischen Phasen und Möglichkeiten der Skandalverarbeitung. Als Beispiele werden Publikationen von Rachida Dati auf französischer und Karl-Theodor zu Guttenberg und Christian Wulff auf deutscher Seite untersucht. Letztgenannter wird herangezogen, obwohl sein Buch erst im Jahr 2014 und damit außerhalb des Untersuchungszeitrahmens erschien, weil sein Werk in der Chronologie des Skandalmanagements via Buch eine perfekte Ergänzung zu Dati und zu Guttenberg liefert und darum unbedingt berücksichtigt werden muss. Darüber hinaus ist gerade in diesem Fall der Akt der Buchveröffentlichung interessant, weil der Autor im Rahmen des Skandals sehr negative Erfahrungen mit anderen medialen Kanälen machte und diesen als Antwort u. a. ein Buch entgegenstellt – hier wird erneut die große Bedeutung klar, die (ehemalige) Politiker diesem Kommunikationskanal zumessen.

Weil der folgende Untersuchungsschritt verstärkt mit dem Begriff der **Strategie** arbeitet, ist zunächst eine Definition dieses Terminus unabdingbar. Um eine für Deutschland und Frankreich valide Annäherung zu finden, werden wie oben zum Begriff Politik Worterklärungen von Duden und *Larousse* herangezogen. *Larousse* definiert den Begriff in seiner allgemeinen Bedeutung wie folgt: „Art de coordonner des actions, de manœuvrer habilement pour atteindre un but.“²⁶⁷ Dem gegenübergestellt ist die Definition des Dudens: Eine Strategie ist demzufolge ein „[g]enauer Plan des eigenen Vorgehens, der dazu dient, ein [...] politisches [...] Ziel zu erreichen, und in dem man diejenigen Faktoren, die in die eigene Aktion hineinspielen könnten, von vornherein einzukalkulieren versucht.“²⁶⁸ In beiden Fällen sind die Schlüsselworte ein **planhaftes, aktives Vorgehen**, das **Maßnahmenpakete** bündelt, um ein **Ziel** zu erreichen. Diese Komponenten müssen der folgenden Analyse von Strategien in Politikerbüchern zugrunde liegen. Das planhafte, aktive Vorgehen ist in jedem der vorliegenden Fälle die Buchveröffentlichung, die Maßnahmen bestehen z. B. im Einsatz von rhetorischen Mitteln, der Lancierung oder Vermeidung von Themen etc., die der Autor zu einem bestimmten Zeitpunkt vornimmt. **Faktoren**, wie sie in der Definition oben genannt werden, sind hier einmal auf Buchmarktebene – also den Politiker in seiner Rolle als Autor betreffend – und einmal auf politischer Ebene – also den Politiker in seiner Rolle als Mandatsträger betreffend – einzukalkulieren.

IV.1 Positionierungsbücher

Positionierungsbücher entstehen, weil sich der Autor entweder **erstmalig** oder neu positionieren muss. Das Genre lässt sich in zwei unterschiedliche Kategorien aufgliedern, die sich aus den verschiedenartigen realweltlichen Bedingungen ergeben, die die Entstehung begleiten. Die Autoren des Untergenres ‚**Erstpositionierungsbuch**‘ befinden sich zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung im Wahlkampf um das höchste Staatsamt, also kurz vor dem erhofften Höhepunkt ihrer Karriere. Ihre Bücher dienen der Erstpositionierung auf diesem Niveau von politischer Macht, sie müssen sich den Lesern und Wählern als Mensch und Kandidat vorstellen. Es handelt sich bei diesem Teilgenre des Positionierungsbuchs um das klassische **Wahlkampfbuch**, mit dem der Kandidat sich einer potenziellen Wählerschaft vorstellen und sie für sich mobilisieren will.

²⁶⁷ Larousse (o. J. b)

²⁶⁸ Duden online (2013 a)

Im Gegensatz zu dieser Erstpositionierung dient das **Neupositionierungsbuch** nach einem (in den untersuchten Fällen nicht ausschließlich politischen) Skandal dazu, dem veröffentlichenden Autor Sympathien wiederzugewinnen und ihn bzw. sein Image neu aufzustellen. Autoren dieses Genres haben bereits ein Staatsamt auf einer gehobenen Ebene erreicht, sind jedoch aufgrund eines weniger politisch motivierten, als vielmehr mit ihrer Persönlichkeit im Zusammenhang stehenden Skandals aus der Bahn geworfen worden. Sie müssen sich, zum Verbleib im Amt oder zur Rettung des eigenen Rufs, neu positionieren. Darin liegt der entscheidende Unterschied zwischen beiden Teilgenres begründet; Wahlkämpfer versuchen, erstmals Vertrauen für die Führung der Staatsgeschäfte zu erringen, Autoren des **Skandalmanagement- oder Neupositionierungsbuchs** müssen verlorene Wertschätzung in der Leser- und Wählerschaft zurückgewinnen. Zweiteres ist nicht genau im Produktlebenszyklus des Politikers zu verorten; prinzipiell kann es mit Ausnahme der ersten Anfänge in jeder Phase der politischen Laufbahn notwendig werden. Da sich also keine Position in der Publikationschronologie eines Politikers ausmachen lässt, und um das Genre des Positionierungsbuchs in einem Guss abzuarbeiten, werden sie unmittelbar im Anschluss an das Wahlkampfbuch untersucht.

IV.1.1 Wahlkampfbücher – „S’imposer comme leader d’une formation politique candidat aux plus hautes fonctions politiques“

Im Wahlkampfbuch geht es wie in keinem anderen der untersuchten Genres darum, den Politiker als Marke und über diesen Umweg auch seine Partei zu positionieren – messbar wird der Erfolg oder Misserfolg dieser Mission am Wahltag. Die **Wahl** ist das **Ziel**, auf das alle in diesem Genre eingesetzten und im Folgenden zu untersuchenden Strategien hinführen, ob sie nun der Bekanntheitssteigerung oder der Sympathiegewinnung dienen. Le Bart beschreibt den publizistischen Ansatz dieses Typs von Positionierungsbuch wie folgt: Es handelt sich um „[...] livres programmatiques à l’ambition généraliste qui s’inscrivent directement en référence à une ambition gouvernementale.“²⁶⁹ Der Politiker in seiner Rolle als Autor eines Neupositionierungsbuchs ist Wahlkampfshelfer des Politikers in seiner Rolle als Amtsanwärter. Sein intendiertes Wirkziel ist das *Conciliare*, der Leser soll für die Sache des Autors gewonnen werden. Die Überzeugungsabsicht liegt außerhalb des Buchs, nämlich in der Wahlentscheidung des Rezipienten, die durch die Veröffentlichung beeinflusst werden soll. Parteien nähern sich inhaltlich mehr und mehr an, Politiker sind im Gros nicht ausreichend charismatisch, um nur durch ihre Person und ihr Programm Wähler zu gewinnen,

²⁶⁹ Bart (2012), S. 114

auch steigt die Zahl der Wechselwähler und langfristige und ausschließliche Parteibindungen werden selten.²⁷⁰ Darüber hinaus herrscht über viele Ziele Konsens zwischen den großen Parteien, extreme Gegensätze finden sich teilweise nur noch an den äußeren Rändern des politischen Spektrums.²⁷¹ Wo aber thematisch nicht genug Differenzierungspotenzial besteht, um Kandidaten voneinander abzugrenzen, dort muss es in der Wahl der (Kommunikations-) Mittel geschehen – z. B. durch die geschickte Platzierung eines Politikerbuchs im strategisch günstigen Moment. Auf dem Konsumgütermarkt gibt es eine analoge Entwicklung – hier werden Produkte nicht mehr oder nicht mehr nur wegen vielversprechender Alleinstellungsmerkmale gekauft, sondern „[...] über den [...] Aufbau hochkomplexer **Trivialmythen**.“²⁷² Sieht man den Politiker als Produkt, das dem Wähler nähergebracht werden muss, sodass er am Wahltag für ihn stimmt, so kann ein in Buchform aufgebauter „Mythos“, also z. B. die Assoziation mit einer emotional anregenden Geschichte aus dessen Privatleben, die scheinbar genauere Kenntnis seiner Person und Identifikation durch die Lektüre etc., zum Aufbau eines solchen Trivialmythos beitragen. Dieser generiert Aufmerksamkeit, denn „[e]s wäre eigenartig, wenn eine Gesellschaft, die der Attraktivität frönt, nicht auch der Neugier huldigen würde.“²⁷³ Trivialmythen finden sich in allen untersuchten Genres. Sie erleichtern den Zugang zur Person des Politikers und sind besser vermittelbar als komplexe Sachfragen. In der übergroßen Informationsflut greift der Rezipient auf tradierte, als funktionsfähig erwiesene Kommunikationsinhalte zurück – Mythen können diese Rolle übernehmen.²⁷⁴

Analysiert werden im Folgenden Nicolas Sarkozys *Ensemble* (XO Editions, Paris) aus dem Wahlkampf 2007 und François Hollandes Wahlkampfschrift *Changer de destin* (Robert Laffont, Paris), erschienen im Februar 2012. Beide Werke sind Wahlkampfbücher *par excellence*, schon der enge zeitliche Zusammenhang zwischen Veröffentlichung und Wahltag weist auf diesen Fakt hin. Auf deutscher Seite werden Frank Walter Steinmeiers *Mein Deutschland* (C. Bertelsmann, München) aus dem Bundestagswahlkampf 2009 sowie Peer Steinbrücks und Helmut Schmidts *Zug um Zug* (Hoffmann und Campe, Hamburg) aus dem Jahr 2011 (für den Bundestagswahlkampf 2013) herangezogen.

Der gewählte Textkorpus zu diesem Genre ist in drei mehr oder weniger typische und einen gänzlich untypischen Vertreter zu unterteilen. Hollande, Sarkozy und Steinmeier publizieren – mit je landesspezifischen Unterschieden – Bücher mit direktem Bezug zum Wahlkampf, die

²⁷⁰ vgl. Radunski (1996), S. 35

²⁷¹ vgl. Jagodzinski/Kühnel (1997), S. 232

²⁷² Klocks/Kohn/Przybylla (2006), S. 136

²⁷³ Franck (1998), S. 9

²⁷⁴ vgl. Altwegg (2009)

den Kandidaten und sein Programm in den Vordergrund stellen und ihn der Wählerschaft näherbringen sollen. Sie schreiben im Sinne dieses Ziels ohne (prominent vermerkte) Co-Autoren, ohne vermittelnde Instanz suggerieren sie „[...] un échange direct avec le lecteur-citoyen, un échange de personne à personne, un échange solennel et grave.“²⁷⁵ Diese Strategie der Vermeidung eines wahrnehmbaren Gatekeepers wurde bereits im Theorieteil als Mittel zur Suggestion von Nähe und einer pseudo-persönlichen Kommunikationssituation herausgearbeitet. Der Klappentext Hollandes und Sarkozys besteht in diesem Sinne aus einem Zitat des Autors und nicht aus einer Inhaltszusammenfassung durch Dritte, Pressestimmen oder Ähnlichem. Dies verstärkt die postulierte Proximität zwischen Politiker-Autor und Wähler-Leser.

Alle drei Publikationen sind preislich im nationalen Vergleich unterdurchschnittlich angesiedelt (Hollande: 9,00 €, Sarkozy: 14,90 €, Steinmeier: 19,95 €) – diese Bücher sollen also spontan gekauft und gelesen werden, bevor es zur Wahlentscheidung kommt. Darüber hinaus sind die Worttitel unterdurchschnittlich lang; die Autoren spekulieren auf schnelle Verständlichkeit, häufige Wiederholung des Worttitels in den Medien und gute Einprägsamkeit in der turbulenten Wahlkampfphase. Alle drei Aspekte, **Proximität**, **Preisleistung** und **Eingängigkeit**, sind strategische Elemente zur Platzierung der Veröffentlichung im Buchmarkt.

Was den Zeitpunkt der Publikationen angeht, so sind sich diese drei Autoren der Tendenz der Wähler bewusst, kurzfristiger eine Wahlentscheidung zu treffen. Ganz unumstritten ist die These der „Schlussphasendramatisierung“²⁷⁶ zwar nicht; so haben mehrere Studien die „ampleur limitée des effets des informations qui parviennent aux électeurs en toute fin de campagne“²⁷⁷ belegt. Der *Spiegel* hingegen berichtet über die Gültigkeit dieses Grundsatzes auch für die Bundestagswahl 2013; etwa 30 % der Wahlentscheidungen²⁷⁸ werden kurzfristig getroffen, weswegen die Parteien in die letzte heiße Phase des Wahlkampfs große Finanz- und Personalanstrengungen investieren. Die Platzierung eines Wahlkampfbooks in dieser Phase scheint also durchaus ihre Berechtigung zu haben. Dem Rechnung tragend, veröffentlichte Nicolas Sarkozy *Ensemble* Anfang April 2007; der erste Präsidentschaftswahlgang fand in diesem Jahr am 22. April statt. Hollande ließ seinen potenziellen Lesern ein wenig mehr Zeit zur Lektüre und veröffentlichte *Changer de destin* im Februar 2012; der erste Präsidentschaftswahlgang fand ebenfalls am 22. April des Jahres statt. Auch Frank-Walter

²⁷⁵ Bart (2009), Abschnitt 28

²⁷⁶ Radunski (1996), S. 45

²⁷⁷ Cautrès/Muxel (2009), S. 33

²⁷⁸ vgl. Amann/Müller/Repinski (2013), S. 28

Steinmeier publizierte im Kalenderjahr der Wahl (im März 2009, Wahltag: 27. September 2009), wenn auch nicht in der heißen Wahlkampfphase, so doch jedenfalls in einem vom Wahlkampf bereits geprägten Klima. Dieses besondere politische **Klima, das Wahlen vorausgeht**, muss als aktivierender, strategisch wichtiger Faktor für die Publikation genutzt werden.

Peer Steinbrück verfolgt eine gänzlich andere Taktik als die drei bisher genannten Autoren, sowohl was die Umstände der Publikation von *Zug um Zug* als auch was den zeitlichen Zusammenhang zur Bundestagswahl angeht. Das Buch stammt aus dem Jahr 2011, das Erscheinungsdatum liegt fast zwei Jahre vor der nächsten Bundestagswahl, Steinbrück ist noch nicht einmal als Kanzlerkandidat seiner Partei nominiert. Schmidt und Steinbrück ziehen im Rahmen ihrer Publikationsstrategie die Möglichkeit einer verkürzten Legislaturperiode der schwarz-gelben Regierung und einer vorgezogenen Neuwahl in Betracht, auf die man durch eine frühe Buchveröffentlichung kommunikationspolitisch vorbereitet wäre. Nicht nur der frühe Zeitpunkt der Veröffentlichung, auch die Mitautorschaft von Helmut Schmidt unterscheidet *Zug um Zug* von den Büchern Hollandes, Sarkozys und Steinmeiers. Allerdings lässt die Tatsache, dass die Graue Eminenz der Partei Steinbrück literarische Schützenhilfe leistet, das Werk im medialen Echo zum „Kanzler-Macher-Buch“²⁷⁹ werden und sichert ihm so die Aufmerksamkeit der öffentlichen Debatte. Dies ist notwendig, um auf die fehlende unmittelbar bevorstehende Wahl als Publikationsanlass zu reagieren. Steinbrück verschafft seiner Publikation Relevanz durch den Einbezug Schmidts, der sowohl politisch als auch im Buchmarkt großes Gewicht hat. Die Miturheberschaft des Bestseller-Autors lässt auch den Preis der Veröffentlichung ansteigen: *Zug um Zug* liegt mit 24,99 € über dem Durchschnittspreis deutscher Politikerbücher. Die Mitarbeit des „König[s] des Genres“²⁸⁰ sorgt für eine große Durchschlagskraft, sodass das Werk trotz des hohen Stückpreises und des sperrigen Titels 22 Wochen auf der Buchreport-Bestsellerliste zu finden ist.²⁸¹ *Zug um Zug* ist also ein weniger typischer, dadurch aber ein umso interessanterer und erfolgreicher Vertreter des Genres Wahlkampfbuch, der als Kontrapunkt zu den klassischeren Publikationen analysiert wird.

²⁷⁹ Veldhoen (2011)

²⁸⁰ Schuller (2009)

²⁸¹ vgl. Buchreport Bestsellerarchiv (2013)

IV.1.1.1 Das Wahlkampfbuch *à la française*: Nicolas Sarkozys *Ensemble* (2007) und François Hollandes *Changer de destin* (2012)

Nicolas Sarkozy tritt 2007 in Nachfolge von Amtsinhaber Jacques Chirac für die UMP als Präsidentschaftskandidat an. Zum ersten Mal in der französischen Geschichte ist der Gegner eine Frau, Ségolène Royal (PS) – dieser Umstand muss in der Wahlkampf- und damit auch in der Publikationsstrategie berücksichtigt werden. Nach dem **Debakel im ersten Wahlgang des Jahres 2002**, „mêlant abstention, défiance politique et vote protestataire“²⁸², das zu einer Stichwahl zwischen Amtsinhaber Jacques Chirac und dem rechtsextremen Kandidaten Jean-Marie Le Pen geführt hatte, ist das öffentliche Interesse am Duell Royal-Sarkozy fünf Jahre später ungleich höher. Betrachtet man die Tatsache, dass auf die erfreulich hohe Wahlbeteiligung bei den *Présidentielles* 2007 zwei Wochen später bei den Legislativwahlen ein neuer Enthaltungsrekord folgte²⁸³, so scheint sich jedoch keine stabile positive Entwicklung abzuzeichnen, sondern speziell die Konstellation bei der Präsidentschaftswahl von Interesse für die Wähler gewesen zu sein.

Neben der großen Gruppe der Nichtwähler gibt es ein **hohes Potenzial an Protest- und damit Wechselwählern**, die tendenziell bereit sind, für die extreme Rechte zu votieren, auch dies hat die Wahl 2002 gezeigt und diesem Faktor muss der wahlkämpfende Politiker auch in seiner Rolle als Autor Rechnung tragen:

*Toute victoire suppose le déplacement d'une marge plus ou moins importante du corps électoral sur le parti ou le candidat gagnants. Ce déplacement résulte d'une série de microdéplacements, suscités par les évènements de campagne [...].*²⁸⁴

Die Funktion eines solchen „évènement de campagne“ muss das Wahlkampfbuch einnehmen. Nicht nur der politische Wettbewerb, auch der französische Buchmarkt wird durch das durchaus ambivalente Interesse an Sarkozys Person belebt und um eine Fülle von Publikationen bereichert, wenn er Kandidat bei einer Präsidentschaftswahl ist; so zählt das Branchenmagazin *Livres Hebdo* im Wahlkampf 2012 allein zwischen Januar und Mai 72 Novitäten rund um den Kandidaten.²⁸⁵ *Ensemble* wird fünf Jahre zuvor ebenfalls in einem von diversen Wahlkampf-Novitäten geprägten Umfeld und mit Aussicht auf großes Leserinteresse veröffentlicht. Es ist nicht Sarkozys erste Publikation in diesem Wahlkampf

²⁸² Cautrès/Muxel (2009), S. 27

²⁸³ vgl. ebd.

²⁸⁴ ebd., S. 40

²⁸⁵ vgl. Livres Hebdo Redaktion (2012 b)

2007, auch er selbst erhält das Interesse an seinen Veröffentlichungen im Buchmarkt wach, indem er es mit eigenen Texten anfacht.

Sarkozy beginnt seinen Text wie eine Ansprache oder einen offenen **Brief**, mit der Anrede „Mes chers compatriotes“²⁸⁶ – in diesem Anfang kann eine Remineszenz an François Mitterrands vieldiskutierte *Lettre à tous les Français* aus dem Wahlkampf 1988 erkannt werden. Die Bedeutung dieser Anspielung ist groß, denn Mitterrands Werk ist ein durchaus geglücktes Beispiel für die Positionierung eines Präsidentschaftskandidaten via Buch: „Ainsi, lorsque paraît la *Lettre à tous les Français*, le Président-candidat n'accouche pas d'un texte, il installe une image.“²⁸⁷ Auch Sarkozy nutzt diese Allusion, um emotionale Nähe zum Leser/Wähler herzustellen und eine Kommunikationssituation auf Augenhöhe zu schaffen. „Le Président-candidat ‚écrit‘ à ses ‚chers compatriotes‘. Voilà l'important. Tous les autres font campagne.“²⁸⁸ Der Autor suggeriert so einen Schulterschluss mit dem Elektorat gegen eine nicht näher definierte politische Klasse – oben wurde das als strategische *prise de distance* dem Establishment gegenüber identifiziert. Darüber hinaus schafft er eine gemeinsame Klammer über die Eröffnung einer durch Patriotismus geprägten Ebene, die Kommunikationssituation wird durch den Ausdruck „compatriotes“ dominiert. Im Theorieteil dieser Arbeit wurde bereits auf ein solches Vorgehen der Vereinnahmung und, im Falle Frankreichs, auf die Notwendigkeit des Aufrufs nationaler Identitätsfolien hingewiesen.

Sarkozys Stil bleibt auch im Folgenden daraufhin ausgerichtet, eine **emotionale Bezugsebene** aufzuspannen, dies wird unter anderem in seiner Wortwahl deutlich. Betrachtet man nur die Substantive der ersten Textseite, so findet man mit „vérité“, „principes“, „valeurs“, „perspective“, „clarté“, „sincérité“ und „courage“²⁸⁹ affektiv aufgeladene, positiv besetzte Begrifflichkeiten, die einem Wahlversprechen gleichkommen. Es handelt sich dabei nicht um inhaltliche politische Zusicherungen, sondern der Autor nimmt eine **moralische Positionierung** seiner Selbst in der Rolle des potenziellen Mandatsträgers vor. Ganz abgesehen von jeglicher Parteipolitik soll er als positive, verlässliche Persönlichkeit dargestellt und mit den o. g. Begriffen konnotiert werden. Auf rhetorischer Ebene ist dies als Aneinanderreihung von **Schlag- und Schlüsselwörtern** zu werten: Diese „können Kognitionen und Emotionen beeinflussen und die Positionen zu (oft ungenau bleibenden Sachverhalten) vorprägen. Schlüsselwörter sind sie, wenn sie für einen ganzen Diskurs

²⁸⁶ Sarkozy (2007), S. 7

²⁸⁷ Faux/Legrand/Perez (1991), S. 33

²⁸⁸ ebd., S. 34

²⁸⁹ alle Sarkozy (2007), S. 7

stehen, zu dem ihre bloße Nennung quasi den Zugang eröffnet.²⁹⁰ Über alle von Sarkozy evozierten Begriffe herrscht Konsens, sie sagen nichts über die Art und Weise aus, in der der Kandidat sie zu füllen gedenkt. So vereinnahmt Sarkozy ein größtmögliches Publikum, ohne Reibungspunkte zu bieten. Es handelt sich um einen Beleg für die These, dass „Präzision kein Kennzeichen politischer Sprache“²⁹¹ sei.

Ganz grundsätzlich ist festzuhalten, dass der Autor auf einen einfachen Satzbau, scheinbar ohne große stilistische Feinheiten setzt, begleitet von einem **einprägsamen, emotional aufgeladenen Vokabular**. Dieser Stil ist typisch für Wahlkämpfe:

*Loin de syntaxes torturées de ceux qui cherchent et tâtonnent, il use d'une langue limpide pour dire les vérités premières et ultimes du monde. Le point de vue est celui d'un locuteur surplombant et omniscient [...].*²⁹²

Schon der Beginn von *Ensemble* verweist auf das politische Umfeld, die Wahl, in dem das Buch entsteht: Sarkozy legt in scheinbar einfachem Stil dar, warum er zu wählen sei:

*J'ai décidé d'être candidat parce que je ne me résigne pas à rester sans rien faire face aux difficultés que rencontre notre pays. J'ai décidé d'être candidat parce que je ne me résous pas à laisser à nos enfants un monde où l'avenir a cessé d'être une promesse pour devenir une menace.*²⁹³

Der Autor stellt sich damit als Mann des Fortschritts und des Durchsetzungsvermögens dar, ohne festzulegen, auf welchen Gebieten er Handlungsbedarf und -möglichkeiten sieht. Damit solidarisiert er sich mit einer Masse potenziell unzufriedener Wähler und verspricht ihnen Besserung, ohne andere Gruppen zu verschrecken. Der Bürgerbezug steht klar im Vordergrund von Sarkozys Publikationsstrategie. Er kann sich nicht allein auf die bürgerlich-konservative Stammwählerschaft verlassen, das hat das Wahljahr 2002 bewiesen. Sarkozys Strategie besteht in einer möglichst **ambivalenten Darstellung seiner eigenen Person**. So will er Wähler rechts der UMP hinzugewinnen, ohne der politischen Mitte zugeneigte Bürger zu verlieren. Diese **Vereinnahmungsstrategie**²⁹⁴ baut er auf mehreren Ebenen auf.

²⁹⁰ Klein (2014), S. 13

²⁹¹ Eppler (2000), S. 39

²⁹² Bart (2009), Abschnitt 13

²⁹³ Sarkozy (2007), S. 8

²⁹⁴ vgl. dazu Klein (2014), S. 44

Zunächst ist, wie oben bereits vermerkt, eine klare patriotische Tendenz zu erkennen, die auch in der französischen Wählerschaft als ausgeprägt angenommen werden darf, und die seinem Versuch des Wählerzugewinns im rechten Spektrum entgegenkommt. Um Wähler mit Migrationshintergrund nicht zu verschrecken, verbindet er seine Demonstration von Patriotismus mit seiner eigenen Herkunft – schon schließt sich der Argumentationskreis zu einem ideal integrierten Migranten und gleichzeitig glühenden Anhänger der *République*: „Fils et petit-fils d’immigré, la France est ma patrie.“²⁹⁵ Und später: „La France a toujours été pour moi le pays à nul autre pareil et j’ai toujours rêvé pour elle d’un destin d’exception où la médiocrité ne saurait avoir sa place.“²⁹⁶ Für deutsche Wahlkämpfer wäre ein solcher Duktus, der an die erste Strophe der deutschen Nationalhymne erinnert und darum aufgrund der Erfahrungen im Nationalsozialismus als rhetorisches Element unmöglich ist, sehr unpassend. In Frankreich hingegen wird von Mandatsträgern eine selbstbewusste, auch verbale Demonstration ihrer Identifikation mit dem eigenen Land und dessen kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Errungenschaften erwartet. Dies ist keine spezielle Eigenschaft tendenziell rechts ausgerichteter Wählerkreise, sondern entspricht dem in der Bevölkerung verankerten Bewusstsein und der **Wertschätzung der Grande Nation**. Sarkozy verwendet diesen Topos, um rhetorisch „ein Gefühl der Zusammengehörigkeit zu aktualisieren, mit gruppenmäßig gebundenen Affekten ein Publikum zu gewinnen“.²⁹⁷ Ein auf diesem Pfeiler aufbauender Text hat also große Chancen, von einem Großteil der Bevölkerung positiv aufgenommen zu werden, und spricht darüber hinaus natürlich gerade potenzielle lepenistische Wechselwähler an, die Sarkozy akquirieren möchte. Es ist bezeichnend, dass Sarkozy in seinen Patriotismusbekundungen immer auf die eigene Person referenziert. Möglich wäre auch eine Lobrede auf Frankreich, die lediglich der Glorifizierung dient, ohne jedoch persönliche Erfahrungen in den Vordergrund zu stellen. Dass Sarkozy die national-konservative Komponente seiner Person betont, trägt jedoch der großen **Bedeutung von Personalia** bei Wahlen Rechnung. Studien belegen den höheren „Effekt[,] der von der Kandidatenevaluierung auf die Wahlentscheidung ausgeht[,] bei Personen [...] ohne Parteiidentifikation“²⁹⁸ – also bei Wechselwählern, von denen im Jahr 2002 viele Le Pen wählten. Diese muss Sarkozy ansprechen, um seine Wahlchancen zu verbessern. So formuliert er:

²⁹⁵ Sarkozy (2007), S. 9

²⁹⁶ ebd.

²⁹⁷ Grieswelle (1978), S. 49

²⁹⁸ Weßels (2009), S. 361

*Je suis un homme de droite. J'ai toujours assumé cette part de mon identité. Mes valeurs sont celles de la droite républicaine. Ce sont des valeurs d'ordre, de dignité, de justice, de mérite, de travail, de responsabilité. [...] Le conservateur apprécie l'ordre parce qu'il est immobile. Je veux faire la synthèse de l'ordre et du mouvement. C'est la seule façon de construire une société juste.*²⁹⁹

Sarkozys Appell an den Patriotismus der Wähler wird darüber hinaus durch das **Aufrufen von emotional aufgeladenen Motiven aus der Nationalgeschichte** unterstützt, er bedient sich hier des Pathos, „neben die intellektuellen Mittel zur Herstellung von Überzeugung [...] treten affektuelle Impulse, emotionale Appelle [...]“³⁰⁰ Der Autor setzt diese Strategie auf mehreren Ebenen ein; er beginnt mit der Anekdote einer Kindheitserinnerung:

*Tous les 11 novembre, il [son grand-père, AW] m'amenait à l'Arc de Triomphe et me hissait sur ses épaules pour voir passer le général de Gaulle allant se recueillir sur la tombe du soldat inconnu au milieu d'anciens combattants couverts de médailles et dans le regard desquels se lisait encore l'horreur des tranchées.*³⁰¹

Die Emotionalität solcher Einschübe ist sicherlich auch Tribut an Sarkozys Gegnerin Ségolène Royal. Sie macht emotionsbetonten Wahlkampf und wirft ihre weiblich konnotierten Fähigkeiten gegen Sarkozys teilweise harsche Ausführung von Politik in die Waagschale. Der Autor verbindet in o. g. Zitat geschickt zwei **emotional besetzte Themenbereiche**, die französische Vaterlandsliebe und Kindheit, und setzt Storytelling³⁰² ein, um zu überzeugen. Er betont in *Ensemble* ganz offen den *Politics*-Aspekt des Wahlkampfs – es geht ihm um die Erzeugung der richtigen Stimmung, nicht mehr um eine tagespolitische, inhaltliche Positionierung.

Im Folgenden erinnert Sarkozy an Krieg und **Résistance**, einen Themenkomplex, der bei den meisten Wählern unabhängig ihrer politischen Couleur ähnlich konnotiert ist. Er untermauert diese Allusionen mit der Hervorhebung seiner persönlichen Vorbilder aus der französischen Geschichte und wählt dabei solche Nationalhelden, die zumindest in der Retrospektive durchweg positiv wahrgenommen werden. Charles de Gaulle ist einer von ihnen; in seiner Person lobt Sarkozy gleichzeitig die Widerstandsbewegung im zweiten Weltkrieg und den

²⁹⁹ Sarkozy (2007), S. 24 f.

³⁰⁰ Grieswelle (1978), S. 37

³⁰¹ Sarkozy (2007), S. 10

³⁰² vgl. Altwegg (2009)

bedeutenden Vorgänger im Amt des Präsidenten aus der eigenen Partei: „Le général de Gaulle et Georges Pompidou avaient tant fait pour la nation, pour la République et pour l’État que ceux-ci avaient cessé pendant longtemps d’être des enjeux politiques.“³⁰³ Sarkozy setzt hier auf den **Topos des „Lob[es]“** der Vorfahren und ihrer Taten³⁰⁴, ein seit der Antike bekanntes Verfahren zur Entwicklung einer überzeugenden Argumentation. Seinen direkten Vorgänger Jacques Chirac lässt er bei der Lobeshymne aber außen vor, um sein Nachrücken auf dessen Posten als Kandidat für das höchste Staatsamt nicht zu problematisieren. Neben der Notwendigkeit, tendenziell rechte Wähler via Nationalstolz zu erreichen, appelliert er auf der Gefühlsebene auch an sein Stammelektorat und will so den Brückenschlag in der Ansprache beider Gruppen schaffen, der auf sachlicher Ebene schwerer zu meistern wäre.

Die Strategie des Autors Sarkozy geht auf – zwischen 1. Januar und 26. August 2007 verkauft sich *Ensemble* knapp 50.000 Mal und damit etwa in 14.000 Exemplaren mehr als Hollandes *Changer de destin* im Jahr 2012.³⁰⁵ Dies spricht für ein großes Interesse am Urheber des Werks, das die Verkaufszahlen wachsen lässt. Allerdings konnte Sarkozy in seiner Rolle als Mandatsträger während seiner Amtszeit ab 2007 das zentrale Versprechen, das er auch in seiner Rolle als Autor gab, schließlich nicht einlösen: Die Interessen seiner verschiedenen Elektorate gleichermaßen zu vertreten. Die Reaktion der Bevölkerung war aus den Meinungsumfragen abzulesen. Während seines *Quinquennat* verlor er überdurchschnittlich an Sympathie, was unter anderem auch an seinem Wunsch lag, „einerseits Präsident aller Franzosen sein zu wollen und andererseits in seiner persönlichen Affinität zu Privilegierten.“³⁰⁶ Hier verkehrte sich die Strategie, die eigene moderate Herkunft zu betonen, von einer Identifikationsfolie in eine leere Phrase, die Sarkozy, einmal im Amt, wenig mit Inhalt füllen konnte. Eventuell liegt sein Scheitern aus Sicht der öffentlichen Meinung darin begründet, „daß die Gaben, die man braucht, um Chef der Exekutive zu werden, andere sind, als die Fähigkeiten, die nötig sind, um ein guter Chef der Exekutive zu sein.“³⁰⁷

Interessant ist schließlich noch Sarkozys Publikationsstrategie im Wahlkampf 2012: Hier trat er nicht mit einem Buch an die Öffentlichkeit. Seine Wahlkampfliteratur war 2007 sehr umfangreich, allerdings wenig auf Aktualität angelegt, sondern der Darlegung von Grundsätzen und der rhetorischen Persuasion gewidmet. Ein Buch gleichen Inhalts wäre 2012 wenig erfolversprechend gewesen. Sarkozy veröffentlichte daher im April 2012, knapp vor

³⁰³ Sarkozy (2007), S. 13

³⁰⁴ Plett (2001), S. 16

³⁰⁵ vgl. Larrousturou (2012)

³⁰⁶ Olivennes, zit. nach Hartmann/Kempf (2011), S. 561

³⁰⁷ Eppler (2000), S. 54

dem ersten Wahlgang, eine *Lettre au peuple français*³⁰⁸. Erneut ist die Briefassoziation augenfällig. Es handelt sich um einen 36 Seiten umfassenden Text, dessen Anfang den Textanfang in Sarkozys Handschrift gesetzt ist, was große Authentizität suggeriert und den Eindruck stärkt, dass der Kandidat sich persönlich an das Wahlvolk wendet; auch die letzten Sätze des Textes sind in Handschrift abgedruckt, darüber hinaus ist der Text unterschrieben. Sarkozys erklärtes Ziel ist es, sich ohne Vermittlungsinstanz an seine „chers compatriotes“ zu wenden. Der Text passt in die Publikationsstrategie des Autors, er arbeitet wie in *Ensemble* mit einfachem Satzbau, emotional aufgeladenen, abstrakten Begriffen und einer starken Vereinnahmung des Lesers. Allerdings sind hier mehr inhaltliche Aspekte, die aktuelle Problemstellungen der französischen Politik betreffen, zu finden. Sarkozy wählte im Wahlkampf 2012 ein leichter zu verbreitendes, kostengünstiger zu produzierendes und schneller konsumierbares Medium, verließ sich aber dennoch auf das geschriebene Wort und brachte seine Botschaft unter Verwendung der selben rhetorischen Strategien unter. Den Buchmarkt überließ er in diesem Jahr seinem Konkurrenten François Hollande und den Journalisten, die über beide Kandidaten publizieren.



Die politischen Umstände, unter denen François Hollande im Jahr 2012 *Changer de destin* veröffentlichte, waren gänzlich andere als die, mit welchen Sarkozy fünf Jahre zuvor umzugehen hatte. Hollande konnte das sehr probate Mittel des **Angriffswahlkampfes** gegen den politischen Gegner einsetzen, weil er diesen ablösen wollte; der *Parti Socialiste* war 2012 nicht einmal im Rahmen einer *Cohabitation* mitverantwortlich für die letzte Legislaturperiode. Hollande wollte, wo Sarkozy auf einen Generationenwechsel innerhalb des gleichen politischen Lagers hinarbeitete, einen Regierungswechsel herbeiführen. Der UMP-Kandidat stand, betrachtet man die französische Wahlhistorie, vor einer ungleich größeren Aufgabe als Hollande, denn französische Regierungen, egal welchen Lagers, werden dort in aller Regel bei der Wahl vom politischen Gegner abgelöst. Dies spielte Hollande in der Konstellation von 2012 in die Hände und schadete Sarkozy 2007 und 2012. In Deutschland ist ein solches Phänomen die Ausnahme: 1998 wurde „zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik eine amtierende Regierung unmittelbar durch das Votum der Wähler abgelöst

³⁰⁸ Online verfügbar unter: <http://ump-34.org/uploads/media/lettre-aux-francais-2012.pdf>

und durch eine neue ersetzt [...].³⁰⁹ Der Bonus des Amtsinhabers ist hier also deutlich größer als in Frankreich.

Changer de destin war Hollandes zweites mit dem Präsidentschaftswahlkampf 2012 in Verbindung stehendes Werk; im Juli 2011 veröffentlichte er bei Fayard *Un destin pour la France*; zu diesem Zeitpunkt war er Kandidat für die Vorwahlen innerhalb des PS.

Hollandes Publikation ist der Prototyp für politische Kommunikation, die folgende Player einbezieht:

*Enfin, tout discours politique s'inscrit dans une relation triangulaire entre une instance politique, une instance citoyenne et une instance adverse qui se trouve dans la même situation d'avoir à défendre un projet et capter le plus grand nombre.*³¹⁰

Hier ist die klassische Rollenverteilung der antiken Rhetorik zu erkennen, der ein Redner, ein Gegenredner (also der Gegenspieler in der Wahl) und ein Auditorium/eine Rezipientenschaft angehören. Sarkozy fehlte diese „instance adverse“ 2007 im Amtsinhaber, er hätte seine Gegenkandidatin der Linken thematisieren müssen, um angreifen zu können, entschied sich aber dafür, Royal in seinem Buch komplett zu ignorieren. Es sollte ihr keine zusätzliche Plattform bieten, alle Aufmerksamkeit musste beim Autor gebündelt sein. Ganz anders ging Hollande 2015 vor, wie im Folgenden zu analysieren ist.

Hollande beginnt seine Publikation in medias res mit den Worten „Je suis candidat à la fonction la plus éminente du pays.“³¹¹ Er stellt noch auf der ersten Seite den Bezug zwischen seiner Kandidatur und dem Titel des Buches her: „[...] je suis candidat pour changer le destin de la France.“³¹² Eine Brief- bzw. Redesituation wie bei Sarkozy wird nicht evoziert, im weiteren Textverlauf legt Hollande jedoch die Legitimation seines Schreibens und Publizierens dar, die für ihn klar vom Leser in seiner Rolle als Wähler ausgeht: „Pour que les Français me fassent confiance, ils doivent davantage me connaître.“³¹³ Hollande veröffentlicht, um wählbar zu werden, um neben all den Wahlkampfaktivitäten über andere klassische und innovative Kanäle seine Ziele in einem Buch vorzulegen. Er suggeriert vollkommene **Offenheit** vor der Wahl durch die Darlegung seiner politischen Ziele und die

³⁰⁹ Brettschneider/Deth/Roller (2004), S. 9

³¹⁰ Charaudeau (2008), S. 22

³¹¹ Hollande (2012), S. 7

³¹² ebd.

³¹³ ebd., S. 8

Darstellung diverser Facetten seiner Person in Druckform. Allerdings bleibt er im Gegensatz zu Sarkozy beim distanzierten „Les Français“ und vereinnahmt den Leser nicht sofort zu einem „nous“. Hier besteht ein deutlicher Unterschied zur Publikationsstrategie von Sarkozy, der den rein thematischen Bereich seines Wahlkampfes zum Publikationszeitpunkt als abgearbeitet ansieht und mit *Ensemble* nun auf eine andere, eben die affektive, persönliche Ebene, abheben möchte. Dieser Anspruch Sarkozys wird im Buch ganz konkret formuliert, der Autor möchte darlegen, „pourquoi et comment nous pouvions encore rêver d’un avenir meilleur pour nos enfants, pourquoi et comment tout pouvait redevenir possible pour nous tous, pour la France qui est le nom que nous donnons à notre destin commun.“³¹⁴ Sarkozys Stil ist ausschließlich auf Emotionalisierung angelegt, er dient **affektiven Wirkzielen**, während Hollande 2012 ein Hinarbeiten auf die rationalen Wirkziele **Informieren** und **Beweisen** suggeriert. Der Autor legt in seiner Wahlkampfpublikation scheinbar mehr Wert auf die Darstellung seiner Ziele und nur nachgeordnet auf eine Positionierung seiner Person als Amtsanwärter – das Buch ist aber natürlich, wie oben herausgearbeitet, in erster Linie Tribut an die Personalisierungstendenzen und die Notwendigkeit der Inszenierung von Kandidaten.

Am Beispiel von *Ensemble* und *Changer de destin* lässt sich sehr klar der Unterschied zwischen beiden strategischen Zielen ableiten: Sarkozy ist 2007 als amtierender Minister bereits in der politischen Szene etabliert, sein politischer Standpunkt ist hinreichend bekannt, ebenso seine Amtsführung. Jedoch hat er mit einem Sympathienachteil seiner Herausforderin Ségolène Royal gegenüber zu kämpfen, den es in der Publikation zu kompensieren gilt. Hollande hingegen ist 2012, zum Zeitpunkt des Erscheinens von *Changer de destin*, nicht mit einem Ministerposten oder Ähnlichem konnotiert, er muss den Wählern seine Person und die Ziele, für die er steht, deutlicher nahebringen, als dies bei Sarkozy 2007 notwendig ist. Allerdings hat er den Vorteil auf seiner Seite, bisher nicht mit wenig populären oder stark umstrittenen Maßnahmen in Verbindung gebracht zu werden wie Sarkozy 2007 – die Darstellung seiner Person und seiner Ziele für die angestrebte Präsidentschaft sind folgerichtig die postulierten Motive seiner Publikation.

Seine Positionierung funktioniert über eine **Diskreditierung des Amtsvorgängers** Sarkozy. Dabei ist Hollande darauf bedacht, auf konservative Politiker wie Charles de Gaulle, die allgemein anerkannte Leistungen erbracht haben, ebenso den Lobtopos anzuwenden wie Sarkozy (ein ähnliches Verfahren kann in Sarkozys lagerübergreifend Remineszenz an Mitterrand gesehen werden). Sarkozy jedoch klammert Hollande aus der Gefolgschaft de

³¹⁴ Sarkozy (2007), S. 159

Gaulles dezidiert aus: „Depuis, l’héritage gaulliste a été dilapidé. Ce qu’il en restait a été jeté par-dessus bord en 2007.“³¹⁵ Im weiteren Verlauf des einführenden Kapitels äußert Hollande zugespitzte Kritik am Amtsinhaber und dessen Vorgänger: „Dix ans de pouvoir conservateur l’ont conduite là où elle [la France, AW] en est, c’est à dire au bord d’une rupture avec elle-même.“³¹⁶ Auch Hollande appelliert an den Patriotismus der Franzosen, jedoch stellt er Frankreich in einem ersten Schritt nicht als ein „pays à nul autre pareil“³¹⁷ wie Sarkozy dar, sondern weist auf die von ihm festgestellte Gefährdung durch den amtierenden Präsidenten hin. Hollande macht sich den enorm gesunkenen Rückhalt Sarkozys in der Bevölkerung 2012 zunutze: Elemente, die die eigene Meinung (hier: der mit Sarkozy unzufriedenen Wähler) stützen, werden als glaubhaft wahrgenommen und lassen die Distanz zum Äußernden (hier: Hollande) schrumpfen. In Konsequenz soll der Wähler feststellen: Hollande ist der Mann, der Missstände erkennt und sie zu ändern vermag, ein Regierungswechsel ist nötig. Die Verknüpfung von **Demonstration der eigenen Kompetenz und Diskreditierung des politischen Gegners** ist prototypisch für Wahlkampfretorik und schlägt sich somit auch in Hollandes Angriffs-Wahlkampfbook nieder.

Der Autor positioniert sich im Text als kritischer, aber fairer und vor allem weitsichtiger und kompetenter Gutachter von Sarkozys Politik. Er will nicht allein Ankläger sein, sondern kontextualisiert seine Kritik und setzt sie in deutlichen, aber nicht herabwürdigenden Worten um:

*Je n’accable pas le président sortant. Il n’est pas responsable de tout. Ni du passé, ni des contraintes extérieures. Mais il doit acquitter la note des promesses qu’il a faites et dont il savait qu’elles ne seraient pas tenues [...].*³¹⁸

Nach dieser scheinbar unparteiischen Einschätzung der Lage folgt eine Aufzählung all der nicht gehaltenen Wahlversprechen Sarkozys, die schon allein quantitativ die wenigen vordergründig wohlmeinenden Worte zu Beginn des Absatzes zunichte machen. Hollande will als maßvoller Kritiker im Gedächtnis bleiben und gleichzeitig als bessere Alternative zu Sarkozy.

Hollande verwendet durchweg eine weniger pathetische Wortwahl als Sarkozy. Dies kann besonders gut anhand der Schlusspassagen beider Bücher verdeutlicht werden. Wie in der

³¹⁵ Hollande (2012), S. 12

³¹⁶ ebd., S. 8

³¹⁷ Sarkozy (2007), S. 9

³¹⁸ Hollande (2012), S. 21

verbalen Kommunikation, so tritt auch in der Buchveröffentlichung der **Recency-Effekt**³¹⁹ ein – zuletzt Gesagtes wird gut erinnert und kann weite Teile des zuvor Gesagten überlagern, muss also wohl überlegt sein. Ganz typisch für Wahlkampfschriften ist die Tatsache, dass sowohl Hollande als auch Sarkozy an dieser prominenten Stelle dezidiert auf das bevorstehende Wahlereignis hinweisen. Hollande tut dies mit den Worten: „Je vous donne rendez-vous le 22 avril et le 6 mai. Le changement, c’est maintenant.“³²⁰ Erneut fällt die knappe Formulierung und die fehlende Vereinnahmung der Leser und Wähler zu einem „nous“ auf, immerhin findet sich an dieser bedeutenden Stelle aber eine direkte Leseransprache. Sarkozy formuliert ebenfalls unter Aufnahme der konkreten Daten, **direkter Leseransprache** und **Anspielung auf den Buchtitel**: „Le 22 avril et le 6 mai prochain, chacun d’entre nous, en son âme et conscience, devra faire un choix. [...] Ensemble, forts de ce lien qui nous unit tous [...], nous pouvons retrouver la capacité de vivre ensemble, d’agir ensemble, d’espérer ensemble.“³²¹ Hollande bedient sich dabei ganz des knappen, pointierten Stils des Wahlkämpfers, während Sarkozys Text eine Tendenz zur Ausschmückung aufweist, die seiner Strategie der Emotionalisierung zuzuschreiben ist. Beide Autoren bedienen sich aber des exakt gleichen inhaltlichen Paradigmas.

Diese Parallelität ist nachvollziehbar und dem äußeren Publikationsanlass, nämlich der bevorstehenden Wahl, geschuldet, auf den hin beide Kandidaten formulieren. Wesentlich auffälligere Korrelationen zwischen Textstellen bei Hollande und Sarkozy manifestieren sich jedoch auch an anderer Stelle. Es erscheint eher unwahrscheinlich, dass Sarkozys Werk aus 2007 für Hollande 2012 Modell gestanden habe – beide sind in ihren persönlichen Merkmalen und politischen Zielen zu weit voneinander entfernt, als dass ein solches Kopieren von Strukturen plausibel wäre. Darum ist eine deutliche Übereinstimmung von Textteilen als kommunikationstheoretisch interessante Auffälligkeit zu analysieren: Beide Politiker referenzieren auf Vorbilder, die ihre Persönlichkeit oder ihren politischen Stil geprägt haben sollen. Sie zählen zu diesem Zweck die Namen großer Politiker auf, Sarkozy tut dies unter Verwendung der Anapher „J’admirais [...]“³²², also erneut mit einer sehr persönlichen und emotionalen Konnotation. Hollande hingegen spricht von seinen „références“³²³ für eine ideale Republik, verwendet also einen mehr im sachlich-politischen Bereich angesiedelten Duktus. Beide zitieren die Helden der *Résistance*. So erklärt Hollande: „Elle [*ma République*,

³¹⁹ vgl. Marketing-Lexikon Online (o. J.)

³²⁰ Hollande (2012), S. 165

³²¹ Sarkozy (2007), S. 159

³²² ebd., S. 11

³²³ Hollande (2012), S. 77

AW] porte les stigmates de Jean Moulin [...]“³²⁴, Sarkozy nimmt die gleiche Ikone mit den Worten auf: „Moulin, la face ensanglantée, arrivé aux limites de la souffrance [...]“³²⁵ Beide verwenden unumstrittene Helden der französischen Geschichte zur Verortung ihrer Person sowie ihrer Werte, zitieren dabei teilweise sogar die gleichen Persönlichkeiten, arbeiten das Kapitel ‚Vorbilder und Herkunft der eigenen Überzeugungen‘ also sehr ähnlich auf. Diese erneute Betonung patriotischer Gefühle und Auseinandersetzung mit der Nationalgeschichte entspricht dem *Aptum*, wenn sich ein möglicher Präsident der Republik an das französische Volk wendet – das Muster ist zwingend seinem rhetorischen Repertoire zuzurechnen. Sarkozys Verwendung nationalgeschichtlicher Pioniere ist darüber hinaus typisch für seinen Wahlkampfduktus auch außerhalb seiner Rolle als Autor:

*Chez Nicolas Sarkozy, l'identité nationale française se définit à travers son histoire par accumulation et sédimentation de ses différentes composantes d'idées, d'hommes et d'évènements. [...] Du coup, il n'aura aucun scrupule à s'appropriier la totalité de cette histoire en citant le pêle-mêle des figures tutélaires de l'histoire de France.*³²⁶

Beide Autoren bedienen sich ähnlicher „Fertigteile der Betroffenheit“³²⁷, um ihre Verbundenheit mit der französischen Geschichte und Republik zu demonstrieren, die Vertreter der *Résistance* zu würdigen und sich gleichsam als deren Nachfolger zum Schutz der Republik zu gerieren.

Eine weitere auffällige Parallele zwischen beiden Werken findet sich auf dem Gebiet der Kultur und Bildung. Sarkozy fasst die Aufgabe der Schulen darin zusammen, den Kindern die nötigen Mittel an die Hand zu geben „pour leur apprendre à faire la différence entre *Madame Bovary* et un bon compte rendu de fait divers dans un journal, entre *Antigone* et *Harry Potter*.“³²⁸ Hollande zitiert denselben Kodex vor dem Hintergrund seiner eigenen Schulbildung: „J’ai toujours préféré, pour me plonger dans la culture populaire, *Les Misérables* à *Loft Story*, et pour comprendre l’alchimie des sentiments *Madame Bovary* à *Desperate Housewives*.“³²⁹ Sowohl diese Aussagen als auch das oben untersuchte Themengebiet der nationalen Vorbilder weisen darauf hin, dass Patriotismus auch auf dem Gebiet von **Kultur und Geschichte** des eigenen Landes im französischen Wahlkampf ein

³²⁴ Hollande (2012), S. 77 f.

³²⁵ Sarkozy (2007), S. 11

³²⁶ Charaudeau (2008), S. 26 f.

³²⁷ Pörksen, U. (2004), S. 13

³²⁸ Sarkozy (2007), S. 36

³²⁹ Hollande (2012), S. 70

probates Mittel zur Kommunikation mit den Wählern ist. Der Stolz auf das *patrimoine culturel* ist hier sehr ausgeprägt. Das Zitat bestimmter Topoi erinnert bei beiden Autoren an die thematische Ausrichtung von de Gaulles Fernsehansprachen, in denen er sich auf „his references to France, the Republic, its greatness, sovereignty and independence“³³⁰ bezog – dies ist eine Querverbindung, die beiden Wahlkämpfern schmeichelt. Darüber hinaus sind beide Politiker darauf angewiesen, auch Wählerkreise außerhalb ihrer Stammwählerschaft zu mobilisieren, was sich durch die Wertschätzung der Republik und der allen Franzosen gemeinen Ikonen der Geschichte bewerkstelligen lässt. „That ist what the President is for: to see, to save, to cherish, to pass on the patrimoine of France in all its depth and diversity, and even mystery.“³³¹

Es ist festzuhalten, dass Sarkozy und Hollande in zwei unterschiedlichen Wahlkämpfen, mit der zeitlichen Differenz eines *Quinquennat*, überraschend ähnliche Diskurse zitieren, um mit ihren Wahlkampfbüchern die Bürger zu erreichen. Beide Autoren schreiben ihrem Alter Ego, dem Mandatsträger, das Image des kämpferischen, erfahrenen und kompetenten Politikers zu, der nach der Maxime agiert: „Une campagne électorale doit être faite d'idées simples et de stratégies de persuasion séductrice: une apparence de logique sur fond d'émotion.“³³² Dass Hollande – denn er ist derjenige, der später veröffentlicht – viele Elemente aus Sarkozys Buch ebenfalls aufnimmt, spricht für deren Unabdingbarkeit im französischen Wahlkampf. Darüber hinaus ist es aber auch sicherlich wahr, dass „[...] die Kampagne einer Partei und eines Kandidaten [...] sich immer auch an der Konkurrenz [orientiert].“³³³

Abschließend muss in diesem Kapitel jeweils ein externer Faktor, der die Publikationen der beiden Wahlkämpfer und die darin zutage tretenden Strategien beeinflusst, untersucht werden, nämlich der **Umgang mit Affären**, die im Wahlkampf besonders viel Gewicht haben und in der medialen Berichterstattung viel Raum einnehmen. Wahlkampfbücher sind nicht in erster Linie Mittel zum Skandalmanagement wie die im nächsten Teilkapitel zu verhandelnden Publikationen. Sind jedoch skandalisierte Ereignisse im Wahlkampf oder zuvor aufgetreten, so kann das Wahlkampfbuch hier als Plattform für eine Korrektur des durch andere Medien vermittelten, negativen Bildes des Politikers dienen.

Im Falle Sarkozys 2007 handelt es sich dabei um die **Racaille-Affäre**, also den Eclat rund um Sarkozys Verwendung des Ausdrucks *racaille* im Zuge der Unruhen in den prekären Vororten

³³⁰ Drake/Gaffney (1996), S. 24

³³¹ ebd.

³³² Charaudeau (2008), S. 21

³³³ Holtz-Bacha (2006), S. 19

im Jahr 2005. Sarkozy war vorgeworfen worden, das Wort *racaille*, zu Deutsch etwa ‚Gesindel‘, für die Jugendlichen der von den Ausschreitungen betroffenen *Banlieues* verwendet zu haben. Ein Aufschrei der Empörung durchlief Frankreich. Diese negativen Schlagzeilen musste Sarkozy in seinem Werk 2007 aufnehmen, obwohl sie schon rund zwei Jahre zurücklagen, da seine politischen Gegner – und die Medien – hier die Gelegenheit zur Entlarvung seines in ihrer Darstellung elitären und von rechten Tendenzen geprägten Weltbildes sahen. Der Kandidat geht mit seinem *Faux pas* im Buch wie folgt um:

*Un jour, j'ai utilisé le mot ‚racaille‘ en réponse à l'interpellation d'une habitante d'Argenteuil qui désignait ainsi ceux qui rendaient la vie impossible dans son quartier et qui l'obligeaient à vivre dans la peur. On me l'a rapproché comme si j'avais traité de racaille toute la jeunesse des banlieues. [...] Quels éducateurs serons-nous si nous nous laissons aller à ces petites lâchetés de politiquement correct?*³³⁴

Zunächst relativiert Sarkozy seine eigene Rolle im Skandal, indem er sich darauf beruft, das Wort nur aufgenommen zu haben. Dadurch wird der Sender der Nachricht verschleiert, übrig bleibt lediglich eine Art Medium, das als Staatsmann, auf dem das Medieninteresse lag, zwischen der eigentlichen Sprecherin (die medial unbedeutend war) und dem Rezipienten (ungewollt) vermittelte. Er verweist damit auf die Gefahren medial übertragener Wirklichkeit und verortet das eigentliche Fehlverhalten aufseiten der Medien bzw. der Opposition, die ihn für den Vorfall kritisierte. Sarkozy entlarvt scheinbar eine Gruppe von Kritikern, die Medienberichten blind vertrauen und damit sowohl ihm unrecht tun, als sie auch die Wahrheit verfälschen. „Die direkte, die unmittelbare Augenzeugenschaft wäre unnötig“, wenn er einen solchen Missstand unkommentiert passieren lassen würde, „weil die Effekte der Augenzeugenschaft heute auch aus der Ferne und in medialisierter Form herstellbar sind.“³³⁵ Dass dabei nicht nur positive Kontrolleffekte, sondern auch Realitätsverzerrungen eintreten können, versucht Sarkozy seinen Lesern darzulegen: Der Autor schafft zunächst ein Selbstbild des Helfers in der Not für eine *Banlieue*-Bewohnerin, daraufhin stellt er seine Kritiker als blinde Anhänger der *Political Correctness* dar, die die Relation zwischen der harten Realität der *Banlieue*-Problematik und einer etwas unglücklichen Wortwahl nicht erkennen können. Diese Argumentationslinie ist beispielhaft für seine Kritik am durch das bedingungslose Festhalten am politisch Korrekten geprägten, durch Ségolène Royal

³³⁴ Sarkozy (2007), S. 41 f.

³³⁵ Pörksen, B./Detel (2012), S. 148

verkörpertem Politikstil, und stellt die von ihm nach eigenen Angaben vertretene neue, klare und nicht in Konventionen verhaftete Art und Weise, Politik umzusetzen, dar.

Sarkozy hält während seiner Wahlkampfauftritte stets an einem traditionellen Familienbild fest, zu dem es schlecht passt, Jugendliche aus den *Banlieues* leichtfertig aufzugeben und sie womöglich an das rechte Lager zu verlieren: „Pour Nicolas Sarkozy, la famille, selon la tradition thomiste prise en relais par la droite française conservatrice (Travail, Famille, Patrie), puis par l'extrême droite, constitue le noyau et le pilier de toute société [...]“³³⁶ Die für ihn günstige Auflösung der *Racaille*-Affäre in seinem Buch ist notwendig, um ihm ein durchgehend schlüssiges Image in der Frage der Familienpolitik zu geben, da ansonsten seine Glaubwürdigkeit gefährdet wäre.

Für Hollande ist ein zwar auf dem politischen Tableau viel weniger gewichtiger, dafür aber auf privatem Terrain und damit auf dem Terrain der oben genannten **Trivialmythen** angesiedelter Komplex ein äußerer Faktor von großer Bedeutung für seine Publikation im Wahlkampf 2012: Sein Status zwischen seiner ehemaligen Lebensgefährtin Ségolène Royal und der zum Zeitpunkt der Kandidatur aktuellen Frau an seiner Seite, der Journalistin Valérie Trierweiler.

Dass ihm die Bedeutung trivialmythischer Konnotationen durchaus bewusst ist, ist am Aufbau seiner Wahlkampfschrift erkennbar. Der Autor setzt auf den Kommunikationskanal Buch, um seinen Wählern seine Biografie und seinen politischen Werdegang näherzubringen; dieses Ziel wird durch das breit gefächerte Spektrum an privaten Themen sichtbar, das Hollande abdeckt und wodurch er triviale Mythen um seine Person flicht. So spricht der Kandidat von seinen Eltern, dem Einfluss der 68er-Bewegung auf sein Leben³³⁷ und seinem „ancrage corrézien“³³⁸, bevor er auf politische Aussagen und seine Zukunftsvisionen für Frankreich zu sprechen kommt: „Ainsi, je veux leur [*les Français, AW*] parler franchement, de mon parcours, de notre avenir et, surtout, de mon idée de la France“³³⁹ Diese Idee von Frankreich ist nicht nur vom *homo politicus* Hollande geschaffen, sondern wurde durchaus von den zum Trivialmythus gehörenden Faktoren geprägt, die er als scheinbar nebensächliche private Versatzstücke sehr gezielt in seine Wahlkampfschrift einstreut.

³³⁶ Charaudeau (2008), S. 37

³³⁷ vgl. Hollande (2012), S. 10 f.

³³⁸ ebd., S. 48

³³⁹ ebd., S. 8

Um seine private Situation zwischen zwei Frauen, die wie er in der Öffentlichkeit stehen, zu klären, wendet er sich im Buch zunächst seinem Verhältnis zu Ségolène Royal zu, allerdings nicht im privaten, sondern im Kontext der vorangegangenen Präsidentschaftswahl:

Ségolène Royal s'était déclarée [candidate aux élections présidentielles en 2007, AW]. Elle avait la faveur de l'opinion. Je me suis effacé sans aucune réserve, même si nos vies personnelles se séparaient. Elle a fait, avec la force de caractère que je lui connaissais, une campagne courageuse face à un adversaire qui est parvenu, contre toute évidence, à incarner la rupture.³⁴⁰



Abbildung 8:
Cover von *Entre deux Feux*

Hollande inszeniert sich als Realist, der klar zwischen Politik und Privatem trennen kann, und gleichzeitig als den Mann, der Sarkozy 2012 im Wahlkampf besiegen will, was Royal 2007 nicht gelungen war. Auch gibt er zu bedenken, dass sie 2012 erneut als Kandidatin des PS hätte antreten können. Im gleichen Atemzug empfiehlt er, der sich bei der letzten Wahl dem Stimmungsbild der Öffentlichkeit gebeugt hatte, sich nun selbst als den richtigen Kandidaten für diese Wahl: „J’ai considéré que j’étais celui qui correspondait à la gravité du moment, à l’aspiration des Français au renouvellement, à la simplicité et à la maîtrise dans l’exercice du pouvoir.“³⁴¹ Nachdem die Trennung dezidiert in den Bereich des Privaten verwiesen und die eigene Kandidatur auch gegen Ségolène Royal nochmals bestärkt wurde, nimmt Hollande den dritten Punkt dieses Dreiecks auf: Valérie Trierweiler. Hollande wird von der Presse und durch einige Buchveröffentlichungen gerne als Mann zwischen zwei Frauen gezeigt, die beide entschlossener auftreten als er und deren Beziehung zu ihm sein politisches Tun in der öffentlichen Diskussion in den Hintergrund drängt. Am deutlichsten machen diesen Vorwurf Anna Cabana (*Le Point*) und Anne Rosencher (*Marianne*) im August 2012 mit ihrem Buch *Entre deux feux* (Grasset, Paris 2012). Schon die Covergestaltung (siehe Abbildung 8) zeigt Hollande im Hintergrund, die beiden Frauen in seinem Leben drängen ihn ins Abseits und zeigen sich kämpferisch. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Buchs ist Hollande bereits Präsident.

Als Autor 2012 erwähnt er auch seine Lebensgefährtin in seiner Wahlkampfschrift ebenso wohlwollend und doch moderat wie seine ehemalige Partnerin: „Et Valérie, ma compagne,

³⁴⁰ Hollande (2012), S. 16

³⁴¹ ebd., S. 17

m'a apporté le soutien, les conseils et surtout le bonheur personnel qui est indispensable pour mener une telle bataille.³⁴² Er selbst räumt keiner von beiden einen Platz im Vordergrund ein, zeigt sich galant durch seinen positiven Kommentar zu beiden, stellt aber trotzdem seine Person und seine Präsidentschaftskandidatur klar als Priorität dar.

Die Aufnahme von privaten Problemen Hollandes auf publizistischer Ebene erfährt jedoch ihre Zuspitzung im Jahr 2014 durch eine Publikation von Valérie Trierweiler, vgl. dazu Kapitel IV.1.2.2. Bezieht man diese Affäre mit ein, so muss festgehalten werden, dass die Strategien Hollandes zur Erlangung der Deutungshoheit über sein Privatleben durch eine eigene Publikation nicht erfolgreich waren. Allerdings ist auch zu berücksichtigen, dass seine privaten Aktivitäten nach seiner Wahl zum Präsidenten derart angelegt waren, dass auch eine erneute Veröffentlichung zu diesem Zeitpunkt nicht zur Rettung seines Images genügt hätte. Politiker können in ihrer Rolle als Autor positive Eigenschaften, die für ihre Rolle als Mandatsträger von Bedeutung sind, hervorheben – größeres Gewicht als die gedruckte Wahrheit im Buch hat aber immer das realweltliche Verhalten des Mandatsträgers, das über eine Veröffentlichung nicht zu kompensieren ist.

IV.1.1.2 Frank-Walter Steinmeiers *Mein Deutschland* (2009) – die Bedeutung von Regionalität und Parteikonformität im Wahlkampfbuch

Mein Deutschland ist *ex negativo* der idealtypische Beleg für die These, dass französische Politikerbücher sich einfacher in das gewählte Mischschema aus Le Barts und Moritz' Kategorien einordnen lassen als Werke deutscher Politautoren. „In Frankreich gehen **republikanische Politik und literarische Ambition** seit Jahrhunderten Hand in Hand.“³⁴³ Als bedeutende Autoren sind u. a. Charles de Gaulle und Valérie Giscard-d'Estaing zu nennen.³⁴⁴ Auch im Untersuchungszeitraum schreiben französische Politiker im Schnitt häufiger Bücher, wenige Inhaber bedeutender politischer Ämter sind mit nur einer lieferbaren Publikation im Buchhandel vertreten. Dieses Szenario ist in Deutschland hingegen der Normalfall (Ausnahmen bilden z. B. Joachim Gauck oder Altkanzler Helmut Schmidt, also Autoren mit vorrangig repräsentativen Aufgaben oder außerhalb des politischen Tagesgeschäfts). Aus diesem Grund verarbeiten deutsche Politiker-Autoren oft autobiografische und politische Aspekte gemeinsam in einer Publikation. Zwar gibt es auch in Frankreich „témoignages hybrides mêlant des éléments autobiographiques intimes et des

³⁴² Hollande (2012), S. 18

³⁴³ Minkmar (2009)

³⁴⁴ vgl. zur literarischen Tradition von Politikerbüchern in Frankreich: Bart (2012), S. 21–90.

prises de position politiques³⁴⁵; diese werden allerdings eher von Ministern verfasst, weniger vom politischen Personal auf allerhöchster Ebene. Le Bart glaubt den Grund für die ergiebige Quellenlage auf französischer Seite in dem Bild zu sehen, das das französische Volk von seinem Staatsoberhaupt hat: „On sait à quel point, en France, le rôle présidentiel est associé à la figure de l'écrivain que fut (ou qu'est supposé avoir été) le général de Gaulle.“³⁴⁶ Zu publizieren ist also ein Tribut an das *Aptum*, das mit dem Image des Präsidenten einhergeht – es ist ihm angemessen, sich auch als Literat im weitesten Sinne zu betätigen. Dies liegt unter anderem am elitären Nimbus des französischen Volksvertreters. So ist es in Frankreich sehr schwierig, ohne Studium an einer Elitehochschule wie der ENA (*École Nationale d'Administration*) in hohe politische Ämter zu gelangen. Eine gewisse **literarische Affinität** passt zu dem Image des *Énarque*. In Deutschland hingegen setzt sich der Bundestag auch, aber nicht nur aus Akademikern zusammen, Studienabschlüsse sind keine *sine qua non* für politische Arbeit, auch werden Diplome weniger nach der Universität, die sie verliehen hat, klassifiziert als in Frankreich oder auch im angelsächsischen Kulturkreis.

Aus der häufigeren publizistischen Tätigkeit französischer Politiker resultiert die Tatsache, dass es leichter gelingt, französische Politikerbücher einem Genre wie dem Positionierungsbuch, dem Rechtfertigungs-, Wegweiser- oder Bilanzbuch zuzuordnen, da französische Autoren dazu neigen, jedes dieser Genres einzeln zu bedienen. Deutsche Politiker-Autoren veröffentlichen singular, weswegen sich oft die Merkmale mehrerer Genres in einer Publikation mischen – so auch bei *Mein Deutschland*.

Frank-Walter Steinmeiers Buch übernimmt sowohl die Funktion der Darstellung seiner Herkunft als auch seiner politischen Verdienste und Ziele und seines Wahlkampfrepertoires. Dies erklärt den mit 235 Seiten gegenüber den französischen Pendants deutlich größeren Umfang (Hollande: 166 Seiten, Sarkozy: 159 Seiten). Der Autor veröffentlichte *Mein Deutschland* im Bundestagswahlkampf 2009. Der politische Hintergrund, vor dem er publizierte, ist zu gewissen Teilen mit dem Szenario vergleichbar, das Sarkozy bei der Veröffentlichung von *Ensemble* zu berücksichtigen hatte. Steinmeier amtierte zum Zeitpunkt der Veröffentlichung als Außenminister und Vizekanzler in einer Großen Koalition und war SPD-Kanzlerkandidat für die Bundestagswahl. Er wollte Regierungsverantwortung fortführen, nicht neu erobern – nur die Mehrheitsverhältnisse sollten sich ändern.

³⁴⁵ Delorme-Montini (2002), S. 21

³⁴⁶ Bart (2009), Abschnitt 6

Bereits auf der ersten Seite des Buchs thematisiert er den gewünschten Wechsel und dessen Notwendigkeit: „Jetzt steht unser Land nach fast vier Jahren rot-schwarzer Koalition wieder vor einem wichtigen Einschnitt.“³⁴⁷ Zwar muss sich der Autor deutlich als die bessere Alternative zur amtierenden Kanzlerin positionieren, allzu harsche **Kritik am aktuellen Koalitionspartner** kann jedoch nicht zielführend sein, da es dem Kandidaten die Glaubwürdigkeit nehmen würde. So erlaubt sich Steinmeier lediglich in Bezug auf die Regierung Kohl, die durch die Administration Schröder erfolgreich abgelöst wurde, einen Seitenhieb in Richtung der Union und verweist auf deren angebliche Klientelpolitik: „Mit dieser Art von Politik führte schon Helmut Kohl unser Land in die Sackgasse.“³⁴⁸ Dies ist eine abgeschlossene Ära im Kapitel der CDU und belastet die 2009 aktuell an der Regierung beteiligten Akteure nicht – nur auf solchen Umwegen kann Steinmeier den politischen Kontrahenten diskreditieren. So notwendig die gedrosselte Aggressivität gegenüber dem politischen Gegner für den Mandatsträger in diesem Fall ist, so problematisch ist sie für den Autor im Wahlkampf. Für den Verkaufserfolg des Buchs wäre eine vernichtende Kritik am Gegner förderlich, jedoch ist sie mit den realweltlichen Erfordernissen nicht vereinbar. Symptomatisch für dieses Dilemma ist eine Reaktion des *FAZ*-Feuilleton auf Steinmeiers Buch, dort wird formuliert: „So sympathisch einem die pragmatisch-kommunitaristische Philosophie Steinmeiers sein kann [...], so unklar bleibt doch, worin seine politische Alternative zur großen Koalition bestehen könnte.“³⁴⁹ Der insgesamt wenig emotionale und vor allem wenig kritische Stil Steinmeiers, der der aktuellen politischen Situation geschuldet ist, wird ihm als Autor zum Verhängnis. Jedoch ist er nicht der einzige deutsche Politiker, der sich in seiner Rolle als Autor mit Kritik am politischen Gegner auffällig zurückhält. Der **wenig offensive Umgang** scheint deutschen Politikern (mit Ausnahme von Helmut Schmidt, der jedoch in gleicher Weise mit der eigenen Partei verfährt) im Vergleich zu französischen Politikern eigen zu sein, diese kritisieren Kontrahenten wesentlich schärfer. Dieser Befund mag in den unterschiedlichen politischen Systemen beider Länder begründet sein, denn:

Alle Welt redet über einen Kanzlerkandidaten in Deutschland, als sei er ein Anwärter auf das Präsidentschaftsamt in Frankreich [...], wo durch den plebiszitär begründeten Wahlakt die Popularität des Einzelnen [...] wirklich bedeutsam ist. In Deutschland

³⁴⁷ Steinmeier (2009), S. 7

³⁴⁸ ebd., S. 225

³⁴⁹ Minkmar (2009)

aber wählt man Parteien, die koalitionsgeeignet sein müssen [...]. Das deutsche Regierungssystem prämiert Koalitionsfähigkeit, nicht Spitzenkandidatencharisma.³⁵⁰

Detaillierte Ausführungen zur verfassungsrechtlichen Stellung des französischen Präsidenten im Vergleich zum deutschen Bundeskanzler und eine Einordnung der Bedeutung von Parteien und Mehrheitsverhältnissen in Deutschland und Frankreich sind unter Kapitel III.1.2 zu finden. Die Strategie, über die deutsche Autoren sich für ihre Rolle als Mandatsträger positionieren, muss darin bestehen, neben der eigenen Profilierung auch Kooperationsfähigkeit zu signalisieren.

Über dies hat Steinmeier 2009 mit einem weiteren negativen Vorzeichen zu kämpfen, das die Positionierung seiner eigenen Person als Spitzenkandidat der SPD betrifft. Steinmeier war bis zum Zeitpunkt der Kandidatur mit Aufgaben betraut, die etwas abseits des medialen Fokus lagen und dem weniger interessierten Wähler nicht unbedingt präsent waren – hier ähnelt seine Ausgangssituation der François Hollandes 2012. Bis zur Kandidatur hatte er „[...] stets im Schatten eines wirklich Mächtigen ausschließlich dienend zur Verfügung gestanden [...]. Er war Administrator, kein Politiker“³⁵¹. Was für Sarkozy die *racaille*-Affäre und für Hollande sein Status zwischen zwei dominanten Frauen, das war für Steinmeier der Vorwurf, nicht regieren, sondern nur verwalten zu können – diesen musste er als externen Faktor in seiner Publikationsstrategie berücksichtigen. Um seine **Eignung für das höchste Staatsamt** herauszustreichen, also die eigene Kompetenz zu demonstrieren, nimmt Steinmeier das Thema gleich in seiner Vorbemerkung auf. Die Publikation beginnt mit den Worten: „Warum jetzt ein Buch? Die richtige Frage ist: Warum erst jetzt ein Buch?“³⁵² Mit diesem Statement stellt der Autor klar: Auch schon vor Bekanntwerden seiner Kanzlerkandidatur war er im innersten Machtzirkel tätig und hätte zu berichten gehabt. Nicht mangels Inhalts, sondern aufgrund der Anforderungen durch die Große Koalition konnte das Buchprojekt nicht früher veröffentlicht werden: „Der Rhythmus der Arbeit ließ keine Zeit zum Schreiben.“³⁵³ Nun ist der vielbeschäftigte Politiker Kanzlerkandidat und will dem Volk, das ihn bisher nur als Administrator wahrgenommen hat, seine Persönlichkeit offenbaren – hier steht ganz klar das Ziel der Steigerung des Bekanntheitsgrads, das oben bereits formuliert wurde, im Vordergrund.

³⁵⁰ Walter (2008)

³⁵¹ Walter (2009), S. 291

³⁵² Steinmeier (2009), S. 7

³⁵³ ebd.

Steinmeier schreibt das Buch gemeinsam mit Thomas E. Schmidt, einem Journalist, dem er im Vorwort für die Hilfe bei der „Abfassung“³⁵⁴ dankt – diese Gemeinschaftsarbeit wird allerdings nicht auf dem Cover vermerkt, wie es bei vielen anderen Publikationen, gerade bei Interviewbüchern, der Fall ist. Lediglich auf der hinteren Klappe des Umschlags sind ein knapper Vermerk zu Schmidt und seine Kurzvita zu finden. Dies unterstützt die These, dass Politiker in ihrer Rolle als Autoren im Wahlkampf jeden Anschein von Vermitteltheit vermeiden wollen und darum nicht prominent mit einem Co-Autor auftreten. Thomas E. Schmidt spricht in einem Interview mit *Deutschland Radio* davon, durch die Publikation „einen ziemlich gut vorbereiteten Politikprofi auf der einen Seite, im Sinne von Medienansprüchen an die Kanzlerkandidatur einen relativ Unbekannten“³⁵⁵ vorstellen zu müssen. Steinmeier selbst verweist auf den Charakter seines Buches als Mischung zwischen biografisch gefärbten Elementen und einem „Befund über die Lage unseres Landes in der Zeitenwende“³⁵⁶. Für diese Zeitenwende legt er gleich zu Beginn seines Buchs seine Vision vor:

*Wenn in der Krise eine Hoffnung liegt, dann die, dass wir nach den Jahren des blinden Marktvertrauens zur Besinnung kommen, dass Verantwortung und Vernunft in das Handeln der Akteure zurückkehren, dass es gelingt, die Kräfte des Gemeinsinns zu stärken und den Zerfall von Gesellschaft in egoistische Einzelgruppen aufzuhalten. Darum geht es in den nächsten Jahren. Darum geht es mir.*³⁵⁷

Innerhalb der ersten Seiten gelingt dem Autor so der Bogen von der Legitimation seines Schreibens hin zu seiner Vision für Deutschland. Allerdings ist auch hier ein Rückzug auf Leerformeln, ein floskelhaftes Formulieren festzustellen, das einer möglichst großen Wählerschaft Zustimmung abnötigen und dabei möglichst keine relevanten Gruppen abschrecken soll.

Grundstrategie von Steinmeiers Publikation ist die Darstellung eines Kandidaten, der **absolute Passgenauigkeit mit den Werten seiner Partei** demonstriert und nicht nur dem politischen Denken, sondern auch der Biografie nach ein echter SPD-Politiker ist. Da ihm eigene Distinktionsmerkmale fehlen, die der Wählerschaft präsent wären, lohnt für ihn der Rekurs auf seinen Status als Parteipolitiker – anders ausgedrückt: Seine SPD-Zugehörigkeit

³⁵⁴ Steinmeier (2009), S. 8

³⁵⁵ Schmidt, zitiert nach Bigalke (2009)

³⁵⁶ Steinmeier (2009), S. 8

³⁵⁷ ebd.

ist das Merkmal, mit dem ihn breiteste Wählerschichten assoziieren. Diese Strategie ist die denkbar konfliktärmste, die ihm in der Position des Angreifers auf eine Regierung, die er mit trägt, bleibt: Seine Alternative für das Land besteht in seiner Parteizugehörigkeit; nicht um personelle Neuerungen geht es, er ist ja bereits Vizekanzler, auch nicht darum, die Kanzlerin, die er im politischen Tagesgeschäft aktiv unterstützt, als Person zu diskreditieren – aber die Notwendigkeit eines Wechsels der Partei an der Spitze ist ohne Glaubwürdigkeitsverlust zu proklamieren. Um zu belegen, dass er der richtige Mann ist, um der deutschen Regierung eine stärkere sozialdemokratische Prägung zu geben, setzt Steinmeier auf eine zweischrittige Taktik. Einerseits gibt er ausführlich Einblick in seine Vita, was Identifikationsmöglichkeiten für den Leser schaffen soll und der Demonstration seiner Parteipassung dient, andererseits wuchert er mit seinen politischen Erfolgen und Visionen.

Steinmeier demonstriert den Grad seiner Kongruenz zur SPD durch die Betonung seiner langfristigen, seit frühester Jugend gewachsenen Verankerung in seiner Partei und ihrem ideellen Fundament. Diese Strategie ist ihm nicht allein zu eigen, sondern wird auch von den Autoren Schröder, Kohl und Stoiber verwendet. Sie stärkt die Glaubwürdigkeit und vor allem die Berechenbarkeit des Kandidaten:

*Les convictions les plus profondes ne tombent pas du ciel. Elles remontent au temps de l'enfance ou de la jeunesse, autant dire à une série d'expériences premières et fondatrices qui firent du présidentiable, une fois pour toutes, ce qu'il est devenu.*³⁵⁸

Dazu kommt die Tatsache, **dass in Deutschland „politische Karrieren [...] über politische Parteien [führen].“**³⁵⁹ Sowohl für die Wahrnehmung eines Politikers durch die Wähler als auch für seinen langfristigen Erfolg auf institutioneller Ebene muss ein deutscher Staatsmann eine starke Parteibindung beweisen. So versetzt Steinmeier die Information über seinen Beitritt zu den Jusos 1975 mit der Geschichte seines politischen Erweckungserlebnisses, der Schließung von in seiner Heimatstadt ansässigen Unternehmen und der Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland, die SPD und Gewerkschaften zu verhindern versuchten. Es verwundert nicht, dass der überzeugte SPD-Vertreter eine Kapitelüberschrift wie *Die Modernisierung beginnt* mit dem Untertitel *Rot-Grün an der Macht* ergänzt. Steinmeiers Biografie passt in weiten Teilen gut zu einem SPD-Politiker; als Autor von *Mein Deutschland*

³⁵⁸ Bart (2009), Abschnitt 17

³⁵⁹ Hartmann (2007), S. 43

muss er dafür sorgen, dass der Wähler diese Kohärenz zwischen Partei und Mandatsträger erfasst.

Die Stärkung des Objektes ‚Kanzlerkandidat‘ ist nur im Wege einer Stärkung des Objektes ‚Partei‘ möglich. Dem Spitzenpolitiker wird also daran gelegen sein, nicht nur ein günstiges Image seiner Person zu kommunizieren, sondern gleichzeitig unverändert Wert darauf zu legen, daß dieses Image die Komponente ‚Parteiverbundenheit‘ enthält, und daß zudem ein gutes Image der Partei gepflegt wird.³⁶⁰

Während Gerhard Schröder im Wahlkampf 2005 eine „rhetorische Re-Sozialdemokratisierung der SPD“³⁶¹ gelungen war, setzt Steinmeier in seinem Buch 2009 weniger auf sozialdemokratische Semantik als vielmehr auf solche Symbolik. Die von ihm aufgenommenen Themen wie Arbeiterschaft und Arbeitsmarkt, gesellschaftlicher Zusammenhalt und die Probleme der Mittelschicht tragen der Parteizugehörigkeit des Kandidaten Rechnung. „Dieser Wert des kontinuierlichen und kollektiven Webens an der sozialen Textur ist ein Leitgedanke im Buch.“³⁶² So gibt der Kanzlerkandidat zu bedenken: „Nach wie vor geht ein großer Riss durch unser Land. Noch immer gibt es viel zu viele Menschen, die am Rand der Gesellschaft leben. Und die Sprachlosigkeit zwischen den unterschiedlichen Gruppen, nicht nur zwischen unten und oben, nimmt zu.“³⁶³ Das **sozialdemokratische Gedankengut** wird in alltäglicher Anwendung aufgenommen und als logische Konsequenz der sozialen Gegebenheiten im Land aufgeführt. Darüber hinaus zitiert Steinmeier in seinem Werk jedoch auch dem konservativen Lager zugeordnete Werte wie die Familie: „Aus Ehe und Familie sind keineswegs Auslaufmodelle sozialer Beziehungen geworden.“³⁶⁴ Mit diesen sozialen Themen schlägt Steinmeier die Brücke zwischen der Darstellung seiner Person, seiner Ideale und ihrer vielschichtigen realweltlichen Anwendung. Die emotionale Seite des politischen Tagesgeschäfts zu betonen, ist in Wahlkampfzeiten förderlich. Darüber hinaus ist das Gebiet der Sozialpolitik eine Enklave, die Steinmeier gegenüber seiner in diesem Bereich nicht über die Maßen präsenten Gegnerin besetzen kann und muss.

³⁶⁰ Zelle (1995), S. 91

³⁶¹ Brettschneider (2005), S. 23

³⁶² Minkmar (2009)

³⁶³ Steinmeier (2009), S. 102

³⁶⁴ ebd., S. 73

Neben der Demonstration von Parteipassung setzt der Autor auch auf eine besondere Strategie zur **lokalen Verortung** seiner Person. Er beginnt sein Buch mit einem stark autobiografisch geprägten Kapitel unter dem Banner *Ein Kind der Bundesrepublik*. Hier wird deutlich, worin der Unterschied zu französischen Wahlkämpfern besteht: Die Kapitelüberschrift *Ein Kind Deutschlands* wäre hier aufgrund der deutschen Geschichte und des Missbrauchs des Adjektivs „deutsch“ im Nationalsozialismus in einer Wahlkampfpublikation nicht angeraten. Steinmeier will sich trotzdem als mit dem Land verbunden darstellen, das er regieren will – er schafft diesen Spagat, indem er sich auf die Zitation der Staatsform, der Bundesrepublik, zurückzieht. Diese ist als demokratische Staatsform positiv besetzt, zumal sie die Diktatur des Dritten Reichs ablöste. In Frankreich wäre ein Titel wie „Un enfant français“ in einer Wahlkampfschrift durchaus denkbar, zumal die Alternative, „Un enfant de la République“, Verwirrung darüber stiften könnte, als ein Kind welcher (der V. oder IV. ...) Republik der Autor sich so verorten würde. Das patriotische Moment würde jedoch links des Rheins keine Irritationen hervorrufen. Allerdings definiert Steinmeier trotz dieser national gefassten Kapitelüberschrift (die als temporäre und nicht als nationalelitäre Verankerung angelegt ist) einen sehr **regionalen Heimatbegriff** – ein Element, das viele deutsche Politiker verwenden, um nationalistische Konnotationen zu vermeiden und sich trotzdem als stolze Vertreter ihres Landes zu präsentieren. Deutsche Politiker instrumentalisieren Lokalpatriotismus zur Selbstinszenierung – ein bodenständiger Pfälzer wie Kohl, ein heimattreuer Bayer wie Stoiber, der sich stolz als „Vertreter eines Zwölf-Millionen-Fleckens“³⁶⁵ betitelt, ein in Brakelsiek verwurzelter Frank-Walter Steinmeier sind in Deutschland besser vermittelbar als ein von Nationalstolz geprägter Bundespolitiker. Auch in Frankreich erwähnen die Autoren zwar ihre regionale Verwurzelung, so z. B. Hollande und Chirac in der Corrèze, es ist aber stets klar, dass diese gegenüber der Zugehörigkeit zur *Grande Nation* im Hintergrund steht. Steinmeier hingegen betont, er habe immer noch engen Kontakt zu den Einwohnern seiner Heimatgemeinde³⁶⁶ und habe im Lippischen die wichtigsten Grundlagen für sein Leben als Mensch und Politiker gelernt:

Mich haben mein Studium und meine politische Arbeit, davon fünfzehn Jahre mit Gerhard Schröder, natürlich stark geprägt. Was ich aber aus Brakelsiek

³⁶⁵ Stoiber (2012), S. 218

³⁶⁶ vgl. Steinmeier (2009), S. 11

*mitgenommen habe, sind gesunder Menschenverstand, tiefe Abneigung gegen Aufschneiderei und eine gute Portion Gelassenheit.*³⁶⁷

Neben der Identifikationsfolie des Lokalpatriotismus bietet der Autor Steinmeier hier auch das Postulat von Bodenständigkeit an. Auch diese Folie würde sich in Frankreich so nicht finden – wohl kann Sarkozy über seine kleinbürgerliche Kindheit als Einwandererkind auch im Wahlkampf sprechen, jedoch nur, um gleich darauf seinen Aufstieg durch Leistung zu betonen. Französischen Politikern ist ein elitäres, auch auf die oft vorhandene ENA-Ausbildung zurückzuführendes Image eigen – das Bild des französischen Präsidenten wurde oben bereits dem Bild gegenübergestellt, das der deutsche Bundeskanzler in den Köpfen der Wähler und in seiner Selbstdarstellung einnimmt. In Deutschland sprechen regionale Identifikation und Bodenhaftung eher für als gegen einen Kanzlerkandidaten. Steinmeiers lokale Verortung steht der Konnotation von Berlin mit politischen Intrigen, Macht und Inszenierung gegenüber und nährt das Image eines einfachen Mannes, der aufgrund von glücklichen Umständen an die Spitze der Bundespolitik kam, ohne seine Wurzeln zu verlieren. Erneut ist eine Vereinnahmung des Lesers/Wählers zu einer dem politischen Establishment entgegenstehenden Einheit mit dem Autor erkennbar. Sie trägt auch zur Betonung des sozialdemokratischen Hintergrunds Steinmeiers bei.

Darüber hinaus kann der wie eine Autobiografie zu lesende Anfang des Buchs mit Anekdoten aus Kindheit und Jugend Steinbrücks dem milden affektiven Wirkziel des *Delectare* zugerechnet werden. Der Autor beginnt zunächst mit einem narrativ angelegten Kapitel und stellt den „ästhetischen Genuss des Publikums“³⁶⁸ vor dem Informieren und Argumentieren in den Fokus. So soll der Zugang zum Politikerbuch erleichtert werden, damit die Aufmerksamkeit auch für seine folgenden Positionierungsversuche gewährleistet ist.

Nicht nur, was die Referenz auf die eigene Nation angeht, auch in der „**historischen**“ **Positionierung der eigenen Person** müssen deutsche Autoren gekonnt agieren. Die Lehren der deutschen Geschichte sind ein externe Faktor, der die Wahl der Strategie beeinflusst. Für alle deutschen Bürger, die das Dritte Reich noch erlebt haben, stellt sich die Frage nach deren Agieren unter diesem totalitären Regime. Politiker aus der Generation von Helmut Schmidt verweisen in ihren Werken auf eigene leidvolle Kriegserfahrungen und distanzieren sich über selbst erlebte Not von der politischen Ideologie der Nationalsozialisten. Volksvertreter der

³⁶⁷ Steinmeier (2009), S. 13

³⁶⁸ Plett (2001), S. 3

Jahrgänge von Schröder und Stoiber verweisen auf eigene Kindheitserfahrungen im Deutschland der Nachkriegsjahre, z. B. auf das Leben ohne den vermissten oder gefallenen Vater; darüber hinaus stellen sie die Tatsache heraus, aufgrund ihres Alters an den Nazi-Gräueln nicht aktiv beteiligt gewesen sein zu können. Auch sie weisen so ihre Distanz zu diesem Regime nach. Dieser Referenz auf die vaterlose Generation entspricht in Frankreich ein verschriftlichtes Andenken an die *Résistance*-Kämpfer, das oben bereits herausgearbeitet wurde – die unterschiedlichen Rollen beider Nationen in den 30er und 40er Jahren des 20. Jahrhunderts schlagen sich hier erneut in unterschiedlichen Positionierungsstrategien nieder.

Steinmeier, geboren 1956, gibt nun der jüngeren Generation, die bereits in einer gefestigten, wenn auch noch geteilten Bundesrepublik sozialisiert wurde, eine Projektionsfläche. Er schreibt: „Ich wuchs auf, als die Nachkriegszeit zu Ende ging.“³⁶⁹ In seinem Buch ist es notwendig, die eigene Biografie mit der deutschen Nachkriegsrealität zu verknüpfen. Dass es zu dieser Zeit nicht einfach war, den Grundstein für ein späteres Leben als Spitzenpolitiker zu legen, betont Steinmeier durchaus:

Wo ich herkomme, redete man allerdings nicht viel vom ‚Wirtschaftswunder‘. [...] Unsere Gegend zwischen dem Teutoburger Wald und dem Weserbergland war nie wohlhabend gewesen. Das macht Leute nicht gerade schwärmerisch. [...] Wenn du etwas haben willst, musst du lange dafür arbeiten – auch das gehörte bei uns zu den Lehren.³⁷⁰

Hier entspricht Steinmeier dem Credo, dass politische Botschaften immer **inklusiv** und zugleich **exklusiv** sein müssen: „Möglichst breite Wählerschichten müssen sich angesprochen fühlen, dennoch muss das Profil von Parteien erkennbar sein.“³⁷¹ Über den Aufruf einer typischen, moderaten Arbeiterkindheit schafft Steinmeiner Inklusivität; viele Bundesbürger seiner Jahrgänge können sich mit Aussagen wie: „Aufstieg durch Abitur und vielleicht sogar Studium war für uns im Grunde nicht vorgesehen“³⁷² identifizieren. Darüber hinaus betont er die Passung seiner Person und damit der SPD zu ihrem klassischen Elektorat, das sich traditionell in Arbeiterschichten und Kleinbürgertum fand, und verschafft seinen Aussagen so

³⁶⁹ Steinmeier (2009), S. 9

³⁷⁰ ebd., S. 10

³⁷¹ Machnig (2002), S. 151

³⁷² Steinmeier (2009), S. 24

Exklusivität. Durch diesen Spagat laufen Parteipassung und gleichzeitige Ansprache einer breiten Wählerschaft parallel.

Die eigene **Entfaltung durch weiterführende Bildung** wird an vielen Stellen als prägendes Erlebnis für den Kanzlerkandidaten Steinmeier angeführt, er präsentiert sich dem Wähler als dankbarer sozialer Aufsteiger durch harte Arbeit – und setzt sich dadurch von Autoren/Politikern wie z. B. Karl-Theodor zu Guttenberg ab, die aus einer vergleichsweise komfortablen Position heraus auf das politische Parkett traten. „Der Kandidat empfiehlt sich gezielt auch durch persönliche, rollenfremde Charakteristika für das politische Amt.“³⁷³ Seine Biografie wird als Alleinstellungsmerkmal des Mandatsträgers inszeniert. Auch im Vergleich mit Sarkozy ist hier ein Unterschied in der Ausrichtung des Buchs zu erkennen, denn Sarkozy formuliert seine eigene Aufsteigergeschichte als Aufforderung an jeden Bürger, es ihm gleichzutun, während Steinmeier die eigene Dankbarkeit in den Fokus rückt, also auf den Bescheidenheitstopos referenziert.

Auf inhaltlicher Ebene bemüht sich Steinmeier wie eben belegt, seine Bodenständigkeit durch die Betonung seiner Herkunft zu demonstrieren. Auch sein stilistisches Niveau gleicht sich diesem Image an, er vermeidet politisch aufgeladene Schachtelsätze, um weiterhin Sympathien aufseiten der Leser- und Wählerschaft zu gewinnen. Der Autor betont: „Bevor du die Politik machen kannst, die du für richtig hältst, musst du die Gesellschaft gewinnen.“³⁷⁴ Dies gelingt leichter, wenn der **Stil politischer Kommunikation** von gebräuchlichen Vokabeln, leicht nachvollziehbaren Satzkonstruktionen und einem persönlichen Stil geprägt ist, worauf Steinmeier streng achtet. Damit entspricht er der Forderung an Politiker, nicht durch den überbordenden Gebrauch von Expertensprache Wähler-/Leserschichten zu exkludieren. Vergleicht man z. B. den Stil eines Jacques Chirac mit deutschen Publikationen, so ist klar die Handschrift eines *Énarque* zu erkennen, der ausgeschmückter formuliert, ein metaphorisch aufgeladenes Vokabular verwendet, kurz: den literarischen Aspekt eines Politikerbuchs deutlicher in den Vordergrund stellt. Als diametral entgegengesetztes Beispiel zum herkömmlichen Stil deutscher Politikerbücher muss Karl-Theodor zu Guttenbergs *Vorerst gescheitert* aufgrund seines elaborierten Gesprächsstils und des weltmännischen Habitus des Autors angesehen werden. Dieses Buch verweist allerdings ganz dezidiert auf jene elitären, den Trivialmythos generierenden Elemente, die zu Guttenbergs Image vor der Plagiatsaffäre ausmachten. Auch die Inszenierung seines Buchs über Giovanni di Lorenzo und die *Zeit* dient der intendierten Wirkung von Autor und Publikation. Hier funktioniert

³⁷³ Holtz-Bacha (2006), S. 14

³⁷⁴ Steinmeier (2009), S. 31

Leserbindung weniger über Identifikation als über das Interesse an einer schillernden Persönlichkeit. Da Steinmeier eine solche für sich nicht in Anspruch nehmen kann, muss er die Folie der Identifikationsfigur betonen.

Dazu gehört, neben der regionalen und sozialen Verortung, in einem nächsten Schritt auch die Demonstration seines Wissens um und Verständnisses für die Bedenken der Wählerschaft, was umstrittene politische Themen angeht. Aufgrund der deutschen Geschichte gehören dazu auch immer wieder Diskussionen um Auslandseinsätze der Bundeswehr. Steinmeier demonstriert seine Bürgernähe u. a. in Bezug auf den Einsatz in Afghanistan, der in seine Amtszeit als Vizekanzler fiel:

Ich weiß aus vielen Gesprächen in meinem Brandenburger Wahlkreis, wie kritisch unser Engagement vor allem in Ostdeutschland gesehen wird. Ich erzähle dann über meine eigenen Erfahrungen in Afghanistan, von meinen Begegnungen mit Politikern, aber auch mit vielen einfachen Menschen. Über die Dankbarkeit, die uns fast überall entgegenschlägt [...].³⁷⁵

Der Autor verbindet hier das Sachproblem mit einem emotionalen Überbau. Er, so suggeriert er, ist der Mann, der sowohl mit einfachen Menschen als auch mit Spitzenpolitikern versiert umgeht, der Kompetenz und Empathie vereint. Dieses Image will er der Gegenkandidatin Angela Merkel entgegenstellen, die sich wenig empathisch und emotional präsentiert.

Der Autor diskutiert aktuelle Probleme, um sich als Realpolitiker mit breit gefächertem **Expertenwissen** zu profilieren. Die Themenkomplexe werden parallel zu seiner Vita abgearbeitet. Er definiert sich als erfahrenen ‚Lenker‘, zitiert seine „zehn Jahre in drei Bundesregierungen“³⁷⁶ und setzt seinem Ich, das aus den Erfahrungen der Kindheit entstanden ist, eine eigenständige Persönlichkeit auf: „Schröder meinte später, ich sei anders gewesen als die anderen, ich hätte Selbstbewusstsein ausgestrahlt. Er mochte das, er hatte selbst genug davon.“³⁷⁷ Aus dem „Kind der Bundesrepublik“ ist also ein zum Regieren gut geeigneter Politiker geworden, so Steinmeiers Botschaft. So sehr Persönlichkeit und Identifikation zum Wahlerfolg beitragen können und so sinnvoll darum private Versatzstücke in einem Politikerbuch sind, so sehr gilt jedoch auch die Maxime: „Die ‚**Marke Mensch**‘ ist für die Wahlentscheidung weniger relevant als die ‚**Marke Politiker**‘.“³⁷⁸ Neben der

³⁷⁵ Steinmeier (2009), S. 197

³⁷⁶ ebd., S. 54

³⁷⁷ ebd., S. 59

³⁷⁸ Brettschneider (2006), S. 110

Demonstration von Sachkompetenz setzt Steinmeier deswegen auf die **Assoziation seiner eigenen Person mit Persönlichkeiten**, deren Werte, Popularität oder Bekanntheit ihm dienlich erscheinen, und die er als Berufspolitiker kennt. So spricht er von seinem „Freund und Kirchentagspräsidenten, Eckard Nagel“³⁷⁹, berichtet von Gesprächen „mit Gouverneur Arnold Schwarzenegger“³⁸⁰ und „mit Wladimir Putin und Dimitri Medwedjew“³⁸¹. Der Autor setzt hier auf eine Strategie, die in der Aufrufung von Wählern im Wechsel mit Persönlichkeiten besteht; oben wurde bereits auf die Bürger-Gespräche zur Afghanistan-Problematik hingewiesen, die **Volksnähe** suggerieren, angeschlossen wird hier das Element der **Autoritäten** – auf beiden Feldern inszeniert sich Steinmeier als Zuhörer, Verstehender und geschätzter Gesprächspartner. Darüber hinaus positioniert er sich mit dem Aufruf von Persönlichkeiten als Politiker von Weltrang, der mit internationalen politischen Größen auf Augenhöhe verkehrt. Um seine Kompetenzen besonders hervorzuheben, verweist er auf das ihm aktuell anvertraute und besonders prestigereiche Ressort der Außenpolitik. Hier ist erneut die deutsche Geschichte zu evozieren: Die Rolle des Außenministers, der die Beziehungen zu anderen Nationen pflegt und Deutschland nach außen hin vertritt, ist im Untersuchungszeitraum immens wichtig. Deutschland hat sich im 20. Jahrhundert von einem Aggressor, der beide Weltkriege auslöste, zum Motor Europas und zu einem Land mit hoher Innovationskraft entwickelt. Der Minister, der dieses Deutschland nach der Wiedervereinigung vertritt, hat automatisch Anteil an seinem Prestige – es ist für Steinmeier dienlich, sich diesen Amtsbonus auch als Argument im Wahlkampf zunutze zu machen. Er demonstriert über das Ressort und den Aufruf bekannter Namen das, was man nach rhetorischen Gesichtspunkten als das „Prestige des Rhetors“³⁸² bezeichnen könnte – beide Komponenten stützten sein Image.

Insgesamt ist festzuhalten, dass Steinmeier in seinem Wahlkampfbuch drei Ziele verfolgt: Einerseits will er seine **Kompetenz als Realpolitiker** darstellen, will inhaltlich wahrgenommen werden und aus der zweiten Reihe des politischen Personals heraustreten. Andererseits stellt er seine Person als ganz und gar mit den **Werten der SPD** konform dar, wohl vor allem, um einen Angriffswahlkampf auf dem Umweg der parteilichen Differenz gegen Angela Merkel zu ermöglichen. Schließlich betont er seine **regionale Verwurzelung**, um Bodenständigkeit zu demonstrieren und Sympathien zu generieren. Alle drei Ziele scheinen vor dem politischen Hintergrund sinnvoll, wirken aber nicht unbedingt als

³⁷⁹ Steinmeier (2009), S. 148

³⁸⁰ ebd., S. 178

³⁸¹ ebd., S. 212

³⁸² Grieswelle (1978), S. 28

Lesermagnet. Die Wahlkampf Bücher der oben verhandelten französischen Autoren wuchern mit geringerem Umfang, höherem Tempo in der Darstellung und zugespitzten Aussagen. Dazu erscheinen sie in der heißen Wahlkampfphase, während Steinmeiers Buch mit einem Erscheinungstermin sechs Monate vor der Wahl noch nicht mit dem größten Interesse in der Bevölkerung rechnen kann. Es hat also im bilateralen Vergleich schlechtere Voraussetzungen, um ein großes Publikum zu erreichen – allerdings bleibt der Vorteil, dass das Buch nicht in großer Konkurrenz zu anderen, häufig publizierenden Politikerautoren steht. Darüber hinaus ist sein Buch aufgrund der biografischen Komponenten weniger speziell auf die Wahlsituation 2009 zu geschnitten als im Falle der oben untersuchten Bücher – Steinmeiers Publikation kann also über einen längeren Zeitraum abgesetzt werden. Diese Situation spiegelt symptomatisch die unterschiedlichen Voraussetzungen wider, mit denen Politautoren in Deutschland und Frankreich zu rechnen haben.

IV.1.1.3 Helmut Schmidt und Peer Steinbrück: *Zug um Zug* (2011) – Wahlkampf *ex libris* und mediale Inszenierung

Zug um Zug erschien mit einem Redaktionsschluss am 1. September 2011. Zu diesem Zeitpunkt war die Frage nach dem Kanzlerkandidaten der SPD für die Bundestagswahl 2013 noch nicht geklärt, die gemeinsame Publikation eines der potenziellen Anwärter auf die Kandidatur und der „Grauen Eminenz“ der Partei – und dem intellektuellen Prüfstein mehrerer Politikergenerationen – stellte jedoch eine klare Handlungsempfehlung an die SPD dar. Dass das Buch nicht in der heißen Wahlkampfphase, sondern bereits deutlich davor erschien, trägt einem aktuellen Phänomen in westlichen Demokratien Rechnung: „Unter den Bedingungen der Mediengesellschaft müssen Parteien auch jenseits von Wahlkampfzeiten ihre **Kampagnenfähigkeit** unter Beweis stellen.“³⁸³ Für Spitzenkandidaten gilt dieser Befund ebenso – *Zug um Zug* ist ein Beispiel für den Umgang mit der Problematik in der Realität.

Oben wurde bereits auf zentrale Aspekte verwiesen, die die Sonderstellung dieses Buchs im Teilkorpus der Wahlkampf Bücher ausmachen. Es ist ein Beispiel dafür, dass eine Publikation Plattform *für* und Anlass *zur* Inszenierung eines Politikers sein kann. In gewissem Grad trifft dies auf alle untersuchten Bücher zu, denn aktive und ehemalige Politiker publizieren nicht in erster Linie als Literaten, sondern als Werber in eigener Sache. Im vorliegenden Fall werden die Mechanismen aber besonders deutlich. Schon durch die Wahl *eines* Co-Autors, eine für das Wahlkampf Buch untypische Variante, und die Wahl *des* Co-Autors in diesem speziellen Fall, wird Inszenierung betrieben.

³⁸³ Jarren/Donges (2002), S. 160

Schmidt und Steinbrück wenden eine **generationenübergreifende Strategie** an, um ein möglichst authentisches, vielen Wählern als Identifikationsfolie dienliches Personal zur Verfügung zu stellen. Die Autorenkonstellation verspricht eine Paarung aus Altersweisheit und Charisma mit Innovationskraft und aktuellem Fachwissen. Ein ähnlich angelegtes Buch ist auch auf liberaler Seite zu finden: Hans-Dietrich Genscher und Christian Lindner veröffentlichten 2013 den Titel *Brückenschläge. Zwei Generationen, eine Leidenschaft* (Hoffmann und Campe, Hamburg). Beide Publikationen verbinden das Prestige des älteren Politikers, der mit hohen politischen Ämtern konnotiert ist und eine historisch bedeutende Rolle einnimmt, mit einem Vertreter der aktuellen Politikergeneration, dem er die Geschicke des Landes anzuvertrauen rät. Die Strategie dient zum Ausweis der Expertise beider Autoren, die als Kaufanreiz und Legitimation der Publikation dient.

Schmidt kokettiert darüber hinaus mit der Würde seines **hohen Alters**, über das er auf seinen großen Erfahrungsschatz referenziert, auf der anderen Seite aber auch Steinbrück als potenziellen Kanzler einer neuen Generation positioniert. Denn im Untersuchungszeitraum nimmt der Autor Helmut Schmidt eine **Mittlerfunktion** zwischen Politikern und Wahlvolk, zwischen Politik und Publizistik ein. Die sehr große Popularität Schmidts liegt unter anderem darin begründet, dass dieser als „überparteilicher Problemlöser [auftritt], der mit väterlicher Autorität und analytischer Schärfe eine an Komplexität gewinnende Welt erklärt.“³⁸⁴ *Zug um Zug* rekrutiert Leser mit der Prominenz und Popularität Schmidts und ist damit ein Beleg für die These, dass allein die Darstellung der politischen Diskussionen und Themenkomplexe nicht mehr genügt im Kampf um die Aufmerksamkeit des Lesers und Wählers. Vielmehr müssen Parteien und Kandidaten neue Wege finden, um sich auch dem weniger interessierten Wähler zu präsentieren – erneut ist Personalisierung ein Lösungsansatz für dieses Vermittlungsproblem.

Im Zuge dieser Feststellung ist die publizistische Positionierung des Autors Steinbrück in *Zug um Zug* als Kandidat interessant. Es fällt auf, dass er als Wunsch-Kanzlerkandidat Schmidts, als individuelle Person und Wirtschaftsexperte, weniger als Vertreter der SPD inszeniert wird. In Zeiten schwindender Parteibindungen und wachsender Personalisierungstendenzen ist dies eine sinnvolle Strategie – zumal die K-Frage 2011 noch ungeklärt ist. Die große Glaubwürdigkeit Schmidts hängt mit seinem altersbedingten Abstand von der aktiven Politik zusammen, aber auch mit dem **ambivalenten Verhältnis**, das er zu seiner eigenen Partei hat. Als Publizist und Talkshowgast ist er sehr populär, hier spricht er als Bundeskanzler a. D. und Elder Statesman, weniger als SPD-Mitglied. Betrachtet man sein Verhältnis zur Partei, so ist

³⁸⁴ Stein (2011)

es zwiespältig: Zwar ist er ihre Gallionsfigur wie Hans-Dietrich Genscher für die FDP, allerdings geht er mit ihr publizistisch teilweise härter ins Gericht als sogar mit der Union. Auf der Grundlage dieser Fakten verwundert es nicht, dass Schmidt und Steinbrück eines ihrer Kapitel mit *Erst das Land, dann die Partei* überschreiben. An sich ist diese Maxime in demokratischen Systemen eine Selbstverständlichkeit, jedoch muss sie, von diesem Autoren-Duo geäußert, auch auf einer zweiten Ebene interpretiert werden. Steinbrücks potenzielle Kandidatur wird in der Publikation weniger über seine politische Heimat und Partei, als vielmehr über das Vertrauen gerechtfertigt, das Schmidt in ihn setzt. Er ist die Institution, die Steinbrück als Kanzlerkandidat einsetzen möchte und aufgrund der eigenen politischen Biografie auch das Recht und die notwendige Sachkenntnis dazu hat, so wird suggeriert. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass ein auf die K-Frage hin interpretierbares Kapitel unter dem Titel *Gewinnen wollen* im Buch zu finden ist. Allerdings wäre eine Publikationsstrategie, die ausschließlich auf eine Empfehlung Steinbrücks durch Schmidt ohne weitere Untermauerung setzt, nicht zielführend. Darum muss diese Ausgangssituation mit einem inhaltlichen Fundament versehen werden. Schmidt und Steinbrück tun das in ihrer Publikation über die Demonstration von großer politischer **Expertise** des Autors Steinbrück – Schmidt ist diese als Publizist ohnehin inhärent –, um ihn in seiner Rolle als Mandatsträger als idealen Kanzlerkandidat auszuweisen. Dies geschieht unter anderem über die Inszenierung Steinbrücks als **Krisenmanager**, wie auch Schmidt einer war: „Beiden traut man Ausnahmezustandsbewältigung zu; beide gelten als Männer für das große Ganze.“³⁸⁵ Hier wirken Schmidts Erfolge während seiner Zeit als aktiver Politiker nach wie die Bewältigung der Ölkrisen in den 70er Jahren, das Management der Sturmflut in Hamburg 1962 oder sein Umgang mit dem linksextremen Terror der RAF. Es handelt sich dabei um das Phänomen der **Assimilations-Kontrast-Hypothese**³⁸⁶. Die Hypothese besagt, dass Ähnliches als gleich, weniger Ähnliches als komplett verschieden angesehen wird. Diesen Effekt machen sich Schmidt und Steinbrück zunutze: Steinbrück soll als „schmidt-ähnlich“ positioniert werden und von dessen großem Rückhalt in der Bevölkerung profitieren. Man kann diesen Schachzug als Aufruf einer „Alles-im-Griff-Attitüde“³⁸⁷ ansehen. Als absolut „schmidt-unähnlich“ wird im Werk die Antagonistin Steinbrücks im Wahlfall, Angela Merkel, konnotiert. So findet gleichzeitig eine Stärkung Steinbrücks und eine Schwächung Merkels statt.

Steinbrück wird vor allem als Vertreter besonderer **Problemlösungskompetenz** im Bereich der **Wirtschaft** inszeniert. Dies geschieht im Buch über die Referenz auf seine Erfolge aus

³⁸⁵ Stein (2011)

³⁸⁶ Ausführungen dazu vgl. Grieswelle (1978), S. 35

³⁸⁷ Klein (2014), S. 41

der Zeit der Großen Koalition, v. a. in Bezug auf die Finanzkrise. Mit dieser thematischen Ausrichtung fügt sich das Buch gut in die werkübergreifende Publikationsstrategie ein, die Steinbrück schon vor und auch nach *Zug um Zug* verfolgte. Er will das für gewöhnlich von konservativen Kräften besetzte Wirtschaftsthema für die SPD füllen; diesem Zweck diene auch sein 2010 erschienenes Buch *Unterm Strich* (Hoffmann und Campe, Hamburg). Ebenso greift seine aktuelle Publikation *Vertagte Zukunft* (Hoffmann und Campe, Hamburg 2015), eine Analyse des Status Quo der deutschen Gesellschaft, das Problem von einer wirtschaftlichen Seite aus an. Jedoch hat sich Steinbrücks Produktlebenszyklus als Politiker verändert, was ihn auch als Autor im Jahr 2015 prägt: Er schreibt nicht mehr als Wahlkampfpublizist, sondern ist mittlerweile in die Riege der Wegweiserbuch-Autoren aufgestiegen. Hier kann er von seiner eigenen Expertise profitieren, eine Legitimation über Schmidt ist nicht mehr notwendig. Seiner Publikationsstrategie, die die Legitimierung des Autors Steinbrück über seine Wirtschaftskompetenz als (ehemaliger) Mandatsträger abrufte, bleibt er aber auch 2015 treu.

Von besonderem Interesse ist die **Konzeption der Gesprächssituation** von *Zug um Zug*, die im Folgenden untersucht wird. Dem dialogischen Aufbau des Buchs ist der stattliche Umfang von 303 Seiten geschuldet – hier agiert nicht ein fragender Journalist mit geringem Redeanteil als Gegenpart Steinbrücks, sondern eine bedeutende Persönlichkeit der jüngsten deutschen Geschichte, die einen mindestens ebenso großen Anteil am Gespräch hat wie der potentielle Kanzlerkandidat. Die Position Helmut Schmidts als Freund Steinbrücks, jedoch mehr als Geschäftsfreund denn als Intimus – jeder Anschein einer Beeinträchtigung des Urteilsvermögens muss vermieden werden –, zeigt sich in der Anrede mit Vornamen und ‚Sie‘, die beide Politiker im Buch nutzen. So wird zwar eine gewisse Vertrautheit suggeriert, zu große Nähe, die den Blick Schmidts auf den potenziellen Kanzlerkandidaten trüben könnte, entfällt jedoch. Darüber hinaus werden ein hohes Maß an Authentizität und eine scheinbar neutrale Position der Autoren zueinander suggeriert, wenn wie zufällig Uneinigkeit über sorgfältig gesetzte Themen entsteht. Schmidt korrigiert Steinbrück offen, sowohl aktuelle Anlässe wie die genaue Route seiner letzten Amerikareise als auch historische Zusammenhänge betreffend. Diese Richtigstellungen sind im Buch auch in der Gegenrichtung zu finden und demonstrieren erneut das Stattfinden eines Gesprächs auf Augenhöhe. Die Korrekturen durch Schmidt werden darüber hinaus durch die große Wertschätzung aufgewogen, die er Steinbrücks Meinung über aktuelle Sachthemen entgegenbringt. So befragt er ihn zu seiner Einschätzung politischer Phänomene, wie z. B.

bezüglich des Einflusses von Angela Merkels ostdeutscher Sozialisation in Verbindung mit ihrer Kanzlerschaft auf die „psychische[n] und seelische[n] Vereinigung“³⁸⁸ Deutschlands. Dass Schmidt und Steinbrück einander große Wertschätzung entgegenbringen, steht außer Frage. Der Betonung dieser Eintracht dient auch die Anlage des Buchs als scheinbares **Privatgespräch** – nur in seltenen Fällen wird die von außen gesteuerte und auf Außenwirkung hin angelegte Gesprächsführung kommentiert, so z. B. zum Thema Israel wie folgt durch Schmidt: „Ich würde uns empfehlen, das Gespräch über Israel nicht auszuweiten. Was immer wir dazu sagen, wir machen uns damit keine Freunde.“³⁸⁹ Die implizit anwesende Öffentlichkeit und die große Bedeutung der öffentlichen Meinung für die Autoren klingt hier durchaus an und macht deutlich, dass die Themenauswahl und -darstellung keineswegs zufällig, sondern vor diesem Hintergrund detailliert durchdacht wurde. Auch hinsichtlich der Finanzkrise verweist Schmidt auf das Publikum, für das das Gespräch geführt wird: „Peer, ich schlage vor, dass wir dieses hochkomplizierte Terrain im Interesse unserer Leser verlassen.“³⁹⁰ Ebenso verweist der letzte Satz der Publikation, „Dann schalten wir das Aufnahmegerät jetzt ab“³⁹¹, auf die nicht natürliche Gesprächssituation, aber auch auf die Authentizität der Wiedergabe: Suggestiert wird das detailgetreue Transkript eines Gesprächs bis hin zu scheinbar unwichtigen Nebensätzen. Einwürfe von Schmidt wie „Peer, darf ich dazwischenfahren?“ oder „Entschuldigen Sie, Peer, diese Abschweifung [...]“³⁹² verstärken diesen Anschein. Ziel der Strategie Privatgespräch ist zunächst die Demonstration von Kompetenz, die schon in einer scheinbar alltäglichen Diskussion durch große politische Sachkenntnis und klare Einschätzungen zur Weltpolitik und -wirtschaft aufgezeigt wird. Darüber hinaus ist in diesem Aufbau das mündliche Pendant zu Nicolas Sarkozys briefähnlicher Anlage von *Ensemble* zu sehen: Während dieser Nähe aufbaut, indem er seiner Leserschaft die Situation eines Briefs suggeriert, lassen Schmidt und Steinbrück den Rezipienten an einem Zwiegespräch teilhaben – auch hier soll die Distanz zwischen Politiker und Rezipient/Wähler scheinbar vermindert werden. Natürlich ist die Gesprächssituation und die damit suggerierte Intimität und Spontaneität fingiert – keines der angesprochenen Themen ergibt sich aus dem Gesprächsfluss, alle Akzente sind wohlüberlegt gesetzt.

Schmidt und Steinbrück wollen in *Zug um Zug* jedoch nicht ausschließlich ihre Expertise demonstrieren und in theoretischen Gedankenspielen verhaftet bleiben, vielmehr suggerieren sie im Buch Glaubwürdigkeit und Kompetenz über **große Realitätsbezogenheit**. *Zug um Zug*

³⁸⁸ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 87

³⁸⁹ ebd., S. 26

³⁹⁰ ebd., S. 253

³⁹¹ ebd., S. 303

³⁹² beide ebd., S. 15

beginnt ohne Einleitung, scheinbar mitten in einem Dialog, Steinbrück eröffnet: „Das politisch beherrschende Thema dieser Monate ist – neben den Turbulenzen in der europäischen Wirtschaftsunion – die Lage und Perspektive der USA. Helmut, Sie waren jüngst in den USA [...].“³⁹³ Dieser Einstieg vermittelt auf zwei Ebenen den Eindruck großer Aktualität: Einerseits beginnen die Gesprächspartner ohne jegliches Vorwort oder sonstige einleitende Sätze eine Diskussion über die akuten Probleme der Weltwirtschaft. Eine übergeordnete Instanz ist nicht nötig. Andererseits hat sich Schmidt vor kurzem in den USA, dem Brennpunkt der Finanzkrise, ein Bild der Lage gemacht – die vorliegenden Informationen kommen also von einem Kenner der Materie und einem Augenzeugen der amerikanischen Verhältnisse. Damit wird gleich zu Beginn der Publikation die unwiderlegbare Relevanz der Autoren, ganz abseits von möglichen vorgezogenen Neuwahlen, propagiert. Die Zuwendung zu einem außenpolitischen Thema ist symbolisch für Schmidts und Steinbrücks Postulat, aktuelle Probleme umfassend zu analysieren und über geografische Grenzen hinweg gültiges Wissen auszutauschen. Sie möchten den Eindruck eines Expertengesprächs vermitteln, das auf den ersten Blick von keinerlei parteipolitischen Einflüssen geprägt ist, und nähern sich damit dem unten noch zu analysierenden Genre des Wegweiserbuchs an. Die Autoren verwenden den **Begründungstopos** „Wissen verpflichtet zur Mitteilung“³⁹⁴ zur Legitimation ihrer Autorschaft. Le Bart zitiert das als Merkmal eines *Présidentiable*, also einer Person, die fähig ist, das höchste Staatsamt einzunehmen: „Ce n’est évidemment pas l’air du temps ou l’opinion publique qui le guident, mais une réflexion nourrie par l’observation des choses et l’expérience.“³⁹⁵ Dieser Habitus erhebt bereits den potenziellen Kandidaten Steinbrück über den profanen Stand des Wahlkämpfers hin zu dem Status, der eigentlich den Autoren von Wegweiserbüchern eigen ist – endgültig erreicht er diesen wie oben herausgearbeitet mit seiner Publikation aus 2015.

Damit Steinbrück in *Zug um Zug* optimal positioniert wird, bleibt Schmidt immer als Graue Eminenz der Partei verortet, der es zusteht, Empfehlungen für die Entscheidung der K-Frage innerhalb der SPD abzugeben.³⁹⁶ Dementsprechend ist die Konversation geprägt von „zeitlosen Richtigkeiten“³⁹⁷, die der eigentlich dem Genre Wegweiserbuch zuzuordnende Co-Autor und Parteipatriarch Schmidt äußert und sich damit als altersweiser Unterstützer Steinbrücks präsentiert. Die Frage, ob ein Politiker und/oder Publizist als glaubwürdiger Experte wahrgenommen wird, hängt in großem Maß von der **Formulierung seiner**

³⁹³ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 10

³⁹⁴ Plett (2001), S. 16

³⁹⁵ Bart (2009), Abschnitt 22

³⁹⁶ vgl. Geyer (2011)

³⁹⁷ ebd.

Ausführungen ab. Hier zeigt sich in *Zug um Zug* ein weiterer strategischer Kniff, den Steinbrück zu seiner Profilierung anwendet: Er positioniert sich als die **diplomatische** Variante eines Helmut Schmidt, jedoch trotzdem ausgestattet mit dessen Sachverstand und Urteilsvermögen. Dieser Positionierungsstrategie ist die dialogische Anlage des Buchs geschuldet. Wo Schmidt sehr verknappt und teilweise politisch fragwürdig argumentiert, was aus der Warte des Publizisten möglich ist, vertritt Steinbrück seine Standpunkte zwar ebenso deutlich, aber im verbalen Ausdruck abgemildert. Damit soll Schmidt besonders glaubwürdig wirken, da dem Leser suggeriert wird: Dieser Autor nimmt kein Blatt vor den Mund und würde Steinbrück nicht empfehlen, wenn er ihn als fragwürdigen Kandidaten ansehen würde. Steinbrück hingegen kommt die Rolle eines Politikers und Diplomaten in Personalunion zu, was für einen potenziellen Kanzlerkandidaten unabdingbar ist. Schmidts im Gegensatz zu aktiven Politikern stehende Tendenz, Dinge sehr zu **provokant und offensichtlich herunterzubrechen**, zeigt sich auch in mehr oder weniger inhaltslosen Repliken; so weist Steinbrück bei der Darlegung von Gegenmaßnahmen im Rahmen der Finanzkrise darauf hin, man dürfe es sich „aber nicht zu einfach machen.“ Er antwortet: „Ich mache alles einfacher, als es wirklich ist.“³⁹⁸ Einem aktiven Politiker könnten solche Aussagen in Häufung als fehlende Weitsicht ausgelegt werden, Schmidt kann sie sich aufgrund seines nahezu unangreifbaren Status in Deutschland erlauben. Schmidt geriert sich in seinen Publikationen durchgehend als Welterklärer, der in deutlicher Sprache dem Wähler Sachverhalte erläutert. Diese Strategie entspricht dem Zeitgeist, der Politiker als weltfremde Diplomaten im Elfenbeinturm kritisiert und Kampagnen zur Verbesserung der Verständlichkeit von Politikerreden etc. notwendig macht. Schmidt hat in Deutschland als Elder Statesman – während seiner Kanzlerschaft war das anders – das Image, bürgernah und direkt zu denken und zu sprechen. Dieser Habitus liegt seiner großen Popularität und damit auch dem großen Verkaufserfolg seiner Bücher zugrunde. Steinbrück kann davon profitieren: Durch die stilistischen Eigenarten Schmidts, eine überdeutliche Sprache und eine drastische Verkürzung, wird ein kurzweiliges Leseerlebnis geschaffen. Steinbrück kann vor diesem Hintergrund die Rolle des aktiven Politikers einnehmen, der politische Sachverhalte ebenso gut einordnen kann wie der Übervater Schmidt, es jedoch auch versteht, sie in politisch korrekten Worten auszudrücken und, so wird suggeriert, als Bindeglied zwischen großem politischem Geschick und bürgernaher Vermittlung derselben steht.

Diese Positionierung funktioniert jedoch ausschließlich in seiner **Rolle als Publizist** – im aktiven Wahlkampf als Mandatsträgers macht Steinbrück 2013 gerade mit unglücklichen

³⁹⁸ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 294

Formulierungen von sich reden, z. B. mit seinem Vergleich von Schweizer Bankern mit Indianern, denen er mit der Kavallerie drohte. Hier wird eine deutliche Diskrepanz sichtbar zwischen dem Image, das der Autor Steinbrück aufbaut, und dessen Umsetzung durch den Berufspolitiker.

Im Folgenden ist zu analysieren, welche **Themenkomplexe** von welchem Teil des Autorenduos aufgegriffen werden, und zu welchem Zweck. Exemplarisch wird die Causa Libyen und dessen Diktator Gaddafi analysiert. Schmidt wirft dazu ein: „Das letzte Mal, dass die Deutschen in Libyen waren, war unter Rommel. Und das reicht für dieses Jahrhundert.“ Steinbrück antwortet: „Helmut, das war im letzten Jahrhundert.“ Schmidt nimmt der Kritik die Spitze: „Es reicht für mehrere Jahrhunderte.“ Er erläutert: „Als alter Mann denkt man in längeren Zeiträumen.“³⁹⁹ Dieser olympische, seinem Alter geschuldete Standpunkt ermöglicht es Schmidt, Einschätzungen und Ratschläge abzugeben, ohne ihre Berechtigung nachweisen oder sich legitimieren zu müssen. Dies kommt dem Bild des **Ratgebers**, der der SPD einen Kanzlerkandidaten nahelegt, entgegen. Allerdings sind diese Äußerungen Schmidts zu Libyen von großer politischer Brisanz: Anfang 2011, also zu Beginn des Erscheinungsjahres von *Zug um Zug*, erschien der Band *Akten zur auswärtigen Politik der Bundesrepublik Deutschland 1980* (München, Oldenbourg Verlag 2011). Aus diesen bis dahin teilweise als Verschlussache gehaltenen Akten geht hervor, dass die sozial-liberale Koalition unter Schmidt bereits 1980 durch libysche Diplomaten vor der von Gaddafi ausgehenden politischen Gefahr gewarnt worden war. Darüber hinaus verlangte der libysche Diktator von der Administration Schmidt die Auslieferung deutscher Exil-Libyer und drohte mit der Ermordung deutscher Staatsbürger in Libyen, falls seiner Forderung nicht entsprochen würde.⁴⁰⁰ Es ist also davon auszugehen, dass Helmut Schmidt ein durchaus ambivalentes Verhältnis zu Libyen hat – dass er unter diesen Umständen dazu rät, das nordafrikanische Land nicht zu behelligen und als Begründung dafür unbestreitbare historische Verfehlungen der deutschen Geschichte heranzieht, belegt dies. Es ist allerdings davon auszugehen, dass die Libyen-Politik Schmidts in seiner Zeit als Kanzler heutigen Lesern nicht mehr präsent ist – sie schätzen den Publizisten, seine klare Sprache.

Darüber hinaus ist eine weitere Strategie zu entlarven, mithilfe derer Schmidt Steinbrück durch geschickte Aufnahme bestimmter Themen unterstützt. Es ist festzustellen, dass Schmidt

³⁹⁹ alle Schmidt/Steinbrück (2011), S. 53 f.

⁴⁰⁰ vgl. Kellerhoff (2011)

unpopuläre Sachverhalte, die Steinbrück politisch zu vertreten hat, pointiert aufnimmt und durch Evidenzen, gepaart mit ironischer Übertreibung, entkräftet. So wirft er zur Diskussion um die Rente mit 67 ein: „Ich arbeite noch mit 92. Und es geht mir besser, als wenn ich keine Arbeit hätte.“⁴⁰¹ Diese Tatsache ist unwiderlegbar; Schmidt nimmt damit Steinbrücks Gegnern den Wind aus den Segeln und äußert ein klares Ja zu Rente mit 67, was Steinbrück im weiteren Verlauf des Wahlkampfs zugute kommen soll.

Ein anderes Beispiel für diesen Schachzug ist die Auseinandersetzung mit Angela Merkel als Gegenkandidatin. Steinbrücks Zusammenarbeit mit ihr im Rahmen der großen Koalition könnte ihm als fehlende Alternativkraft zur amtierenden Kanzlerin ausgelegt werden.

Dadurch bedingt, dass Steinbrück noch nicht Kanzlerkandidat ist, kann er selbst noch keinen Angriffswahlkampf im engeren Wortsinn führen. Äußert Schmidt jedoch Kritik an der Regierung Merkel, so ist ihm das als einem *Grandseigneur* der deutschen Politik zu jedem Zeitpunkt möglich. Steinbrück kritisiert in sachlichen Worten das Fehlen einer bedeutenden Rede zum Thema Europa durch Kanzlerin Merkel im Jahr vor der Veröffentlichung von *Zug um Zug*. Schmidt erklärt dazu lapidar: „Diese Rede kann sie deswegen nicht halten, weil die Leidenschaft für Europa ihr nicht innewohnt“⁴⁰², und bringt damit eine Kernkritik an der potenziellen Gegnerin im Kampf um das Kanzleramt auf den Punkt. Beide Autoren bleiben mit ihrer Bewertung von Merkels Politik vor allem im Thema Europa verhaftet; innenpolitisch hatten Merkel und Steinbrück ja einmal enge Berührungspunkte, wie Schmidt bemerkt: „Wenn ich mich recht erinnere, kamen Sie in der Zeit der großen Koalition ganz gut mit Frau Merkel zurecht.“⁴⁰³ Diese Feststellung ist Teil der Strategie Schmidts, kritische Fragen aufzuwerfen, die Steinbrück im Wahlkampf zu erwarten hat, und ihm so Raum zu geben, seinen Standpunkt darzulegen und seine eigene Position zu stärken. Die Publikation dient dazu, Steinbrück aus dem vom Bürger wahrgenommenen Konglomerat der Großen Koalition herauszulösen und als **Einzelperson**, als SPD-Kanzlerkandidat, als Alternative zu Merkel zu positionieren. Im Falle der Griechenlandfrage z. B. stellt Steinbrück dar, dass in seiner Zeit als Finanzminister eine gute Zusammenarbeit mit Merkel möglich war und Deutschland „seinen Beitrag zur Glaubwürdigkeit des europäischen Stabilitäts- und Wachstumspaktes leisten würde.“⁴⁰⁴ Nachdem diese neutrale bzw. positive Wertung Merkels die frühere Zusammenarbeit rechtfertigt, werden erneut Vorstöße in Richtung der Kanzlerin gewagt. So Schmidt: „Die Fehler, die Sie vorhin aufgezählt haben auf der Seite von Frau

⁴⁰¹ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 288

⁴⁰² ebd., S. 87

⁴⁰³ ebd., S. 241

⁴⁰⁴ ebd.

Merkel, bringen mich zu der Frage: Mit wem berät sie sich eigentlich? Sie hat offenbar keine adäquaten gleichgewichtigen Gesprächspartner.⁴⁰⁵ Schmidt legt dar, dass die Fehler aufseiten Merkels nicht ihr allein anzulasten seien, sondern aus deren mangelnder Beratung resultieren – und damit aus dem Fehlen Steinbrücks, der ihr in der großen Koalition als Sparringspartner diente und auf gleicher Augenhöhe mit ihr verhandelte. Erneut lautet die Botschaft: Steinbrück ist der richtige Kandidat für das Kanzleramt.

Im Zuge dieser Feststellung muss analysiert werden, inwieweit das **Thema Wahlkampf und Kanzlerkandidatur** in *Zug um Zug* instrumentalisiert wird. Steinbrück setzt hier auf eine Strategie, die in der Zurschaustellung seiner **scheinbaren Gleichgültigkeit** diesem Thema gegenüber besteht, während Schmidt klar Position bezieht. Steinbrück betont:

Wenn dieses Buch erscheint, sind es noch zwei Jahre bis zur nächsten Bundestagswahl. Niemand kann verhindern, dass es dennoch bereits eine Debatte um die sozialdemokratische Kanzlerkandidatur gibt. Sie wird geführt – und zwar unabhängig vom Erscheinen dieses Buches [...]. Was mich betrifft: Ich werde mich dann zur Kanzlerkandidatur äußern, wenn der SPD-Vorsitzende mich danach fragen sollte.⁴⁰⁶

Der Autor unterstreicht den von ihm angeblich nicht gewollten Charakter des Buchs als Wahlkampfmittel. Schmidt hingegen betont seinen Willen, seine Meinung zu dieser Personie via Buch zu veröffentlichen – somit wird Steinbrück als bescheiden und themenorientiert positioniert, Schmidt hingegen in seinem Image als Vordenker und Meinungsführer gestärkt:

Das muss mich aber persönlich überhaupt nicht hindern, meine Meinung zu sagen. Ob Ihnen das nun sonderlich in den Kram passt, oder nicht, Peer, ich bin aus zwei Gründen der Auffassung, dass die SPD gut beraten wäre, Sie als den Kandidaten für das Amt des Bundeskanzlers zu nominieren.⁴⁰⁷

Im Folgenden legt Schmidt diese Gründe dar und schließt seine Argumentation mit den Worten: „Deswegen steht meine Meinung heute schon fest, auch wenn die Führungsgremien

⁴⁰⁵ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 243

⁴⁰⁶ ebd., S. 156

⁴⁰⁷ ebd., S. 157

der Sozialdemokratischen Partei noch ein weiteres Jahr Zeit brauchen.“⁴⁰⁸ Schmidt pflegt seinen Status als übergeordnete Instanz der deutschen Politik, die aufgrund eines großen Erfahrungsschatzes wesentlich früher als die in Sachzwängen und Terminen verhafteten Parteispitzen einen idealen Kanzlerkandidaten identifiziert. Spätestens an dieser Stelle ist das Buch definitiv als Wahlkampfmittel festzumachen. Zwar kann die Publikation nicht auf reine Schützenhilfe im Wahlkampf reduziert werden; Giovanni di Lorenzo formuliert dazu treffend: „Schmidts Wertschätzung für Steinbrück ist ja nur ein winziger Teil dieses Gesprächs, das hauptsächlich eine Auseinandersetzung über Wirtschaftspolitik ist.“⁴⁰⁹ Ganz deutlich ist das Werk jedoch als Kampagnenmittel angelegt und wird **zur Positionierung Steinbrücks instrumentalisiert**.

Nachdem die Inszenierung Steinbrücks als geeigneter Kanzlerkandidat über die Publikation abgehandelt wurde, wird nun auf die **weitere mediale Verarbeitung** von *Zug um Zug* eingegangen. Im Buch selbst preisen Schmidt und Steinbrück gegenseitig ihre Nichtteilnahme an überbordender Inszenierung von Politik. So rühmt Schmidt seinen Wunschkanzlerkandidaten mit den Worten: „Mein Gefühl ist, dass es einen hohen Bedarf an Seriosität und Substanz gibt, und das spiegelt sich wider in der Aufmerksamkeit, die Sie finden, Peer. Das seriöse Publikum hat genug von der sich wiederholenden Politikshow [...]“⁴¹⁰ Steinbrück formuliert im Gegenzug Schmidts Vereinigung der Vorzüge

*[...] face and substance. Beides kommt nur selten zusammen. Das ist auch einer der Gründe, warum Politiker wie Sie [...] im Ansehen der Bevölkerung nach wie vor einen extrem hohen Stellenwert haben. Allerdings, wie ich hinzufüge, auch immer wegen der Aura einer parteiübergreifenden Rolle.*⁴¹¹

Beider Popularität und Eignung für die Politik soll also auf Kompetenz und Wiedererkennungswert basieren, nicht auf Inszenierung. Trotz dieses Postulats geht Steinbrück mit der Buchveröffentlichung den Weg eines Mediums und einer Branche, von denen er aus eigener Erfahrung weiß, dass sie als Schlüssel zur Wählerschaft fungieren können: „Wenn ich auf meinen Lesereisen von einem Literaturhaus eingeladen wurde, von einer Buchhandlung, einer Universität, dann waren die Säle voll. Wenn ich von der SPD

⁴⁰⁸ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 157

⁴⁰⁹ Lorenzo, zit. nach Pörksen, B./Krischke (2013), S. 220

⁴¹⁰ Schmidt/Steinbrück (2011), S. 88

⁴¹¹ ebd., S. 89

eingeladen wurde, war höchstens ein Zehntel an Besuchern da.⁴¹² Es ist ihm also bewusst, dass das Verlassen des rein politischen Rahmens – und das tut er auch in der „literarischen“ Zusammenarbeit mit Helmut Schmidt – für das Gelingen von politischer Kommunikation sinnvoll sein kann; darüber hinaus scheinen die über Bücher angesprochenen Publika für Politik affin zu sein. Dies nutzt auch der auf Sachthemen hin orientierte Politiker aus, um seine Thesen an den Wähler zu bringen.

Ob beide Autoren gerade durch ihre gemeinsame Buchveröffentlichung in den Ring der **medialen Inszenierung von Politik** gestiegen sind, ist diskussionsfähig, wenn man nur das Buch an sich betrachtet. Unhaltbar wird die Verneinung dieser Annahme vor dem Hintergrund der medialen Weiterverarbeitung des Buches. Zunächst stellten die Autoren ihr Werk in einer von der *Zeit* und dem Hoffmann und Campe Verlag im Thalia Theater Hamburg ausgerichteten Veranstaltung vor. Die Buchpräsentation war ausverkauft, als Moderator wurde mit Ulrich Wickert ein dem Publikum wohlbekannter Garant für seriösen Journalismus gewonnen, der zusätzlich für Interesse sorgte. Vor dieser Kulisse kokettierte die Regie mit Schmidts Markenzeichen, dem Rauchen; Schmidt rauchte während der Buchvorstellung, Wickert wies darauf hin, dass das nur erlaubt sei, wenn es dem aufgeführten Stück zugehöre⁴¹³ – damit war Schmidts Laster thematisiert und auf eine neue Ebene, die der Inszenierung des Altkanzlers, gehoben. Das trug zur Referenz auf einen der oben genannten Trivialmythen in der Politikvermittlung bei.

Inhaltlich nutzte vor allem Steinbrück die Buchvorstellung, um den Eklat zu bewerten, den das Coverbild von *Zug um Zug* in den vorangegangenen Wochen ausgelöst hatte. Das Coverfoto zeigt Steinbrück und Schmidt bei einer Partie Schach – vor einem um 90° gedrehten Schachbrett. Die Medien stürzten sich auf dieses Bild elitärer Freizeitbeschäftigung, das durch den offensichtlichen Fehler in den Bereich des Dilettantentums geriet. Steinbrück erklärte die Tatsache damit, dass Schmidt sich am Aufnahmetag aufgrund seiner Gehbehinderung auf den erstbesten Stuhl gesetzt habe, niemand habe ihn zu einem Platzwechsel auffordern wollen und so wurde die Partie eben mit dem gedrehten Schachbrett gespielt.⁴¹⁴ Diese Erklärung ist auf mehreren Ebenen dazu angelegt, die Kritiker in ihre Schranken zu weisen. Zunächst zeigt sie Steinbrücks Respekt für Schmidt und dessen Gebrechen auf, darüber hinaus legt er so aber auch seine Fähigkeit dar, auch widrige Gegebenheiten anzunehmen und mit ihnen zu arbeiten. Insgesamt verweist er die Diskussion in den Bereich der Nebensächlichkeiten und betont deren mediale Überbewertung.

⁴¹² Schmidt/Steinbrück (2011), S. 90

⁴¹³ vgl. Morell (2011)

⁴¹⁴ vgl. ebd.

Aber nicht nur durch die Buchvorstellung selbst, auch über sie hinaus trug das Erscheinen von *Zug um Zug* dazu bei, seine Autoren auf die **Agenda der Medien** zu bringen. So titelte der *Spiegel* in Ausgabe 43/2011 (24.10.2011): „Er kann es“. Helmut Schmidt über seinen Kanzlerkandidaten Peer Steinbrück“, und ließ beide in einem sechsseitigen Interview zu Wort kommen. Auch andere Zeitschriften wie *Cicero* und Zeitungen wie das *Hamburger Abendblatt* und die *FAZ* befassten sich an exponierter Stelle mit der Publikation – nicht jede Berichterstattung war positiv, das Autorenduo fand aber auf jeden Fall Beachtung in der Presse. Darüber hinaus waren die Autoren unter anderem am 23.10.11 in Günter Jauchs Talkshow (ARD) zu Gast, auch über den Medienkanal TV fand also eine Verbreitung statt. Mit 5,61 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 18,9 % lag die Sendung über den Quoten von Jauchs vorherigen Talks, bei denen unter anderem Angela Merkel zu Gast war.⁴¹⁵ Über diesen Auftritt schrieben die *Süddeutsche Zeitung*, der *Tagesspiegel* und andere große und kleine Presseorgane – die Verwertungsmaschinerie war also angelaufen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt muss festgehalten werden, dass die Publikation zumindest in diesem Fall Anlass zur Inszenierung war und die Autoren via Buch generierte öffentliche Interesse auch bewusst zur medialen Positionierung Steinbrücks ausnutzen.

Fazit dieser Ausführungen muss die gerechtfertigte Zuordnung von *Zug und Zug* zum Korpus der Wahlkampfbücher sein. Gerade die Betonung, es sei nicht als solches konzipiert, ist Teil der Inszenierung eines potenziellen Kandidaten Peer Steinbrück. Bemerkenswert ist die unterschiedliche Anlage im Vergleich zu den aggressiveren Wahlkampfveröffentlichungen Sarkozys und Hollandes und auch zu der Mischform beider Exreme, Steinmeiers *Mein Deutschland*. Es muss festgehalten werden, dass Wahlkämpfe auch auf publizistischem Terrain in Frankreich und Deutschland unterschiedlich funktionieren, sei es aufgrund der angewendeten Schärfe in der politischen Kommunikation, sei es aufgrund der unterschiedlichen Bedeutung von Parteien für die beiden politischen Systeme. Um den Grad der Inszenierung in diesen vier Publikationen vergleichen zu können, muss auch das Erscheinungsdatum in Relation mit dem Wahltag betrachtet werden. Schmidt und Steinbrück betraten mit der Publikation sehr früh das Wahlkampfparkett, noch bevor sich die aktuelle Legislaturperiode dem Ende zuneigte. Eine solche Publikation erweckt viel Aufmerksamkeit – schon aufgrund der Tatsache, dass sie nicht mit ähnlich gewichtigen politischen Veröffentlichungen konkurrieren muss. Bei Sarkozy und Hollande fällt die Inszenierung über das Buch weniger ins Gewicht, da sie so kurz vor der Wahl veröffentlichten, dass sie ohnehin

⁴¹⁵ vgl. Kalle (2011)

bereits im Zentrum des medialen Interesses stehen. Die Publikationen trugen zur Steigerung des öffentlichen Interesses noch bei, waren jedoch insgesamt vielmehr in eine breit angelegte Wahlkampfstrategie eingebettet als Schmidts/Steinbrücks Solitär weit vor dem Wahltag. Somit fällt die Komponente der Inszenierung hier weitaus deutlicher ins Gewicht als bei den französischen Beispielen.

IV.1.1.4 Politische Erstpositionierung via Buch aus weiblicher Perspektive: Angela Merkels *Mein Weg* (2004) und Ségolène Royals *Maintenant* (2007)

Das Feld der Politik ist traditionell männlich konnotiert. Dennoch übernehmen in immer mehr westlichen Demokratien auch Politikerinnen in führende politische Ämter – es stellt sich die Frage, wie sich dies publizistisch auswirkt, welche Publikationsstrategien weibliche Politautoren einsetzen, um ihr Publikum zu erreichen. Das *Aptum*, also die angemessene Ausgestaltung von politischer Kommunikation, hängt wie oben bereits herausgestellt auch vom Sender einer Botschaft ab – es ist zu erwarten, dass sich dies auch im Politikerbuch einer Autorin niederschlägt. Für die **genderspezifische Untersuchung** des Forschungsgegenstandes werden im Folgenden die Publikationen zweier herausragender Politikerinnen beider Länder, Angela Merkel als erste Bundeskanzlerin Deutschlands und Ségolène Royal als erste Präsidentschaftskandidatin Frankreichs, gegenübergestellt. Besonderes Interesse gilt der **strategischen Bedeutung der Weiblichkeit** beider Autorinnen für ihre Texte; es ist zu untersuchen, ob diese als Bonus eingeschätzt und betont oder vielmehr ignoriert wird, um einen sich evtl. daraus ergebenden Malus zu minimieren.

Untersucht werden Angela Merkels *Mein Weg* (Hoffmann und Campe, Hamburg 2004) und Ségolène Royals *Maintenant* (Hachette Littératures, Paris, 2007). Beide Publikationen weisen die Form des Interviewbuchs auf, weswegen sich ein Vergleich gerade dieser beiden Werke anbietet. Darüber hinaus sind beide Politikerinnen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung ähnlich weit in ihrem Produktlebenszyklus als Mandatsträgerinnen fortgeschritten, betrachtet man nur die Segmente dieses Zyklus, die für die vorliegende Arbeit definiert wurden und mit dem Wahlkampfbuch (als Element vor der Wahl in ein höchstes Staatsamt) beginnen. Ségolène Royals Buch entsteht in der heißen Phase des Präsidentschaftswahlkampfes 2007, wo sie als erste Frau in der Geschichte als Kandidatin des PS gegen Nicolas Sarkozy antritt. Auch *Mein Weg* dient zur Erstpositionierung Angela Merkels: Bei seinem Erscheinen 2004 ist die Autorin Parteivorsitzende der CDU und Vorsitzende der Unionsbundestagsfraktion. Sie hat bedeutende politische Ämter inne, ist aber noch nicht als Kanzlerkandidatin aufgetreten. In beiden Fällen ist die Ausgangssituation vergleichbar, auch wenn Merkel sich im Gegensatz zu

Royal noch nicht zur Wahl für das höchste Staatsamt gestellt hat. Das Buch wirbt jedoch mit dieser Option und stellt sie als Alleinstellungsmerkmal heraus: „Angela Merkel ist politisch so mächtig wie keine andere Frau zuvor in Deutschland, und sie hat gute Chancen, 2006 erste deutsche Kanzlerkandidatin zu werden.“⁴¹⁶ Hier wird der **Überbietungstopos**⁴¹⁷ aufgerufen: Noch nie war eine Frau der Kanzlerschaft so nahe – sie fungiert als Autorin des Buchs, das ist ein deutlich kommuniziertes Kaufargument und entspricht dem Sprachhandlungsmuster des Werbens. Darüber hinaus stand die K-Frage für Merkel schon im Wahlkampf 2002 im Raum; letztendlich wurde in diesem Jahr Edmund Stoiber von den Unionsparteien nominiert, die CDU-Chefin war jedoch ab diesem Zeitpunkt mit der Option auf das höchste Staatsamt konnotiert.

Zunächst ist das **Publikationsumfeld** zu betrachten, in dem beide Autorinnen die zu untersuchenden Werke lancieren. Interessant ist Merkels weitere Publikationsstrategie nach 2004: Die Autorin wurde Herausgeberin eines weiteren Werkes (*Dialog über Deutschlands Zukunft*, Murmann, Hamburg 2012) und Autorin einer weniger politischen als vielmehr christlich orientierten Publikation mit dem Titel *Daran glaube ich. Christliche Standpunkte*. (St. Benno, Leipzig 2013). Darüber hinaus existiert ein Band mit gesammelten Reden, *Machtworte: Die Standpunkte der Kanzlerin*, herausgegeben von Robin Mishra (Herder, Freiburg 2010). Damit legt die Autorin eine auf ihre Person und ihre politischen Ziele bezogene, eine auf ein bestimmtes Projekt (Zukunftsdiallog) und eine auf die christlich geprägte Union zugeschnittene Publikation vor. Mit St. Benno und Herder veröffentlicht Merkel vorzugsweise in religionsaffinen Verlagen. Da sie als kinderlose Protestantin, Ostdeutsche, (geschiedene) Frau und Naturwissenschaftlerin nicht dem **Prototyp des Unionspolitikers** entspricht, kann ihre Verlagswahl und die Publikation eines christlichen Bekenntnisbuchs als Versuch gewertet werden, für die Stammwählerschaft der Unionsparteien eine deutlichere **Kongruenz** zwischen der Politikerin und ihrer Partei zu schaffen. Eine Studie aus dem Jahr 2009 belegt, dass die Wähler die geringe Passung zwischen Merkel und der CDU bemängelten⁴¹⁸, hier ist also durchaus **Kompensationsbedarf** feststellbar, den sie zum Teil ihrer Publikationsstrategie macht.

Ihre Veröffentlichung *Mein Weg* ist, so wird suggeriert, wie auch Schmidt/Steinbrücks Buch nicht in erster Linie als Wahlkampfschrift angelegt. Auf Fragen ihres Gesprächspartners Hugo

⁴¹⁶ Merkel (2004), Klappentext

⁴¹⁷ vgl. Plett (2001), S. 16

⁴¹⁸ vgl. Klein/Rosar (2009), S. 351

Müller-Vogg zu diesem Thema antwortet Merkel ausweichend⁴¹⁹, benennt eine mögliche weibliche Kanzlerkandidatur als „kulturelles Novum“⁴²⁰, zitiert aber die Möglichkeit des Grundgesetzes für ein weibliches Staatsoberhaupt. Bezeichnender Weise wird diese Frage vor allem im Kapitel *Die Zukunft der CDU* verhandelt – es wird also unterschwellig vermittelt, dass die weitere Entwicklung der Partei durchaus auf eine Kanzlerkandidatin zulaufen wird.

Ségolène Royal entspricht dem **französischen Publikationstypus** insofern, als dass sie zu diversen Anlässen Bücher unterschiedlicher Prägung veröffentlicht. Sie publizierte Essays wie *Cette belle idée du courage* (Grasset, Paris 2013) und nutzte den Kommunikationskanal Buch ganz offen zur direkten Bürgeransprache wie in ihrer *Lettre à tous les résignés et indignés qui veulent des solutions* (Plon, Paris 2011). Den Topos der *Lettre* nahm sie wie vor ihr Mitterrand auf, dieser Umstand wurde bereits im Teilkapitel zu Sarkozy verhandelt und ist als genuin französisches Merkmal anzusehen, auf deutscher Seite findet sich – wohl mangels eines historischen Vorbilds wie Mitterrand – kein Politikerbuch mit einer **Briefassoziatiön**.

Das Thema der Wahl 2007 begleitete Royal in allen Phasen literarisch; sie veröffentlichte im Wahlkampf das für den vorliegenden Vergleich herangezogene *Maintenant* (Hachette Littératures, Paris 2007), nach der verlorenen Wahl bespielte sie die Buchhandlungen zunächst mit einer linken Impulsschrift (*Si la gauche veut des idées*, Interviewband mit Alain Touraine, Grasset, Paris 2008), danach mit einer Art Rechtfertigungsschrift mit *Femme debout*, einem Interviewbuch mit Françoise Degois (Denoël, Paris 2009). Darin besteht ein augenfälliger Unterschied zu Merkels Publikationsstrategie – im Folgenden werden weitere Unterschiede in der publizistischen Tätigkeit beider Politikerinnen aufgezeigt. Schon beim **Vergleich der Worttitel** muss festgestellt werden, dass Royal sich als Frau und Sozialistin positioniert, während Merkel sich als Politiker(in) und Christ(in) in Stellung bringt. Eine vergleichsweise so dominant **religiöse Projektionsfläche** wäre für die Volksvertreterin eines streng laizistischen Staates wie Frankreich nicht dienlich; in Deutschland nimmt Merkel an, dass ihre christlich-konservative Stammwählerschaft ihre Öffnung hin zu privaten Themen wie dem Glauben positiv aufnehmen wird, darüber hinaus ist sie als Ostdeutsche evtl. besonders darauf angewiesen, ihre christliche Grundhaltung zu postulieren, da das totalitäre DDR-Regime, unter dem sie aufwuchs, Religion verpönte. Dies ist eines der Elemente, mit denen Merkel der Tatsache Tribut zollt, dass sie „in keiner Demokratie sozialisiert“⁴²¹ wurde, und dass sie trotz ihres christlich geprägten Elternhauses in der Öffentlichkeit nicht in

⁴¹⁹ vgl. Merkel (2004), S. 255

⁴²⁰ ebd., S. 256

⁴²¹ Hartmann (2007), S. 101

besonderer Weise mit christlichen Werten konnotiert ist. Da sich gerade Union und SPD auch inhaltlich immer mehr annähern, muss ein solches, bereits im Parteinamen festgehaltenes Distinktionsmerkmal zur Profilierung des Spitzenpersonals genutzt werden.

Es sei beim Vergleich von *Maintenant* und *Mein Weg* auf die unterschiedliche äußere Form der Publikationen hingewiesen, die auf die **Ansprache eines gänzlich unterschiedlichen Wähler- und Leserkreises** hindeutet: Royals magentafarbenes Cover und die Tatsache, dass sie sich von einer Frau – noch dazu Redakteurin der deutlich feminin geprägten Zeitschrift *Elle* – interviewen lässt, sprechen für eine genderspezifisch angelegte Publikationsstrategie. Angela Merkel hingegen setzt beim Cover der Erstausgabe ihres Werks auf kühle Töne und die Farbe Orange – die spätere Taschenbuchausgabe ersetzt Orange durch Blau. Es handelt sich dabei um die Farben der Union; auch hier ist ein Moment zur Verdeutlichung ihrer Parteiorientierung zu finden. Ihr Gesprächspartner ist Hugo Müller-Vogg, ein langjähriger Redakteur der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, die mit 68 % männlichen Lesern⁴²² den Gegenpol zur *Elle* darstellt. Müller-Vogg hat unter anderem Roland Koch, Christian Wulff und Horst Köhler bei der Veröffentlichung ihrer Publikationen als Sparringspartner zur Verfügung gestanden und sich damit als der Interviewer der Wahl für konservative Politikerbücher unter Beweis gestellt. Merkel schreibt sich über diesen Gesprächspartner in eine Reihe männlicher Polit-Autoren ein, ohne eine mit ihrer Weiblichkeit zusammenhängende Sonderstrategie einzusetzen. Auch später, anlässlich ihrer Bundestagswahlkämpfe, setzte sie auf geschlechtsunabhängige Seriosität. Ganz anders agierte Royal 2007: Sie warf ihren Status als Frau, Mutter und gleichberechtigte Partnerin ihres Lebensgefährten, des damaligen PS-Vorsitzenden François Hollande, während des Wahlkampfes in die Waagschale. Der Slogan *La France Présidente* zeigte das in unübertreffbarer Klarheit.⁴²³ Ségolène Royal stand 2007 Nicolas Sarkozy gegenüber. In diesem Aufeinandertreffen waren die Rollen klar verteilt, Sarkozy stand für den maskulinen Ordnungspolitiker, der das Land in wirtschaftlichen, sicherheitsrelevanten und repräsentativen Belangen voran bringen wollte. Royal hingegen konnte in der Wählermeinung nur in „weichen“ Bereichen wie Umwelt, Bildung und soziale Gerechtigkeit punkten.⁴²⁴ Da ihr ohnehin von Natur aus weiblich konnotierte Kompetenzen zugesprochen wurden, war es logische Konsequenz, dass sie ihre feminine Seite weiter ausspielte, um vornehmlich Wählerinnen und solche Wähler zu erreichen, die von der markigen Politik Sarkozys nicht angesprochen wurden.

⁴²² vgl. Frankfurter Allgemeine Mediasolutions (2013), S. 1

⁴²³ vgl. Leidenberger/Koch (2008), S. 122

⁴²⁴ vgl. Perrineau (2008), S. 239 (Grafik)

Angela Merkel hingegen wusste bereits bei Erscheinen ihres Interviewbandes, dass ihr Gegner in einem potenziellen Wahlkampf Gerhard Schröder sein würde. Mit Blick auf den vorangegangenen Wahlkampf 2002 ist festzustellen, dass Schröder gegenüber Stoiber einen „Frauenbonus“⁴²⁵ hatte. Seine Politik der Nicht-Beteiligung am Irakkrieg und sein Engagement bei der Flutkatastrophe in Ostdeutschland im August 2002, welches umweltpolitische Kompetenz und Kompassion mit der Fähigkeit des Krisenmanagements vereinte⁴²⁶, brachte viele Wählerinnen auf seine Seite. Auch der Einsatz seiner Ehefrau im Wahlkampf und sein Engagement für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellten ihn als Kandidaten der Wählerinnen dar. Insofern erscheint Merkels Taktik, nicht spezifisch auf die weibliche Wähler- und Leserschaft zu setzen, die sich schon einmal gegen die Union und für Schröder entschieden hatte, durchaus schlüssig. Darüber hinaus konnte Merkel zunächst nur schwer Sympathiepunkte sammeln; „[d]ie unterkühlte Physikerin mit ausgeprägtem Machtinstinkt wirkt wie das Gegenteil einer Kanzlerin der Herzen.“⁴²⁷ Ihre Kinderlosigkeit und die Zurückhaltung in Bezug auf ihr Privatleben führten zu Kritik in der öffentlichen Meinung. Merkel wurde nicht als die prototypische Frau wahrgenommen, die weibliche Wähler über die Maßen anspricht. Diesem Bild ist die Positionierung ihrer Publikation ohne spezifisch weibliche Attribute geschuldet.

Was die **Struktur der beiden Bücher** angeht, so ist festzustellen, dass Royal einen ungewöhnlichen, Merkel hingegen einen klassischen Weg wählt. Die französische Präsidentschaftskandidatin schafft in ihrem Interviewband *Maintenant* den Spagat zwischen einfachem Zugang und raumgreifender, erschöpfender Darlegung ihrer Botschaft: Durch die Sortierung der Kapitel nach Schlagworten, wie man es in einem **Lexikon** erwarten würde, wird ein Lesefluss ähnlich dem Zapping im Fernsehen ermöglicht. Der Rezipient hat es einfach, die für ihn interessanten Inhalte herauszufiltern und schnell zu konsumieren. Le Bart hält zur Aufbereitungsform des Genres Lexikon fest: „Un dictionnaire est un texte écrit d'en haut, c'est à dire en faire de nulle part. C'est aussi un texte achevé, clos, total, par lequel les choses racontent elles-mêmes, avec objectivité.“⁴²⁸ Durch die Wahl dieser Form inszeniert sich Royal als gut informierte, kompetente Interviewpartnerin, die zu scheinbar willkürlich nach dem Alphabet gewählten Stichpunkten sicher Auskunft geben kann. Sie reagiert damit auf die Wählermeinung, die ihr Kompetenzen auf vielerlei Gebieten absprach.

⁴²⁵ Keil/Holtz-Bacha (2008), S. 239

⁴²⁶ vgl. Brettschneider/Deth/Roller (2004), S. 10

⁴²⁷ Michael Spreng, zit. nach Bigalke (2009)

⁴²⁸ Bart (1998), S. 83

Mein Weg ist hingegen ein **klassisches, nach Kapiteln gegliedertes Interviewbuch**. Jedem Hauptkapitel ist im Inhaltsverzeichnis ein Zitat Merkels beigelegt, was den authentischen Charakter der Publikation unterstreichen soll und den Personalisierungstendenzen in der Politik Rechnung trägt. Das Buch informiert den Leser sowohl über den persönlichen als auch über den politischen Werdegang von Angela Merkel. Dies ist wichtig, weil sie hier ein für alle Mal, in einem selbst festgelegten Rahmen, Auskunft über ihr Leben in der DDR gibt – seitdem, das ist mit Blick auf die Jahre nach 2004 festzustellen, werden in ihrem Fall selten öffentlichkeitswirksam Fragen nach ihrer Rolle als Bürgerin in diesem Regime gestellt.

Ségolène Royals Buch könnte nicht plakativer als mit dem Worttitel *Maintenant* auf die aktuelle Situation verweisen. Im Januar 2007 berichtete das Branchenblatt *Livres Hebdo* gar von zwei sich eventuell kannibalisierenden Titeln, die Royal bei Hachette Littératures und Flammarion parallel lancieren wollte – der eine mit biografischem, der andere mit programmatischem Hintergrund. Hier zeigt sich die Tendenz zur differenzierten Publikationsstrategie französischer Politiker in Reinform; sogar im gleichen Zeitfenster plante Royal, für ein privates und ein politisch orientiertes Statement zwei unterschiedliche Bücher in unterschiedlichen Verlagshäusern unterbringen. Merkel hingegen veröffentlichte mit *Mein Weg* eine Grundsatzschrift, die ihren Werdegang und ihre politischen Überzeugungen darlegen sollte – es handelt sich um ihren ganzheitlich betrachteten *Weg*, nicht nur um das Jetzt, *Maintenant*.

Wie Angela Merkels Sozialisierung in der DDR, so hat auch Ségolène Royal einen für ihren Werdegang **nicht typische Herkunft**. Die PS-Politikerin wurde in Dakar/Senegal geboren und wuchs auf Martinique und in Lothringen auf.⁴²⁹ Dies ist sicherlich ein Lebenslauf, der wenigen Franzosen eine Identifikationsfläche bietet. So wurde er im Wahlkampf kaum thematisiert⁴³⁰, auch im Buch wird nur unter dem Schlagwort *Dakar* darauf eingegangen. Elemente einer Biografie, die nicht zur Identifikation der Wähler mit einem Politiker/Kandidaten beitragen, werden gezielt außen vor gelassen – in einer Publikation, die der eigenen Autorschaft entspringt, ist das natürlich noch viel einfacher als in einem Fernsehinterview, in dem die Fragen nicht immer vorab abgesprochen sind und dadurch auch solche Aspekte zur Sprache kommen können. In diesem Zusammenhang bietet das Medium Buch dem Autor Sicherheit und die Möglichkeit, die Deutungshoheit über das eigene Leben und Wirken, so wie es in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden soll, zu behalten. Im Falle Merkels ist der Hintergrund jedoch aufgrund der jüngsten Geschichte sehr präsent,

⁴²⁹ vgl. Leidenberger/Koch (2008), S. 138

⁴³⁰ vgl. ebd.

außerdem können sich zumindest Ostdeutsche mit ihm identifizieren, sodass die Thematisierung bei ihr durchaus Sinn macht.

Auch was das Vorhandensein von **Bildern** angeht, verfolgen beide Frauen ganz gegensätzliche Strategien in der Buchpublikation und im realen Leben. Royal orientiert sich am Beispiel anderer französischer Politiker, indem sie weder auf dem Cover noch im Inneren des Buchs ein Bild veröffentlicht (weitere Bücher wurden jedoch mit ihrem Konterfei versehen). In anderen Medien war sie jedoch vor ihrer Kandidatur weniger zurückhaltend mit visuellen Zeugnissen aus ihrem Leben; dies wurde ihr oft zum Vorwurf gemacht: „On m’a beaucoup reproché d’avoir accepté des photos à la maternité, à la naissance de ma dernière fille. Je ne le regrette pas.“⁴³¹ Bemerkenswert ist, dass Royal gerade bei ihrer Wahlkampfschrift *Maintenant* auf die prominente Platzierung eines Bildes auf der U1 verzichtet, das als augenscheinlichstes Differenzierungsmoment zu ihren männlichen Kontrahenten wirken könnte, während sie in anderen Kontexten klar auf dieses Element setzt. Ihre Betonung der weiblichen Komponente ist also nicht über ein Bild, sondern vielmehr über die außergewöhnliche Farbgebung des Covers markiert – dies ist ein intelligenter Schachzug, da ein magentafarbener Titel im Politiksortiment einer Buchhandlung durchaus mehr ins Auge sticht als ein konventionell gestaltetes Cover. Merkel hingegen ist auf dem Cover von *Mein Weg* abgebildet, darüber hinaus gibt es einen Bildblock mit privaten und beruflichen Abbildungen im Inneren. Hier kann sie das veröffentlichte Bildmaterial steuern und auswählen. In der Medienberichterstattung geht sie jedoch gegen jede Art von Fotos, die sie in ihrem familiären Umfeld zeigen, vehement vor – so schreibt Dirk Kurbjuweit im *Spiegel*: „Merkel hat beinahe einen Kontrollzwang, der sich bei Bildern in besonderer Weise austobt. Sie will die Herrschaft darüber haben, was die Öffentlichkeit von ihr sehen kann und was nicht.“⁴³² Während der Tenor der Medien zu Royals Äußerem mehrheitlich positiv war⁴³³, hatte Merkel lange Zeit mit einer wenig schmeichelhaften Reduzierung auf als unmodern wahrgenommene Elemente ihrer Erscheinung zu kämpfen. Ein sparsamer Umgang mit Fotos müsste also ihrem Erfahrungshorizont entsprechen. In der eigenen Publikation jedoch, in der sie über die Art und Dosierung von Bildern verfügen kann, bietet sie der Öffentlichkeit Bildmaterial an. Hier trifft mit Sicherheit die These zu, dass Bilder „in hohem Grade mehrdeutig“⁴³⁴ sind – in einer autorisierten Buchveröffentlichung können durch Verschriftlichung von Aussagen Bilder in den korrekten, sachdienlichen Zusammenhang

⁴³¹ Royal, zit. nach Bart (2009), Abschnitt 20

⁴³² Kurbjuweit (2013), S. 152

⁴³³ vgl. Leidenberger/Koch (2008), S. 138

⁴³⁴ Lobinger (2009), S. 114

eingebettet werden. Das Werk wird durch die Einbindung von Bildmaterial gleichzeitig emotionaler.

Schließlich sei auf Merkels und Royals Wahl von **Themengebieten** hingewiesen, die deutliche nationale Unterschiede zeigt. So bearbeitet Ségolène Royal in *Maintenant* u. a. die Begriffe *Marie-Antoinette* und *Marseillaise*; deutsche Politiker kämen nicht in Versuchung, sich in einem für den Wahlkampf konzipierten Werk dezidiert frühere Herrscherhäuser und die deutsche Nationalhymne thematisieren. Dies dient wieder als Beweis für die oben aufgestellte These, dass Nationalstolz für französische Politiker ein unbedingtes Muss ist, das auch in Buchveröffentlichungen nicht fehlen darf und stets zu betonen ist. In Deutschland ist hier Zurückhaltung angeraten, was sich auch im Aufbau von Merkels Buch widerspiegelt: Ihre Kapitelüberschriften sind eng an ihre Biografie und ihr politisches Wirken angelehnt, kulturelle Konnotationen fehlen gänzlich. Der Umgang mit der DDR-Geschichte ist kritisch, wie es den Erwartungen entspricht, ansonsten steht hier der Mensch und Politiker Angela Merkel im Vordergrund, nicht seine Verankerung in der nationalen Kultur. Auf diesem Gebiet gibt es also keine Abweichungen von den Strategien männlicher Politiker – französischer Nationalstolz und deutsche Zurückhaltung auf diesem Gebiet haben nichts mit dem Geschlecht des Politautors, sondern mit seiner Nationalität zu tun.

Als Ergebnis der Analysen in diesem Kapitel wird eine Analogie zwischen den Positionierungsbüchern Merkels und Royals und einem generellen Problem festgestellt, das alle Frauen auf dem Weg in höchste Staatsämter betrifft. Aufgrund der geringen Anzahl von Frauen in politischen Führungspositionen und der großen kulturellen Unterschiede, auf die Politikerinnen in unterschiedlichen Ländern treffen, wenn sie als Frau höchste Staatsmacht anstreben, können sie sich nicht auf bereits geprüfte Folien, Methoden und Strategien verlassen, sie „[...] begeben sich auf eine ungewisse Gratwanderung zwischen konkurrierenden Erwartungen [...]“⁴³⁵ Wer in seinem Land als erste Frau (gleiches gilt für andere im politischen Betrieb minderheitlich vertretene Gruppen) Kandidatin für ein politisches Amt auf nationaler Ebene wird, muss selbst **ausloten**, wie mit dieser Konstellation im eigenen Land am besten umzugehen ist. Neben diesen kulturellen Einflüssen ist auch die Analyse des Gegners zu beachten – besetzt er bereits viele als weiblich konnotierte Themen, oder wird er als besonders harter Realpolitiker angesehen? Beide Aspekte müssen in die Wahlkampf- und damit auch in die Publikationsstrategie einfließen. Im Falle von Merkel und Royal war die (mögliche oder tatsächliche) Kandidatur einer Frau für das höchste Staatsamt

⁴³⁵ Holtz-Bacha (2009), S. 6

ein nationales Novum, was große Aufmerksamkeit mit sich brachte und damit auch potenziell Interesse für Publikationen aus ihrer Feder schuf. Angela Merkels übergeordnete Publikationsstrategie bestand darin, ein nicht typisch weibliches Buch vorzulegen, sondern auf Parteipassung zu setzen. Damit machte sie die fehlende Erfahrung im Bereich der Positionierung von weiblichen Kandidaten über das Medium Buch dadurch wett, dass sie schlicht männliche Schemata anwendete und über den Aspekt ihrer Weiblichkeit wie im Wahlkampf hinwegging. Die Strategie war erfolgreich, da sie auf außersprachlichem Niveau zum gewünschten Ziel führte – Merkel wurde zur ersten Bundeskanzlerin der BRD gewählt. Ségolène Royal hatte sich mit *La France Présidente* deutlich für einen genderspezifischen Wahlkampf entschieden, dementsprechend wurde auch das Wahlkampfbuch *Maintenant* so konnotiert. Dies ist jedoch nicht Royals einziges Buch; sie bedient mannigfache Genres und auch in Ausstattung und Inhalt sind nicht alle ihre Publikationen so deutlich genderspezifisch verortet. Sie wendet eine mehrgleisige Strategie an, die sowohl betont feminine als auch auf diesem Gebiet neutrale Publikationen hervorbringt. Da auch männliche Politiker in Frankreich vorwiegend produktivere Autoren sind als ihre deutschen Kollegen, fällt dieser Schachzug Royals nicht als weibliche Besonderheit auf – die Betonung der Weiblichkeit im Wahlkampf führte für Royal aber nicht zum Wahlsieg und muss als gescheitert angesehen werden.

IV.1.2 „Sauver la face après une mise en accusation personnelle“ – Das Buch als Instrument des Skandalmanagements

Das Genre des Positionierungsbuchs erschöpft sich nicht in der Funktion des Hilfsmittels im Wahlkampf. Darüber hinaus existiert ein zweites Untergenre, in dem der Politiker via Buch auf einen persönlichen Angriff gegen seine Person reagiert, ohne dabei einen politischen Gegenstand zu thematisieren, denn Politiker stürzen gerade im Untersuchungszeitraum sehr viel wahrscheinlicher aufgrund von privaten Verfehlungen als aufgrund politischer Lapsus.⁴³⁶

In Deutschland und Frankreich herrschen sehr unterschiedliche Kulturen vor, was die Erwartungen an und den Umgang mit Politikern angeht, die Kommunikation auf dem politischen Parkett divergiert unter anderem aufgrund der unterschiedlichen Nationalgeschichten und Mentalitäten, darum erscheint es interessant, in einem deutsch-französischen Vergleich die Verarbeitung von Skandalen durch Politikerbücher zu untersuchen. Aus diesem Grund werden zwei Vertreter des Genres, einer aus Deutschland und einer aus Frankreich, einander direkt gegenübergestellt: *Je vous fais juges* (Grasset, Paris 2007) von Rachida Dati und Karl-Theodor zu Guttenbergs *Vorerst gescheitert* (Herder,

⁴³⁶ vgl. Eppler (2000), S. 26

Freiburg 2011). Das Erkenntnisinteresse liegt hier besonders im komparatistischen Vergleich. Der dritte Vertreter des Genres, Christian Wulff mit *Ganz oben, ganz unten* (C.H.Beck, München 2014), wird gesondert betrachtet – die Analyse seines Titels ist als Ergänzung zu den klassischen **Neupositionierungsbüchern** Datis und zu Guttenbergs angelegt, denn er basiert auf einer gänzlich anderen realweltlichen Ausgangsposition.

Als **Skandal** im Sinne der vorliegenden Arbeit soll ein Missstand angesehen werden, der weniger mit dem politischen als mit dem persönlichen Wirken der Autoren zu tun hat. Skandale entstehen durch „eine Welle von Medienberichten, die den Eindruck vermitteln, dass es sich bei dem Missstand um ein bedeutendes Problem handelt, und die den Verursacher des Missstandes nahezu einhellig anprangern.“⁴³⁷ Hier ergibt sich speziell für Politiker ein besonderes Problem: Andere in der Öffentlichkeit stehende Personen wie Schauspieler oder Künstler führen durch Skandale „die moderne Form des Existenz- und Relevanznachweises.“⁴³⁸ Für Politiker, die weniger aufgrund von Exzentrizität als vielmehr aufgrund von Solidität, Berechenbarkeit und Seriosität Stimmen gewinnen, sind Skandale durchaus nicht förderlich. Wird das persönliche Verhalten eines Mandatsträgers in der Öffentlichkeit skandalisiert, so kann eine Kompensation dieser negativen Wahrnehmung über eine Stellungnahme in seiner Rolle als Autor via Buch gelingen. Der verschafft dem Mandatsträger eine Plattform, um der öffentlichen Meinung eine eigene Darstellung der Ereignisse gegenüberzustellen, die aufgrund des medialen Echos auf die Veröffentlichung auch wahrgenommen und diskutiert wird.

Durch den beschriebenen Kreislauf sind **Politiker, Skandale und Medien** miteinander verbunden. Die Politiker sind zur Bewältigung des Skandals auf gute Öffentlichkeitsarbeit angewiesen, um auch auf dem Feld der Politik wieder Fuß fassen zu können, beide Sphären sind eng verknüpft. Politische Öffentlichkeitsarbeit – und nichts anderes ist eine Buchveröffentlichung im Grunde – dient oft gerade dazu, in der Partei und vom Politiker selbst verursachte Fauxpas zu relativieren.⁴³⁹ Dem entspricht die Funktionsweise des Neupositionierungsbuchs. Le Bart definiert es wie folgt:

Mis en cause personnellement, les politiques ostracisés publient pour donner sens à une traversée du désert douloureuse et propice aux remises en causes radicales. Il s'agit ici encore de préserver un capital politique fragilisé mais aussi de sauver la

⁴³⁷ Kepplinger (2012), S. 7

⁴³⁸ Pörksen, B./Detel (2012), S. 20

⁴³⁹ vgl. Brettschneider (2006), S. 111

*face au terme d'une épreuve qui engage la réputation d'une personne et pas seulement sa position politique.*⁴⁴⁰

Mehr noch als bei der Bewältigung eines politischen Skandals, der die Karriere bedroht, sind im Falle von Skandalen um das persönliche Verhalten des Politikers auch dessen Privatleben und seine Privatperson, nicht nur die Rolle des Mandatsträgers, bedroht. Das Neupositionierungsbuch erhält umso mehr Gewicht, als durch die Personalisierungstendenzen in der Politik „medial vermittelte Informationen für die Bewertung von politischem Führungspersonal an Bedeutung [gewinnen]. Denn mit der Abschwächung politisch-weltanschaulicher Bindungen schwindet der institutionelle Loyalitätspuffer.“⁴⁴¹ Wähler sind also nicht mehr gewillt, einem Politiker in einer kritischen Lage die Treue zu halten, nur weil er Vertreter der favorisierten Partei ist. Vielmehr steht der einzelne Politiker im Zugzwang, seine Anhängerschaft aus eigener Leistung hinter sich zu scharen – und sie zurückzuholen, wenn ein Skandal sie versprengt hat. Diesem Zweck muss die Publikation eines Neupositionierungsbuchs dienen.

IV.1.2.1 Karl-Theodor zu Guttenbergs *Vorerst gescheitert* (2011) und Rachida Datis *Je vous fais juges* (2007) als Prototypen unterschiedlicher Ausprägungen von Skandalmanagementbüchern

Beispielhaft untersucht werden im folgenden Abschnitt die Bücher *Vorerst gescheitert* von **Karl-Theodor zu Guttenberg** und Giovanni di Lorenzo (Hoffmann und Campe, Hamburg 2011), mit dem der Autor sich nach dem Skandal um seine plagiierte Doktorarbeit neu positionierte, und *Je vous fais juges* von **Rachida Dati** und Claude Askolovitch (Grasset et Fasquelle, Paris 2007), in dem Dati zu ihrer beispiellosen Karriere, Skandalen um ihre Familie und dem Vorwurf des ‚Quotenmigrantentums‘ Stellung bezog. Beide Autoren wurden phasenweise zum Star einer bestimmten politischen Kaste hochstilisiert – zu Guttenberg über sein Aussehen, sein Adelsprädikat, seine Familie, seine schnelle Karriere; Dati über ihr Image der sozialen Aufsteigerin, die durch Bildung und Engagement vom Einwandererkind zu einem der *Mixité*-Vorzeigemitglieder von Sarkozys erster Regierung wurde. Beide stolperten nach einer überdurchschnittlich erfolgreichen Episode in der Politik schließlich über die Tatsache, „dass ein Star nichts anderes ist als eine durch Medien erzeugten Emphase, ein Trivialmythos mit einem realen Träger, nämlich der Person, auf die der Mythos appliziert wurde. [...] Der Mythos ist also der überwiegende, konstitutive Anteil [...]“⁴⁴² Zerspringt der

⁴⁴⁰ Bart (2012), S. 116

⁴⁴¹ Sarcinelli (2006), S. 63 f.

⁴⁴² Klocks/Kohn/Przybylla (2006), S. 136

Mythos durch einen Skandal, so bleibt lediglich die Komponente des Politikers zurück, der die Scherben des Skandals aufzulesen hat und sie mithilfe einer Publikation zu kitten versucht. Zu Guttenberg beschreibt das für seine Person wie folgt: „Zeitweilig hat man mich mit Eigenschaften, Erwartungen und Attributen in Verbindung gebracht, die kein Mensch einlösen kann.“⁴⁴³

Mit dem Skandal geht in der Politik ein **Glaubwürdigkeitsverlust** einher, egal ob der Skandal politischer oder privater Natur ist. „Gilt ein Politiker einmal als nicht vertrauenswürdig, so wird dies durch besondere Anstrengung auf anderen Gebieten kaum wettzumachen sein. Ein sachlich kompetenter Politiker, dem man nicht vertraut, wird nur schwerlich Unterstützung bei den Wählern finden können.“⁴⁴⁴ Neupositionierungsbücher müssen also vor allem dazu angelegt sein, den Menschen hinter dem Autor und Politiker wieder salonfähig zu machen; eine Demonstration von großer fachlicher Kompetenz, eine klare Positionierung gegenüber dem gegnerischen politischen Lager oder die Erläuterung von politischen Zukunftsvisionen sind hier weniger am Platz, der Schwerpunkt liegt im Persönlichen.

Um beide o. g. Publikationen unter dem Aspekt der Aufarbeitung eines persönlichen, nicht-politischen Angriffs beleuchten zu können, muss zunächst der Kontext zum Zeitpunkt des jeweiligen Erscheinens der Werke skizziert werden.

Karl Theodor zu Guttenberg war von 2009 bis 2011 Bundesminister für Verteidigung; die Plagiatsaffäre und die aus ihr folgende Aberkennung seines Dokortitels durch die Universität Bayreuth im Februar 2011 führten dazu, dass er alle politischen Ämter niederlegte und mit seiner Familie in die USA verzog. Im November 2011 erschien der Interviewband mit Giovanni di Lorenzo, dem Chefredakteur der *Zeit*. Rainer Moritz nennt diese Publikationsstrategie „Neustart [...] mit prominentem Anschub“⁴⁴⁵. Die Auswahl des Interviewers Giovanni di Lorenzo kann als Versuch zu Guttenbergs gewertet werden, sich seriös mit dem eigenen Scheitern auseinanderzusetzen, sich von der dem Autor oft zugeschriebenen Nähe zur *Bild*-Zeitung zu lösen und seine Ausführungen mit dem Prädikat des Qualitätsjournalismus zu konnotieren. So sagt zu Guttenberg selbst im Werk: „Ein Politiker sollte die Vielfalt der Medienlandschaft zu nutzen wissen. Aber ich würde davor warnen, sich zu sehr an ein bestimmtes Medium zu binden.“ Und weiter:

⁴⁴³ Guttenberg (2011), S. 137

⁴⁴⁴ Klein/Ohr (2000), S. 206

⁴⁴⁵ Moritz (2011), Min. 4:38–4:41

*Verbandelt habe ich mich mit niemandem. Dazu bin ich zu unabhängig. Ich habe meine Themen untergebracht – natürlich manchmal auch sehr selektiv. Wenn ich beispielsweise meine Soldaten in Afghanistan erreichen wollte, fiel mir das mit der Bild-Zeitung leichter als mit der Zeit.*⁴⁴⁶

Nun, wo es nicht mehr um die Ansprache von Bundeswehrsoldaten durch den Oberbefehlshaber, sondern vielmehr um das Zurechtrücken seines Bildes in der öffentlichen Meinung in Deutschland geht, wählt zu Guttenberg einen Journalisten jenes Mediums als Wegbegleiter, das ihm für andere Kommunikationszwecke zu elitär erschien. Dies ist als Tribut an die veränderte Stimmungslage in der öffentlichen Meinung zu werten, die ihm vor dem Skandal großteils, zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung aber nicht mehr flächendeckend gewogen war.

Zu Guttenberg will über seine Publikation zu Wort kommen, schreibt jedoch keinen Monolog, sondern lässt sich interviewen; dies suggeriert die kritische Hinterfragung seiner Darstellung der Ereignisse, wie Giovanni di Lorenzo das auch im Vorwort betont:

*Karl-Theodor zu Guttenberg hatte keine einzige inhaltliche Bedingung für das Gespräch gestellt (das notwendigerweise auch ein Streitgespräch geworden ist), aber er hatte mit Sicherheit unterschätzt, was es für ihn bedeuten würde, den Skandal um seine Dissertation, dazu noch den märchenhaften Aufstieg, der ihm vorausging, in allen Details noch einmal aufleben zu lassen.*⁴⁴⁷

Nicht nur der Autor geht mit einer solchen Veröffentlichung ein Risiko ein, ihm ist zwar große öffentliche Aufmerksamkeit, aber auch kritische Beurteilung sicher. Auch dem Co-Autor bzw. Interviewer kann die Veröffentlichung **schaden**. Dem Chefredakteur der *Zeit* hat das Buch im Rückblick mehr Kritik als Lob verursacht; so sagt er selbst: „Mein Fehler war, dass der Eindruck entstehen konnte: Giovanni di Lorenzo ist Teil einer Kampagne zur Wiedereingliederung Guttenbergs in die politische Klasse. Oder, was mindestens genauso schlimm ist: Das macht der nur, um sich zu bereichern.“⁴⁴⁸ Besonders forciert wurde dieser Eindruck durch zwei *Spiegel*-Autoren, die die Causa di Lorenzo/Guttenberg zum Thema machten.⁴⁴⁹ Skandale sind ein probates Mittel zur Auflagensteigerung, durch sie können

⁴⁴⁶ beide Guttenberg (2011), S. 91

⁴⁴⁷ ebd., S. 8

⁴⁴⁸ Lorenzo, zitiert nach Pörksen, B./Krischke (2013), S. 218

⁴⁴⁹ siehe auch Kepplinger (2012), S. 102

Autor, Verlag und Publikation dem Leser das kostbare Gut der Aufmerksamkeit leichter abringen als mit trockenen politischen Manifesten⁴⁵⁰ – dem Vorwurf, diesen Umstand auszunutzen, muss sich jeder Beteiligte an einer Veröffentlichung im Zeichen des Skandalmanagements aussetzen.

Die Unterstellung, Giovanni di Lorenzo forciere mit dem Buch eine politische Rückkehr zu Guttenbergs, basiert unter anderem auf dem im Vorläufigen verhafteten Worttitel der Publikation, und auch auf einer Stelle in seinem Vorwort, dort schreibt er:

*Es ist unmöglich, dieses Interview so zu lesen, als wolle sich Guttenberg in Zukunft nicht mehr in die Politik einmischen. [...]. Wer also die Rückkehr des Karl-Theodor zu Guttenberg auf die politische Bühne befürchtet, der fürchtet sich nach diesem Buch vermutlich völlig zu recht.*⁴⁵¹

Dieses Wortspiel mit dem Thema Furcht, eigentlich ein Stilmittel der Boulevardpresse, mag als dem Stil der *Zeit* nicht angemessener erscheinen. Die Skandalisierung einer potenziellen Schützenhilfe di Lorenzos für ein mögliches Comeback zu Guttenbergs scheint aber der medialen und nicht der Wählerwelt zu entstammen, denn einer Statista-Umfrage aus dem Dezember 2011 zufolge hätten immerhin 41 % der Deutschen nach wie vor eine Rückkehr von Karl-Theodor zu Guttenberg in ein „wichtiges Amt“ der deutschen Politik begrüßt.⁴⁵² Dies mag in der Tatsache begründet liegen, dass „Redlichkeit“ und „politische Glaubwürdigkeit“ zwei unterschiedliche Kategorien⁴⁵³ sind – es scheint zu Guttenberg gelungen zu sein, seine Person und ihre private Verfehlung von seinem politischen Selbst abzukoppeln, sodass ihm auf politischem Terrain weiterhin ein beträchtlicher Anteil der Bevölkerung vertraute. Das Buch traf also bei Erscheinen durchaus einen Nerv und wäre damit als Verdienst und nicht als Fehlentscheidung Giovanni di Lorenzos anzusehen.

Rachida Dati war seit Januar 2007 Wahlkampfsprecherin von Nicolas Sarkozy; später wurde sie Justizministerin in seiner ersten Regierung. Als erste französische Ministerin mit Migrationshintergrund und islamischen Glaubens (noch dazu in einer konservativen Regierung) eignete sie sich perfekt, um Sarkozys Storytelling während seiner ersten Präsidentschaft zu komplettieren – „[a]uch die Nebenrollen seiner One-Man-Show [waren]

⁴⁵⁰ vgl. Pörksen, B./Detel (2012), S. 90

⁴⁵¹ Guttenberg (2011), S. 9

⁴⁵² vgl. Statista (2011)

⁴⁵³ vgl. Eppler (2000), S. 125

nach dem Prinzip der Story-Tauglichkeit besetzt.⁴⁵⁴ Zuvor war Dati nicht auf der politischen Bühne präsent und hatte auf ihrem prestigereichen Fachgebiet, der Justiz, erst wenige Jahre Berufserfahrung gesammelt. Dazu kamen die überdurchschnittlich hohe Fluktuation in ihrem Ressort in den ersten Monaten ihrer Amtsführung sowie die Tatsache, dass sie als erste Ministerin „la carte glamour“⁴⁵⁵ ausspielte und sich von Dior einkleiden ließ. Gerüchte um ihren drogenabhängigen Bruder Jamal und eine arrangierte und bald wieder geschiedene Ehe komplettierten das viele Wähler irritierende Bild.

In der Intention ihrer Buchveröffentlichung findet sich ein gravierender Unterschied zu Karl-Theodor zu Guttenberg, der sich bereits im Worttitel widerspiegelt: Während Dati ihre Sicht der Dinge offenlegt und die Leser zu Richtern über ihre politische Karriere etc. macht, nimmt zu Guttenberg schon vorweg, „vorerst gescheitert“ zu sein und legt damit nahe, sich nicht rechtfertigen, sondern entschuldigen zu wollen. So hält er es für angemessen, „[s]ich aufs Härteste kritisieren zu lassen für [s]eine unsäglich schlechte wissenschaftliche Arbeit.“⁴⁵⁶ Und weiter schreibt er: „Wenn ich im Leben fehle, dann muss ich auch öffentlich zu diesen Fehlern stehen. Das ist mein Anspruch.“⁴⁵⁷ Die Demonstration von Reue ist ein unverzichtbares Element für zu Guttenbergs Buch, will er den Worttitel nicht *ad absurdum* führen. Auch wird er der Tatsache gerecht, dass zu einer „vollumfänglichen Entschuldigung Explizitheit gehört“⁴⁵⁸ – er nennt seine Verfehlung deutlich und suggeriert Reue.

Dati hingegen gibt sich kämpferisch und spielt im Worttitel der Publikation mit der Hoffnung, jeder objektive Leser und Richter über ihr Schicksal müsse die Absurdität der Vorwürfe erkennen und sie freisprechen. Sie veröffentlicht *Je vous fais juges* gemeinsam mit Claude Askolovitch, einem ehemaligen Sportjournalisten, der inzwischen jedoch mehrere Bücher über Politiker und mit Politikern ersten Ranges verfasst hat. Der Ton zwischen Dati und Askolovitch ist um einiges ruppiger und mehr auf Konfrontation ausgerichtet als das kultivierte Gespräch, das zu Guttenberg und di Lorenzo miteinander führen. Schon die Eröffnung durch Askolovitch, „Bonjour, madame la ministre de la justice, vous venez de loin ...“, unterbricht Dati mit einem spitzen „On me l’a déjà dit“. Es folgt ein Versuch des Interviewers, das Thema auf Datis Migrationshintergrund zu lenken, „Vous êtes la première ministre majeure issue de l’immigration maghrébine ...“, den Dati sofort als verkürzte Darstellung ihrer Person entlarvt: „Faisons simple, on gagnera du temps!“⁴⁵⁹ Der Dialog ist in

⁴⁵⁴ Altwegg (2009)

⁴⁵⁵ Nadjar/Tancrède (2007)

⁴⁵⁶ Guttenberg (2011), S. 27

⁴⁵⁷ ebd., S. 32

⁴⁵⁸ Liedtke (2003), S. 78

⁴⁵⁹ alle Dati (2007), S. 7

seiner Gänge von solchen Elementen des Diskussionsabbruchs vonseiten Datis geprägt, sie nutzt dieses Stilelement, um das Gespräch zu dominieren und die eigene Position zu stärken. Besondere Aussagekraft in Bezug auf die **Tonart** der Interviews hat ein Vergleich der jeweils letzten Sätze der untersuchten Publikationen. Während zu Guttenberg über seinen neuen Lebensabschnitt vorsichtig formuliert „Langsam freue ich mich auf ihn. Und die Kräfte kommen wieder zurück“⁴⁶⁰, beschränken sich Rachida Datis beide letzte Äußerungen auf ein schlichtes „Non“⁴⁶¹. Diese abwehrende, zurückweisende Haltung ist symptomatisch für den Verlauf des gesamten Interviews und macht deutlich: Dati will nicht wie zu Guttenberg ein Comeback vorbereiten, Verfehlungen einräumen und sich für sie entschuldigen, sondern den eigenen Status vehement verteidigen.

Bei beiden Publikationen handelt es sich um Hilfsmittel zur Aufarbeitung eines Skandals, jedoch ist er jeweils unterschiedlich weit entwickelt. **Skandale durchlaufen mehrere Phasen**: Die **Latenzphase**, in der der Skandal unter der Oberfläche schwelt, die **Aufschwungphase**, in der er sich immer mehr zuspitzt und immer mehr mediales Interesse erweckt, und die **Entscheidungsphase**, in der der Protagonist das Ruder herumreißen oder scheitern muss.⁴⁶² Dati befindet sich bei Veröffentlichung in einer verlängerten Aufschwungphase, während zu Guttenberg versucht, die Entscheidungsphase durch die Veröffentlichung einer Antwort in Buchform zu seinen Gunsten zu beeinflussen. „Skandale produzieren und sie kannibalisieren Empörung; sie putschen sie auf und erzeugen so gleichzeitig die Bedingung für ihr allmähliches Abklingen.“⁴⁶³ Bei zu Guttenberg hatte das Abklingen bereits eingesetzt, das öffentliche und mediale Interesse flaute ab, der Protagonist verließ die Szene und zog sich in die USA, auf neutralen Boden zurück. Seine Veröffentlichung ist Rückblick und Richtigstellung, nicht Verteidigung in der heißen Phase des Skandals. Darüber hinaus hat in Deutschland bei Erscheinen von *Vorerst gescheitert* bereits das eingesetzt, was als „Skandal zweiter Ordnung“⁴⁶⁴ bezeichnet werden kann: Teile der Gesellschaft sahen weniger in zu Guttenbergs Vergehen, als vielmehr im Umgang der Medien damit einen Skandal; die Zahl seiner Anhänger ist nicht so gering, wie die Medienberichterstattung suggeriert. Zu Guttenberg selbst formuliert zur Wahl des Veröffentlichungszeitpunkts: „Mir war es wichtig, diese Fragen zu einem Zeitpunkt zu beantworten, an dem meine Erinnerung noch klar genug ist, bevor man beginnt, die Dinge

⁴⁶⁰ Guttenberg (2011), S. 207

⁴⁶¹ Dati (2007), S. 232

⁴⁶² vgl. Pörksen, B./Detel (2012), S. 30 f.

⁴⁶³ ebd., S. 68

⁴⁶⁴ ebd., S. 125

selbst zu verwischen. [...] Ich wollte mich allerdings nicht früher äußern, weil ich zugegebenermaßen etwas Distanz brauchte.“⁴⁶⁵

Dati hingegen befand sich bei Veröffentlichung von *Je vous fais juges* noch im Amt, sie musste ihr Image für die weitere Amtsführung reparieren, für sie ist der Ausgang des Skandals wegen ihres aktuellen Karrierestatus von noch erheblich größerer beruflicher Bedeutung als für den bereits zurückgetretenen zu Guttenberg. Auch scheint es in ihrem Fall keine erkennbare Zustimmung aus der Gesellschaft zu geben. Ein mediales Interesse an einer amtierenden Ministerin, noch dazu in einem Schlüsselressort, muss allerdings vorausgesetzt werden. Datis Buch hatte keinen einzelnen Skandal zum Anlass, sie wehrte sich gegen unterschiedliche Vorwürfe, die ihr seit Längerem gemacht wurden. Ihr Ziel ist weniger zeitbezogen als vielmehr inhaltlich motiviert: „Justement pour cela: mettre fin aux fantasmes, les purger, et pouvoir avancer. Pour essayer de trouver les mots justes et échapper aux clichés. Pour dire la vérité, avant que d'autres ne mentent.“⁴⁶⁶ Unter diesen Vorzeichen erscheinen zwei ganz unterschiedliche Publikationen, deren Inhalt und Stil im Folgenden untersucht werden.

Zu Guttenberg und Dati kommen aus sehr unterschiedlichen **familiären und sozialen Verhältnissen**, die sie im Politikbetrieb ihres Landes jeweils einzigartig machen. Der intellektuelle Politiker adeliger Herkunft steht der Einwanderer Tochter mit zehn Geschwistern gegenüber. Diesem Hintergrund mag die offensichtliche Tendenz der Bücher geschuldet sein; während zu Guttenberg geschäftsmäßig von politischen und mit der Plagiatsaffäre verbundenen Fakten spricht, klärt Dati detailliert über den Einfluss ihrer Familie auf ihre Person auf. Da sie sich in der Aufschwungphase des Skandals äußert, versucht sie, über das psychologische Verfahren der **Emotionalisierung** Sympathien zu gewinnen. Zu Guttenberg erwähnt lediglich seine ohnehin in der Öffentlichkeit stehende Ehefrau, seinen politisch aktiven Großvater und seinen Vater, den Dirigenten Enoch zu Guttenberg, während Dati über ihre verstorbene Mutter, ihren hinterbliebenen Vater, den drogensüchtigen Bruder und ihre intimen Gefühle informiert: „Ma mère est morte. Dans mon âme, dans mes pensées, elle est présente, tout le temps, tout les jours.“⁴⁶⁷ Hinter dieser scheinbaren Vorbehaltlosigkeit steht der Versuch, sich als Privatperson vorteilhaft vorzustellen, denn ihr größtes Manko ist der fehlende Rückhalt in der Bevölkerung, die ihr nur wenig Sympathie entgegenbringt. Vor allem in diesen privaten Passagen verfällt sie in einen nahezu romanesken Erzählton: „Chez

⁴⁶⁵ Guttenberg (2011), S. 11

⁴⁶⁶ Dati (2007), S. 15

⁴⁶⁷ ebd., S. 17

moi, c'est aussi Châlon-sur-Saône, c'est Paris, c'est la France! Le Maroc, c'est le pays d'où vient mon père, comme l'Algérie est le pays où maman est née. Petite fille, j'y allais en vacances, avec mes parents, dans les périples automobiles interminables [...].⁴⁶⁸ Das oben schon im Bereich der Wahlkampfbücher identifizierte Schema der Aufrufung emotionalisierender Kindheitserinnerungen wird von Dati auf die Spitze getrieben. Zu Guttenberg spricht als ehemaliger Berufspolitiker, Dati als Privatperson und Amtsinhaberin zugleich. Beide Politiker bestehen allerdings in ihren Publikationen auf einer **Unterscheidung zwischen ihrer Person und ihrer politischen Arbeit**, beide stellen die Reduzierung auf das Private, Skandalöse ihrer Persönlichkeit zum Zeitpunkt ihrer Angreifbarkeit als problematisch dar, weil es wichtigere politische Sachverhalte verdrängt. Aufseiten zu Guttenbergs passt diese Argumentation zur inhaltlichen Ausrichtung des Interviews, so fragt er zum medialen Umgang mit der Plagiatsaffäre: „Wie kann es sein, dass ein privates Versäumnis eines Ministers die Meldung über mehrere gefallene Soldaten in Afghanistan komplett überlagert?“⁴⁶⁹ Dati hingegen nutzt das Private für sich, wo sie affektive Wirkziele verfolgt, beschreibt gute Arbeitsbedingungen für einen Politiker aber wie folgt: „Idéalement, on devrait travailler en silence – je veux dire sans avoir à communiquer sur soi. Simplement sur les projets, et leur avancée, et sur les résultats.“⁴⁷⁰ Und sie betont: „Mon histoire personnelle n'est pas le levier de mon action.“⁴⁷¹ Beide Autoren kritisieren in gleicher Weise ein **überbordendes mediales Interesse** an ihrer Person, welches sogar das Interesse an ihrer Amtsausübung in den Hintergrund drängt. Damit wird von der eigenen Schuld am skandalisierten Tatbestand abgelenkt, die Medien werden als mindestens mitschuldig definiert und für den in den Augen der Autoren moralisch fragwürdigen Berichtsstil kritisiert. Dati jedoch wirkt unglaublich, weil ihr o. g. Inkonsequenz im Umgang mit ihrem Privatleben in der Veröffentlichung nachgewiesen werden kann. Bezeichnend ist es auch, dass sie sich in *Je vous fais juges 2007* noch vehement dagegen wehrt, auf ihre Herkunft reduziert zu werden, dies ist die Quintessenz der Publikation: „Je ne suis rien, mais je ne peux pas être réduite à une origine.“⁴⁷² Im Mai 2011 hingegen veröffentlicht die Autorin ein weiteres Verteidigungsbuch mit dem Titel *Fille de M'Barek et de Fatim-Zohra. Ministre de la justice* (XO Editions, Paris 2007), in dem sie selbst private Sachverhalte wie ihren Migrationshintergrund in den Vordergrund stellt. Dadurch entsteht in der werkübergreifenden Publikationsstrategie ein Glaubwürdigkeitsdefizit. In ihrer Rolle als Politikerin will sie ihre

⁴⁶⁸ Dati (2007), S. 28

⁴⁶⁹ Guttenberg (2011), S. 42

⁴⁷⁰ Dati (2007), S. 13

⁴⁷¹ ebd., S. 71

⁴⁷² ebd., S. 9

Person in einem weiteren Kontext als nur dem der Herkunft verstanden wissen, als Autorin jedoch forciert sie die Konzentration auf eine Facette, die hohe Auflagen und kontroverse Diskussionen verspricht. Damit muss das Ziel jeden Neupositionierungsbuchs, Glaubwürdigkeit und Konsistenz wiederzugewinnen, zumindest auf publizistischer Ebene als verfehlt angesehen werden.

Für die Reaktivierung von Glaubwürdigkeitsreserven im Neupositionierungsbuch ist der geeignete **Umgang mit den skandalisierten Elementen** besonders wichtig. Von den Interviewern auf die Charakterzüge und biografischen Details angesprochen, die schließlich zu ihrem Skandal beitrugen, reagieren Dati und zu Guttenberg ganz unterschiedlich. Askolovitch spricht die Justizministerin auf den Vorwurf an, sie sei nur mithilfe mächtiger Gönner an die Macht gekommen. Sie spielt diese Anschuldigung herunter: „J’avais de vrais soutiens, mais mon parcours a été parfaitement normal, et pas si évident.“⁴⁷³ Im weiteren Verlauf des Gesprächs weist sie an mehreren Stellen darauf hin, das große Glück einflussreicher Unterstützer gehabt zu haben, jedoch alle Prüfungen und Auswahlverfahren wie jeder andere Aspirant auf politische Ämter und Ausbildungs- oder Arbeitsplätze durchlaufen und sich so aus eigener Kraft ihre politische Position erkämpft zu haben: „Je ne suis pas passée d’une HLM de Châlon à la Place Vendôme du jour au lendemain!“⁴⁷⁴ Die ironische Verkürzung und provokante Formulierung sind typisch für ihren Gesprächsanteil. Wo dies nicht zielführend ist, setzt sie die Taktik des **Verharmlosens** ein, so z. B. im Falle ihres zurückgetretenen Stabschefs Michel Dobkine: „Des collaborateurs de ministres qui sont remplacés, cela arrive tous les jours.“⁴⁷⁵ Sie setzt das Thema auf das Niveau des Alltäglichen herab und verwendet dabei die Strategie der „sprachlichen Verabsolutierung“. So wird „suggeriert, daß die Aussagen stimmig sind, daß eine Überprüfung zu aufwendig ist und doch zu nichts führt. [...] Strittiges wird nicht mehr argumentativ in Geltendes überführt“⁴⁷⁶, sondern per definitionem. Schuldeingeständnisse der Ministerin sind in dieser Publikation nicht zu erwarten, denn als amtierende Mandatsträgerin wäre sie wohl nicht zu halten, wenn sie zugeben würde, dass dieser Status nicht auf ihre Kompetenzen, sondern vielmehr auf Protektion zurückzuführen wäre.

Zu Guttenberg hingegen reagiert wie folgt auf den von Giovanni di Lorenzo aufgenommenen Vorwurf, er sei ein Blender:

⁴⁷³ Dati (2007), S. 175

⁴⁷⁴ ebd., S. 21

⁴⁷⁵ ebd., S. 179

⁴⁷⁶ Straßner (1992), S. 2

Das ist einfach ein Attribut, das meinem bisherigen Leben nicht gerecht wird. Das wird unreflektiert aus blanker Bosheit genutzt. [...] Ich glaube, dass eine solche Karriere bei manchen eine geradezu lustvolle Wonne auslöst, es demjenigen irgendwann zu zeigen.⁴⁷⁷

Zu Guttenberg adressiert in seiner Kritik die Medien, die ihm mit ihrer Berichterstattung übermäßig geschadet hatten, er stellt sich selbst als Opfer einer Verleumdungskampagne dar und solidarisiert sich mit dem Leser gegen die nicht näher definierte Gruppe von Angreifern. Dabei bewahrt der Autor jedoch einen seinem **propagierten Image** entsprechenden höflichen Sprachstil dem Interviewer gegenüber. Dati hingegen kontert die Aufnahme der gegen sie vorgebrachten Vorwürfe durch Askolovitch aufgebracht: „Si quelqu’un progresse, qui n’était pas prédestiné au sommet, c’est qu’il a triché, ou qu’il était dévoré de l’ambition, qu’il était prêt à tout, qu’il était calculateur, cynique, manipulateur [...]“⁴⁷⁸ Sie setzt vielmehr auf den Gewinn von Mitleid bzw. Verständnis in der Leserschaft und spricht gerade jene Bevölkerungsschicht an, der sie vor ihrem Eintritt in die Politik angehörte. Inhaltlich sagen beide Ähnliches aus, Datis Aussagen wirken jedoch wie die eines zur Verteidigung gezwungenen Diskutanten ohne reelle Aussichten auf einen positiven Ausgang der Situation, während zu Guttenberg der zeitliche Abstand zu den Ereignissen zugutekommt.

Besonderes Interesse verdient der **Umgang** beider Politiker **mit der eigenen Partei** in ihren Publikationen. Diese stand im Falle zu Guttenbergs nicht geschlossen hinter ihm, als die Gorch-Fock-Affäre, die Kunduz-Affäre und, für diese Arbeit besonders wichtig, die Plagiatsaffäre, ihn zu Fall brachten. „Der Skandal vereint die Gleichgesinnten“⁴⁷⁹ – das mögen im Falle der Parteifreunde zu Guttenbergs diejenigen gewesen sein, denen der Aufstieg des jungen Kollegen zu rasant vonstattenging und denen die Möglichkeit eines Sturzes gelegen kam. So spricht der Autor, wenn auch dezent, doch kritisch über seine politische Heimat: „Die Union sitzt noch in der Mitte [*der Gesellschaft, AW*], aber sie ist dort lange nicht mehr so erkennbar, wie sie es sein könnte. Sie sitzt eben und steht nicht.“⁴⁸⁰ Auch hält das CSU-Mitglied fest: „Ich sehe derzeit bei keiner Partei einen allumfassenden überzeugenden Entwurf.“⁴⁸¹ Zu Guttenberg kann es sich jetzt, da er von allen Ämtern zurückgetreten ist und nicht mehr in erster Linie mit der CSU konnotiert ist, erlauben, Kritik zu üben. Der Neuaufbau seines Images wird nicht über die Partei funktionieren, sondern über

⁴⁷⁷ Guttenberg (2011), S. 53 f.

⁴⁷⁸ Dati (2007), S. 23

⁴⁷⁹ Kepplinger (2012), S. 55

⁴⁸⁰ Guttenberg (2011), S. 166

⁴⁸¹ ebd., S. 181

seine Persönlichkeit, der seiner große Popularität geschuldet war. Darüber hinaus ist seine Neupositionierung nicht in erster Linie politischer, sondern gesellschaftlicher Natur – er muss seine Integrität beweisen. Die Partei kann ihm dabei nicht behilflich sein, weswegen er sie als Element zur Profilierung bzw. Definition/Verortung seiner Person vernachlässigen kann. Dati hingegen ist ihrer Partei UMP und vor allem deren Vorsitzendem Nicolas Sarkozy, der sie trotz schwindender Beliebtheit und diverser skandalträchtiger Einlassungen im Kabinett beließ, verbunden. Es ist wenig überraschend, dass dies der einzige Bereich ist, in dem Dati mit anderen weniger kritisch umgeht als zu Guttenberg. Die Autorin findet bei der Beantwortung jedes Themenkomplexes eine Möglichkeit, Sarkozy als Lichtgestalt zu positionieren: „Nicolas Sarkozy, c’est son fonctionnement, donnera confiance à des individus.“⁴⁸² Oder später: „Il était clair, direct sans fioritures, et surtout juste [...]. Il tranchait tellement avec les autres professionnels de la politique! Je me suis dit que c’était lui, que je devais travailler pour lui [...].“⁴⁸³ Schließlich schreibt sie dem französischen Präsidenten eine Art Läuterung ihrer Arbeitsweise zu: „Et la méthode Sarkozy m’a transformée. Il fallait aller vite, être précis, et oser en même temps.“⁴⁸⁴ Die politische Heimat, auf die Dati im Buch referenziert, ist in der Gefolgschaft Sarkozys begründet, weniger in der Zugehörigkeit zu einer Partei. Erneut ist dieser Befund mit der großen politischen Macht und Bedeutung zu erklären, die der Staatspräsident und weniger seine Partei in Frankreich einnimmt. Dies drückt Dati in ihrem Interviewband auch dezidiert aus: „Etre [sic] avec Nicolas Sarkozy, ce n’est pas simplement un engagement à droite: c’est le choix d’un homme, et d’un projet pour la France qu’il remet en marche.“⁴⁸⁵ Diese Gefolgschaft ist auch zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung ungebrochen, Dati verwendet diese sogar gleichsam als Werbepattform für Sarkozy. Dieser Schachzug ist vonseiten einer aktiven Ministerin im Kabinett des Gelobten sinnvoll und verrät das oberste Ziel ihrer Publikationsstrategie: Es geht weniger um die Rehabilitation ihrer Person, als vielmehr um die Wegbereitung weiterer politischer Ambitionen.

Abschließend lässt sich zu diesem Kapitel sagen, dass **Bücher ein mögliches Mittel zur Krisenbewältigung** sind – Verkaufserfolge wie der Datis mit über 44.500 verkauften Exemplaren⁴⁸⁶ von *Je vous fais juges* zeigen eine Rezeptionsbereitschaft in der Leserschaft. Jedoch sind sie kein Allheilmittel. Die Form des Interviewbuchs, also die Bereitschaft, sich

⁴⁸² Dati (2007), S. 106

⁴⁸³ ebd., S. 196

⁴⁸⁴ ebd., S. 199

⁴⁸⁵ ebd., S. 203

⁴⁸⁶ vgl. Internaute (2010 b)

den Fragen eines Journalisten zu stellen, suggeriert den Willen zu allumfassender Aufklärung. Dies ist ein Merkmal, das dem Skandalösen entgegensteht; im Skandal werden Informationen von den Beteiligten für gewöhnlich nur preisgegeben, wenn sie ohnehin schon bekannt sind, wenig wird von den Betroffenen selbst enthüllt.⁴⁸⁷ Eine Buchpublikation suggeriert über das Aktivwerden des Politikers als Autor den Willen des Politikers als Mandatsträger, auf eine Verschleierungstaktik zu verzichten und die Umstände – und eben auch Missstände – in ihrer Gänze aufzuarbeiten. Eine Technik, die der Protagonist eines Skandals anwenden kann, um sein Amt zu verteidigen, ist die Flucht in „Schuldbekennnisse, Selbstrechtfertigungen und Dementis [sic].“⁴⁸⁸ Für ein Dementi ist es in den beiden dargestellten Fällen zu spät, alle skandalisierten Fakten liegen der Öffentlichkeit bereits vor. Dati kämpft durch ihr Buch allerdings noch um ihre Position als *Garde des Sceaux*, ihre Strategie ist die der Selbstrechtfertigung. Zu Guttenberg hat sein Amt zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bereits niedergelegt und kann nur Schadensbegrenzung betreiben; seine Taktik ist die des Schuldbekennnisses, das ihm im Idealfall eines Tages den Weg zurück in die Politik ebnet kann.

Als Fußnote ist zu diesem Kapitel festzuhalten, dass Politikerbücher nicht nur als Werkzeuge im Skandalmanagement dienen können, sie können auch neuer Stein des Anstoßes werden. Thilo Sarrazins provokante Titel *Deutschland schafft sich ab* (DVA, München 2010) und *Europa braucht den Euro nicht* (DVA, München 2012) sind besonders kontrovers diskutierte Beispiele, daneben sind aber auch Sachverhalte wie die Querfinanzierung der Werbemaßnahmen für Christian Wulffs Buch *Besser die Wahrheit* (Hoffmann und Campe, Hamburg) aus dem niedersächsischen Landtagswahlkampf 2007 durch Carsten Maschmeyer zu nennen – solche Zwischenfälle führen die Publikation als vertrauensbildende Maßnahme ad absurdum und verkehren den positiven Effekt in sein Gegenteil.

IV.1.2.2 Christian Wulffs *Ganz oben, ganz unten* (2014) – ein Sonderfall des Neupositionierungsbuchs

Um die besondere Stellung von Christian Wulffs Buch im Genre der Neupositionierungsbücher herauszuarbeiten, werden die Worttitel dieses und der beiden soeben untersuchten Werke herangezogen. Sie verdeutlichen die chronologische Interdependenz zwischen Skandalphase und Buchveröffentlichung. Rachida Dati eröffnet mit *Je vous fais juges* das semantische Feld der Justiz: Sie ruft dort Richter an, die über ihren Fall

⁴⁸⁷ vgl. Kepplinger (2012), S. 88

⁴⁸⁸ ebd., S. 141

entscheiden sollen. Dadurch wird klar, dass ihr Buch in der Aufschwungphase des Skandals entsteht, er ist in der öffentlichen Meinung präsent und die Entscheidung über seine Auswirkungen auf ihre Reputation noch offen. Sie veröffentlicht ein **Verteidigungsbuch** in der Hoffnung, damit einen Beitrag zu einem positiven Ende der Diskussion zu leisten. Karl-Theodor zu Guttenberg hingegen ist zum Veröffentlichungszeitpunkt bereits zurückgetreten, der Plagiatsverdacht wurde bewiesen, allerdings befindet er sich auf dem Gebiet der Reputationsrettung noch in der Entscheidungsphase. Schuldeingeständnis und Entschuldigung sollen den Ruf wiederherstellen. Er schreibt eine Art **Bewährungsbuch**, das ihn politisch resozialisieren und auf eine mögliche Wiedereingliederung in den Politikbetrieb hinarbeiten soll. Der Fall Christian Wulffs liegt ganz anders. Dem früheren Ministerpräsidenten Niedersachsens und zehnten Bundespräsidenten der BRD wurde Vorteilsnahme in Bezug auf seinen Hauskauf und diverse Vergünstigungen im Zusammenhang mit Urlaubsreisen nach Sylt und München vorgeworfen. Diese Vorwürfe führten zu seinem Rücktritt vom Amt des Bundespräsidenten und zu einem Ermittlungsverfahren – dem ersten, das jemals gegen einen Bundespräsidenten angestrengt worden war. Sein Buch *Ganz oben, ganz unten* erschien kurz nach Ende des Gerichtsverfahrens, im Juni 2014. Die Phase des Skandals, in der er sich befand, könnte man als Post-Entscheidungsphase oder gar Post-Skandalphase bezeichnen. Der moralische Schaden, den Wulffs Image durch den Skandal genommen hatte, war nicht mehr zu kitten. Nachwirkungen der Ereignisse wie die Störungen beim großen Zapfenstreich zu seinen Ehren und die Diskussion um seinen Bezug des Ehrensoldes und seine zum damaligen Zeitpunkt gescheiterte Ehe verfestigten das negative Bild in der öffentlichen Meinung. Der große Unterschied zu den Publikationen Datis und zu Guttenbergs: Wulff ist zum Veröffentlichungszeitpunkt nach deutschem Recht freigesprochen von allen Vorwürfen, die seinen Sturz herbeigeführt hatten. Diese **formale Rehabilitation** gibt ihm das Standing, das notwendig ist, um ein ganz anders gelagertes, zum Gegenangriff auf Medien und Politik geeignetes Buch, im juristischen Jargon kann man es **Anklagebuch** nennen, zu veröffentlichen. In Datis Fall liegen 2007 keine justiziablen Vorwürfe vor, sodass auch ein institutionalisierter Freispruch nicht möglich ist. Zu Guttenberg hat einen justiziablen Fehler begangen, der geahndet wurde, das Urteil über ihn, die Aberkennung des Dokortitels durch die Universität Bayreuth, kommt einem Schuldspruch gleich. Während er in seiner Publikation zu sühnen und Datis in der ihren sich zu verteidigen versucht, kann Wulff alle Gegner nun seinerseits verbal auf die Anklagebank zwingen und seine Sicht der Dinge aus der Haltung des medialen Märtyrers darlegen.

Aus diesem Grund kann er auch anders als Dati und zu Guttenberg auf einen Interviewpartner als Glaubwürdigkeitsgaranten verzichten. So verfasst er selbst ein Vorwort, in dem er nach einer knappen Bilanz seiner Präsidentschaft sofort Angriffsposition gegenüber der *Bild-Zeitung* bezieht und auf seinen Freispruch hinweist. Dieser Freispruch ist die einzige moralische Instanz, die er als Legitimation seiner Autorschaft benötigt. Daneben gereicht es ihm zum Vorteil, dass auch in seinem Fall eine Art Skandal zweiter Ordnung eingetreten ist: Die Bundesbürger waren zwar von seiner moralischen Integrität nicht mehr zu überzeugen, der medialen Hetzkampagne auf den ehemaligen Bundespräsidenten stand jedoch auch eine breite Öffentlichkeit kritisch gegenüber, sodass eine Empörung über dieses Verhalten zahlreicher medialer Kanäle entstand, die im Rückschluss Wulff Sympathien und damit potenzielle Leser einbrachte.

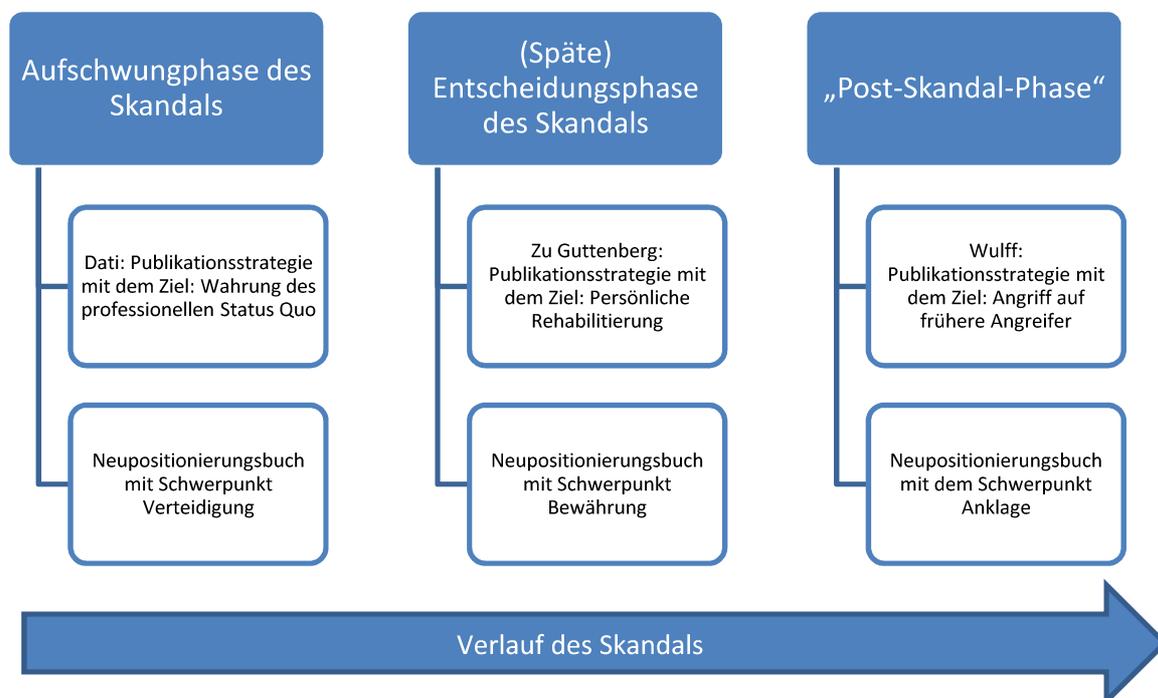


Abbildung 9: Verlauf des Skandals und Zuordnung des Textkorpus, eigene Darstellung

Ganz oben, ganz unten dient dem Autor nicht nur zur Neupositionierung, sondern auch zur Inszenierung seines Triumphs. Eine große Buchvorstellung, ein mehrseitiges Interview im *Spiegel*, das unter dem aufmerksamkeitsheischenden Etikett „Streitgespräch“ erschien, und weitere medial wirksame Maßnahmen flankierten die Publikation, dazu kam die eben abflauende Berichterstattung über das Gerichtsverfahren. Aufmerksamkeit ist dem Werk also sicher, der Autor kann davon ausgehen, dass das Buch erfolgreich abverkauft wird und auch die Wiedergabe und Diskussion von Passagen aus dem Buch in der Öffentlichkeit sind gesichert. Das Buch ist als Gegenstück zu einem früher veröffentlichten Text Wulffs

anzusehen – seiner Rücktrittsrede vom 17.2.2012.⁴⁸⁹ An diesem Tag stand er vor dem Urteil, der Prozess hatte noch nicht begonnen, Wulff war, ganz im Gegensatz zum rechtsstaatlichen Grundsatz *in dubio pro reo*, von den Medien und der öffentlichen Meinung als Täter bis zu einem möglichen **Unschuldsbeweis** gebrandmarkt worden. Aus diesem Grund formulierte er hier noch vorsichtig, im Buch hingegen entfällt dieses Dilemma durch den gerichtlichen Freispruch, er kann deutlich Kritik an anderen üben. So war in der Rücktrittsrede lediglich eine knappe Verurteilung der Medienberichterstattung der vorangegangenen Monate zu finden – im Buch ist diese flächendeckend vertreten. Zwei Elemente fallen auf, die sowohl in der Rede als auch im Buch dominieren: Die erste ist die **Emotionalisierung über die Familie**. Wulff betonte in der Rede die Belastung, der Frau und Kinder durch den öffentlichen Skandal ausgesetzt waren. Auch im Buch verwendet er solche Versatzstücke, um sich als persönlich Betroffenen in den Vordergrund zu stellen, nicht als Politiker, der sich eine Verfehlung hat zuschulden kommen lassen, sondern als zutiefst verletzte Privatperson. Dies gilt sowohl für die Beschreibung seines Dienstefers, der private Einschränkungen erforderte, als auch in der Inszenierung der Liebesgeschichte mit Bettina Körner oder für den letzten Satz, den er dem Buch beigibt: „So. Und nun hole ich mit meiner Tochter meinen Sohn aus dem Kindergarten ab, und darauf freue ich mich.“⁴⁹⁰ Nach dem Recency-Prinzip bleibt diese Aussage dem Leser gut im Gedächtnis – so stilisiert sich Wulff als Privatmann, Familienvater, Verkörperung eines modernen Familienkonzepts, die juristische Affäre soll überlagert werden.

Das zweite in beiden Texten präsente Element ist die direkte **Ansprache der Bürger**. Wulff beginnt seine Rücktrittsrede mit einer Grußformel an die anwesenden Journalisten und die Bürgerinnen und Bürger; er schließt sie mit guten Wünschen an letztere, unter dezidierter Einbeziehung der anwesenden Pressevertreter. Damit positioniert sich Wulff als **Repräsentant eines politischen Amtes**, der durch die Vierte Gewalt grundlos aus dem Amt gebracht wurde. Als Subtext schwingt mit, dass das Missverhalten der Medien nicht nur ihm, sondern indirekt auch dem von ihm vertretenen Volk geschadet hat. Dahinter steckt eine Solidarisierung zwischen der eigenen Person und der Wähler-/Rezipientenschaft der Rede gegen die stigmatisierte Journaille. Ein deckungsgleiches Argumentationsschema verwendet Wulff im Buch, wenn er auf die horrenden Kosten des Verfahrens gegen ihn hinweist, die dem Steuerzahler während der haltlosen Strafverfolgung gegen ihn sinnlos aufgebürdet

⁴⁸⁹ Online verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=WmfzaCZArBw>

⁴⁹⁰ Wulff (2014), S. 256

wurden.⁴⁹¹ Notwendig ist das, weil der Vorwurf der Vorteilsnahme in der öffentlichen Meinung weniger aufgrund von Strafbarkeit und möglichen politischen Konsequenzen als vielmehr aus moralischen Gründen verwerflich erschien – auf dem gleichen Terrain muss er ihm nun begegnen. In der Rede wie im Buch räumt Wulff ein, Fehler gemacht zu haben⁴⁹², betont also den **Bescheidenheitstopos**, indem er sich scheinbar als fehlbaren, aber rechtschaffenen Menschen inszeniert. Diese Folie komplettiert er in der Rede wie im Buch mit dem Verweis auf seinen Einsatz für gesellschaftlichen Zusammenhalt in seiner Zeit als Bundespräsident, Subtext ist hier die Unverhältnismäßigkeit seiner Strafverfolgung, während im Land große Ungerechtigkeiten und soziale Brennpunkte unbearbeitet blieben. Schlussendlich zeichnet er im Buch das Bild eines charakterlich sehr integren Menschen, indem er betont, er sei von einem „Naturell, das auf Ausgleich bedacht ist“⁴⁹³, und „Konfrontation um ihrer selbst willen“⁴⁹⁴ sei ihm fremd. Darin besteht *ex negativo* seine Medienkritik, die die Pressevertreter als Skandalisierer verurteilt. Er schließt die Rede mit dem Aufruf zum Schutz demokratischer Werte, dieses Element baut er im Buch aus, indem er die Rechte aufzählt, die in seinem Fall durch Medien und Staatsanwaltschaft verletzt wurden (Unverletzlichkeit der Wohnung, Grundsätze der Verhältnismäßigkeit und Unschuldsvermutung etc.⁴⁹⁵). Damit stellt Wulff sich als Bürger unter Bürgern dar, dem aufgrund seiner exponierten Stellung ein Unrecht widerfuhr, das auch anderen Bürgern so geschehen könnte. Damit ist der Appell an diese verbunden, solche Zustände nicht zu tolerieren, und gleichzeitig findet eine starke **Vereinnahmung der Rezipienten** zu einer gemeinsam mit Wulff zu recht empörten Gruppe statt.

Wulff legt wie folgt seine Publikationsintention offen: „Ich habe mich bisher nur vor Gericht geäußert. Jetzt lege ich meine Sicht der Dinge dar.“⁴⁹⁶ Und das tut er via Buch. Er gibt vor, neben der Schilderung seiner Version der Ereignisse auch ein extrinsisch motiviertes Publikationsziel zu verfolgen – durch seine Autorschaft soll auch das Klima zwischen Medien und Politik in Deutschland thematisiert, evtl. sogar positiv beeinflusst werden. Sein Buch soll dazu dienen, „dass wir das Verhältnis zwischen Medien und Politik neu justieren“.⁴⁹⁷ Es ist ihm durchaus bewusst, dass auch die vorliegende Publikation in Medien und öffentlicher

⁴⁹¹ vgl. Wulff (2014), S. 9

⁴⁹² vgl. z. B. ebd., S. 13

⁴⁹³ ebd., S. 32

⁴⁹⁴ ebd., S. 33

⁴⁹⁵ vgl. ebd., S. 10

⁴⁹⁶ ebd., S. 9

⁴⁹⁷ ebd., S. 11

Meinung als erneute Entgleisung eines gefallenen Politikers angesehen werden könnte⁴⁹⁸, der trotz aller Kritik an seiner Person nicht auf Inszenierung und Rampenlicht verzichten mag. Mit seinem Verweis auf die schlechte Kommunikationskultur in Deutschland hebt er sein Buch von der persönlichen auf eine öffentliche Ebene, das Werk bekommt den Charakter eines Warnschildes und wartet dabei mit der Authentizität eines – zu Unrecht, wie das Gerichtsverfahren bewies – Betroffenen auf. Als solches ist der Text weniger angreifbar denn als Gegenschlag eines in seinem Stolz gekränkten Politikers in Richtung der Medien.

Wulffs Strategie für die Darlegung seiner Sicht der Dinge ist zweigleisig. Auf der einen Seite stilisiert er sich zum **Opfer**, ob es nun um die fehlende Unterstützung aus den Reihen von Politikern oder um die Medien geht; so spricht er von einer „medialen Hinrichtung [s]einer Person“.⁴⁹⁹ Die pathetische Wortwahl entspricht dem affektiven Wirkziel, das er verfolgt. Darüber hinaus betont er seine Leistungen als Ministerpräsident von Niedersachsen⁵⁰⁰ und Charaktereigenschaften seiner Person, die ihm im monatelangen Spießrutenlauf mit den Medien zuvor abgesprochen worden waren. Er verweist auf sein Verantwortungsbewusstsein, sein auf Ausgleich bedachtes Wesen und seine Bürgernähe. Dies ist Teil einer Strategie, die nicht die Bereitung eines Wegs zurück auf das politische Parkett zum Ziel hat, sondern vielmehr die Rehabilitation des Menschen Christian Wulff. Der Autor versucht, Sympathien zu gewinnen – im ganzen Buch stellt er sich durchgehend als persönlich, und eben nicht politisch, angegriffen dar. Noch mehr als bei Gutenberg und wesentlich deutlicher als im Falle Datis soll hier ein Image wieder gesellschaftsfähig gemacht werden, das durch eigene Fehler und eine mediale Kampagne zuvor scheinbar unumkehrbar zerstört worden war.

Neben seiner Stilisierung zum Opfer betont Wulff beständig das **Amt**, das er verkörperte, und stellt die Frage, ob nicht viel weniger seine Amtsführung als vielmehr der harsche Stil in der medialen Kommunikation der Position einen Imageschaden beigebracht habe und eventuell sogar Nachwuchsschwierigkeiten nach sich ziehen könnte. So sagt er über seine eigene Person: „Diejenigen, deren Urteil von vornherein feststand, haben nie gefragt: Was will er uns sagen, er ist schließlich unser Präsident?“⁵⁰¹ Auf diese Art und Weise verkehrt Wulff die Vorwürfe in ihr Gegenteil und solidarisiert sich mit seinen Lesern, wenn er fragt, wer der Allgemeinheit größeren Schaden zugefügt habe: er oder die Medien. Aus rhetorischer Sicht

⁴⁹⁸ vgl. Wulff (2014), S. 12

⁴⁹⁹ ebd., S. 10

⁵⁰⁰ vgl. z. B. ebd., S. 71–75

⁵⁰¹ ebd., S. 52

kann man sagen: Er wirft die Frage auf, ob der Umgang der Medien dem *Aptum* im Umgang mit dem repräsentativen Oberhaupt der BRD entsprochen habe.

Stilistisch stellt Wulffs Buch eine Mischung aus den beiden zuvor behandelten Vertretern des Genres dar. Es ist wohlüberlegt formuliert, Wulff weist an mehreren Stellen seine Fähigkeit und seinen Willen zur Reflexion nach, wenn er die Gründe für die Woge der Antipathie analysiert, die ihm schon kurz nach Amtsantritt entgegenrollte, oder aktuelle Entwicklungen einordnet. Diese Passagen sind zwar weniger elaboriert formuliert als in zu Guttenbergs Gesprächsbuch, erinnern stilistisch jedoch eher an dieses als an Datis. Einige Passagen sind allerdings auch von Emotionalität, Schuldzuweisungen und dem Blickwinkel eines gekränkten Autors geprägt und entsprechen inhaltlich Datis Verteidigungsschrift. Wulff nennt Medienhäuser und sogar einzelne Medienvertreter wie Ulrich Exner⁵⁰², die er für seinen Absturz verantwortlich macht, beim Namen und betont immer wieder die Folie des „persönlich getroffenen“⁵⁰³ Menschen, im Gegensatz zu der des demontierten Politikers. Den in Wahlkampfbüchern vorherrschenden Lobtopoi stehen hier Anschuldigungen gegenüber.

Der Autor ist jedoch nicht bereit, sich von den mittlerweile entkräfteten Vorwürfen gegen seine Person in der Wahl seiner Inhalte beeinflussen zu lassen. So verweist er oft auf gute Freunde, die er auch so benennt, aus Wirtschaft und Politik – gerade Gefälligkeiten von Freunden hatten ihn überhaupt in einen Skandal verwickelt und führten letztendlich zu seinem Rücktritt. Nun, da die Vorwürfe unhaltbar geworden sind, beruft er sich wieder auf Bekanntschaften, die ihm in den Wochen zuvor als Beweis der Vetternwirtschaft und Klüngelei vorgehalten worden waren. Die Retrospektive, aus der Wulff analysiert und die vom zu seinen Gunsten ausgefallenen Gerichtsurteil beeinflusst ist, gibt ihm die Berechtigung für solche Formulierungen.

Von besonderem Interesse sind die **publizistischen Auswirkungen** des Skandals auf Wulffs **engstes Umfeld**. Bettina Wulff, die Ehefrau des zurückgetretenen Bundespräsidenten, veröffentlichte 2012 ihre Erinnerungen an die Phase als Präsidentengattin unter dem Titel *Jenseits des Protokolls* (Riva, München 2012). Hier war nicht, wie im Falle von Helmut und Loki Schmidt, mit einer übergroßen Popularität des Ehemanns zu rechnen, auch war Bettina Wulff weniger beliebt als Loki Schmidt und hatte aufgrund ihrer jungen Jahre im Vergleich weniger zu erzählen als die zum Zeitpunkt vieler Veröffentlichungen hochbetagte Autorin, die ähnlich ihrem Mann als Zeitzeugin des 20. Jahrhunderts auftrat. Der Skandal um Christian

⁵⁰² vgl. Wulff (2014), S. 47

⁵⁰³ ebd.

Wulff trug jedoch so sehr, dass auch die Publikation der Ehefrau auf allgemeines Interesse traf und sich über einige Wochen auf der *Spiegel*-Bestsellerliste halten konnte. Das rechtfertigte die Erstauflage von 100.000 Exemplaren und eine durchgetaktete mediale Inszenierung, die von Zeitschrifteninterviews und Fernsehauftritten komplettiert wurde.⁵⁰⁴ Viele Stimmen äußerten sich kritisch, das Interesse am gefallenem Ehepaar Wulff überzog marketingbezogen jedoch alle negativen Aspekte. Ohne das ehemalige Amt und die Berühmtheit des Ehemanns wäre die Veröffentlichung von *Jenseits des Protokolls* nicht möglich und auch unnötig gewesen. Darin unterscheidet sich Bettina Wulff von Loki Schmidt. Zwar veröffentlichte diese auch Bücher, die vom Erfolg der Publikationen ihres Mannes profitierten, z. B. *Auf einen Kaffee mit Loki Schmidt* (Hoffmann und Campe, Hamburg 2010) in Anlehnung an *Auf eine Zigarette mit Helmut Schmidt*. Jedoch publizierte sie darüber hinaus Bücher zu ganz eigenen Themen, wie z. B. über ihre Lehrtätigkeit oder *Das Naturbuch für Neugierige* (Rowohlt, Hamburg 2011). Diese Themen sind nicht mit der politischen Karriere ihres Mannes verbunden, wenn der Autorin natürlich auch der prominente Name bei der Vermarktung zupass kam. Loki Schmidt war imstande, eigene Themen zu setzen, Bettina Wulff hingegen war eine Publikation bisher nur über ihr Leben an der Seite von Christian Wulff möglich. Interessant ist hierzu der Aspekt, dass Bettina Wulff auf den Riva Verlag zugeht, um ihm das Manuskript anzubieten⁵⁰⁵, nicht der Verlag war im Zuge der Programmüberlegungen auf die Autorin zugegangen. Es bestand also nicht per definitionem die Überzeugung, dass Bettina Wulff publikationswürdige Inhalte vorhalten könnte, wie man dies bei Loki Schmidt annehmen konnte, sondern erst das vorliegende Manuskript stieß den Publikationsvorgang an.

Auf diesem Terrain findet sich eine Parallele zu Publikationen in Frankreich, Protagonisten sind François Hollande und seine ehemalige Lebensgefährtin **Valérie Trierweiler**. Im Jahr 2007 hatte sich Hollande für Trierweiler von seiner damaligen Lebensgefährtin und Mutter seiner vier Kinder, Ségolène Royal, getrennt, deren gescheiterte Präsidentschaftskandidatur sorgte über die Angelegenheit hinaus für öffentliches Interesse an der Konstellation. 2013 wurde schließlich bekannt, dass der Präsident während seiner Partnerschaft mit Trierweiler eine Affäre mit der Schauspielerin Julie Gayet unterhielt. Die mediale Empörung, die daraufhin durch Frankreich ging, war so bisher nicht bekannt. Über François Mitterrands auf Staatskosten unterhaltene Zweitfamilie, über Chiracs Seitensprünge, selbst über Sarkozys Trennung von Cécilia und seine Hochzeit mit Carla Bruni wurde mehr oder weniger

⁵⁰⁴ vgl. Dahlkamp (2012)

⁵⁰⁵ vgl. Boersenblatt (2012), S. 30

schulterzuckend hinweggegangen. Hollandes Fall war der erste, in dem Medien und Öffentlichkeit einen Staatspräsidenten noch während seiner Amtszeit für ein privates, amouröses Abenteuer an den Pranger stellten. Seine literarische Entsprechung fand dieser Aufschrei nun in Valérie Trierweilers Publikation mit dem süffisanten Titel *Merci pour ce moment* (Les Arènes, Paris 2014), die sie als Antwort auf Hollandes Betrug veröffentlichte. Hollande antwortete sehr knapp auf das Werk, anlässlich einer Pressekonferenz bat er darum, man möge Privatprobleme doch im Privaten klären. Das Buch schädigte sein Ansehen dennoch nachhaltig – und eröffnet auch anderen die Möglichkeit, den Präsidenten publizistisch anzugreifen, nachdem dieses Tabu einmal gebrochen war. **Cécile Duflot**, frühere grüne Ministerin in Hollandes Kabinett von 2012 bis 2014, veröffentlichte im August 2014 nach ihrem Rücktritt das schmale Bändchen *De l'intérieur: Voyage au pays de la désillusion* (Fayard, Paris). In dieser Schrift legt sie die Gründe für ihren Rücktritt dar, die vor allem in ihrer Enttäuschung über Hollandes Amtsführung lagen, der Titel erinnert an Louis-Ferdinand Célines *Voyage au bout de la nuit* (Denoël, Paris 1932), was als satirisches Element aufgefasst werden muss, werden doch auch im Roman die Affären des Protagonisten Bardamus als strukturierende Elemente der Handlung eingesetzt. Mit 93 Seiten ist Duflots Werk sehr knapp gehalten – es entsteht der Eindruck, dass es sich um einen Schnellschuss im Gefolge von Trierweilers privater Angriffsschrift handelt. Diese Annahme wird immer wahrscheinlicher, wenn man berücksichtigt, dass neben privaten Aspekten Trierweilers Kritik darin bestand, dass Hollande keine Politik für Menschen am äußeren Rand der Gesellschaft mache und sich über diese gar mokiere. Tenor von Duflots Werk ist der Vorwurf an Hollande, keine linke Politik in dem Maße zu machen, wie man es von ihm erwartete. Diese Vorwürfe werden dieselben Bevölkerungsgruppen ansprechen. Beide Publikationen greifen zu gut ineinander, was eine Demontage des Präsidenten auch auf politischer Ebene angeht, um zufällig so kurz hintereinander erschienen zu sein. Mit diesem Befund steht die Bedeutung von Büchern als Medien der politischen Kommunikation erneut klar fest: Beide Bücher bringen Hollande in starke Bedrängnis, seine ohnehin angeschlagenen Sympathiewerte fallen so tief wie noch nie bei einem amtierenden Präsidenten, auf 13 % Zustimmung.⁵⁰⁶ Dies ist mit Sicherheit nicht ausschließlich diesen Buchveröffentlichungen geschuldet, sie haben aber zur negativen Bewertung Hollandes beigetragen. Ihre große Reichweite ist nachgewiesen: Die Startauflage von *Merci pour ce moment* liegt nach Aussagen des Verlegers gegenüber *Livres*

⁵⁰⁶ vgl. Ifop/Le journal de dimanche (2014), S. 7

Hebdo bei 590.000 Exemplaren⁵⁰⁷, auch Duflots Werk konnte sich in den Bestsellerlisten des Augusts und Septembers 2014 etablieren.⁵⁰⁸

Fazit dieses Kapitels ist die Tatsache, dass Politikerbücher zwar eine sehr öffentlichkeitswirksame Plattform sind, um Skandalmanagement zu betreiben, allerdings kann eine Publikation nicht ohne flankierende Maßnahmen das Image eines skandalisierten Politikers auffangen. Sie dient als Mittel zur Klarstellung von Sachverhalten, als Kanal für Erklärungen und Entschuldigungen wie im Fall von zu Guttenberg. Voraussetzung für das Skandalmanagementbuch ist jedoch, dass das skandalisierte Vergehen zwar von einer gewissen Erheblichkeit, jedoch nicht allzu erheblich auf strafrechtlichem Gebiet sein darf – „[m]an kann eine gesetzeswidrige Verhaltensweise nicht durch verbale Mittel ‚zurücknehmen‘.“⁵⁰⁹ In zu Guttenbergs Fall stand weniger die strafrechtliche Komponente im Sinne einer Urheberrechtsverletzung oder eines Betrugs im Fokus des Skandals, sondern vielmehr der mit dem Plagiat verbundene Glaubwürdigkeitsverlust des Ministers, darum kann er ein Rehabilitierungsbuch vorlegen, ohne einen Kodex im Umgang mit skandalisierten Sachverhalten zu verletzen. Im Falle Wulffs dient der rechtswirksame Freispruch als Legitimationsinstanz für sein Veröffentlichen. Beide Autoren dürfen aber im weiteren Verlauf der Zeit ihre im Buch niedergelegten Aussagen nicht durch ihr Agieren in der Öffentlichkeit widerlegen, ansonsten sind sie als Autoren ebenso diskreditiert, wie dies über Rachida Dati zu sagen ist: Ihr Beharren auf einer Bewertung ihrer Person abseits ihrer Herkunft wird durch die ständige Betonung dieses Aspekts ihrer Persönlichkeit in den Publikationen ad absurdum geführt, sodass sie sich als Autorin unglaubwürdig macht – und im Zirkelschluss einen möglichen positiven Effekt ihrer Publikation auf ihre Reputation zunichte macht. Im Neupositionierungsbuch ist klar ein Überredungsziel außerhalb des Textes zu erkennen – Ziel der Publikation ist weniger die Unterhaltung des Publikums als vielmehr dessen Überzeugung von der Integrität des Mandatsträgers über den Umweg des Autors.

⁵⁰⁷ vgl. Livres Hebdo Redaktion (2014)

⁵⁰⁸ vgl. Livres Hebdo/Meilleures Ventes (2014)

⁵⁰⁹ Liedtke (2003), S. 73

IV.2 Rechtfertigungsbücher – „justifier l’action gouvernementale que l’on conduit“

In diesem Abschnitt werden Politikerbücher analysiert, die entstehen, während der Autor im Zenit der Macht steht, der Produktlebenszyklus des Politikers ist also im Vergleich zu den Wahlkampfbüchern eine Phase weiter fortgeschritten. Rechtfertigungsbücher sind aufgrund der zeitraubenden Regierungsgeschäfte **selten**; meist publizieren Politiker während des Anstiegs ihrer Karriere oder nach deren Ende. Zwei Sorten von Rechtfertigungsbüchern sind festzumachen: „Certains gouvernants publient des documents liés à leur activité de gouvernants, d’autres prennent carrément la plume pour dire ce qu’ils sont en train de faire.“⁵¹⁰ Ein Rechtfertigungsdokument muss anders angelegt sein als ein Wahlkampfbuch – weniger zugespitzt und aggressiv –, ist aber auch nicht von der sicheren Warte eines Elder Statesman aus verfasst, der die Dinge nur noch beurteilt. Schon der Begriff der „Rechtfertigung“ rückt den Autor in eine defensive Rolle. Das Interesse an der Person des Politikers ist qua Amt enorm hoch. Ziel der Publikationsstrategie muss hier die Gewinnung von Zustimmung einer breiten Öffentlichkeit sein, die durch Erklärungen wichtiger Entscheidungen und Situationen des politischen Lebens erlangt wird. Politische Eliten sind in demokratischen mehr als in anderen politischen Systemen der Öffentlichkeit Rechenschaft schuldig.⁵¹¹ Dem kommen Autoren von Rechtfertigungsbüchern nach, allerdings liegt in dieser Handlungsabsicht auch eine Gefahr für den Erfolg des Buches; so weist Günter Berg, ehemaliger Verleger des Hoffmann und Campe Verlags, darauf hin, dass gerade der Wunsch nach der Sicherung der Deutungshoheit über die eigene Amtszeit dem Verkauf abträglich sei.⁵¹² Ganz grundsätzlich ist bei aller inhaltlichen Orientierung und Beachtung von Transparenzerfordernissen doch auch für das Rechtfertigungsbuch klar: In erster Linie geht es um eine gute Positionierung des Mandatsträgers durch den Autor. Seine Person und die Genese von Zustimmung zu ihr sind Hauptziel der Veröffentlichung.

Untersucht wird auf französischer Seite das Werk *La France de mai* (Grasset, Paris) von **Jean-Pierre Raffarin**, der 2003, zum Zeitpunkt der Veröffentlichung, französischer Premierminister war. Die Suche nach einem deutschen Pendant erwies sich als schwierig, ausgewählt wurde schließlich das Buch *Entscheidungen* (Hoffmann und Campe, Hamburg) von **Gerhard Schröder**. Es erschien zwar erst im Oktober 2006, also 13 Monate nach seiner

⁵¹⁰ Bart (2012), S. 115

⁵¹¹ vgl. Sarcinelli (2006), S. 63

⁵¹² vgl. Günter Berg, zitiert nach Schmitz (2012)

Abwahl, ist aber inhaltlich dem Genre des Rechtfertigungsbuches zuzuordnen, da es ein „document lié à son activité de gouvernant“ (Zitat siehe oben) darstellt, sodass der zeitliche Versatz vernachlässigbar erscheint. Darüber hinaus ist hier eine besonders aktuelle und interessante Komponente herauszuarbeiten, nämlich Schröders Verhältnis zu Wladimir Putin direkt nach seiner Abwahl und der Umgang mit diesem Sachverhalt in der Publikation.

IV.2.1 Jean-Pierre Raffarin *La France de mai* (2003): Regierungserklärungen aus dem *Matignon*

Jean-Pierre Raffarin war von 2002 bis 2005 französischer Premierminister; 2003 veröffentlichte er den Prototyp eines Rechtfertigungsbuchs, *La France de mai*. Die politische Landschaft war von dem schockierenden Wahlergebnis im ersten Wahlgang 2002 erschüttert – Lionel Jospin (PS) erreichte entgegen aller Erwartungen nicht den zweiten Wahlgang, an seiner Stelle zog Jean-Marie Le Pen als Vertreter der extremen Rechten in das Duell um die Präsidentschaft gegen Amtsinhaber Jacques Chirac ein. Auf diese Episode des Auflehns gegen die politische Klasse, eine Haltung, die an die **Bewegung von Mai 1968** erinnert, bezieht Raffarin den Titel seines Interviewbandes, veröffentlicht mit Eric Mandonnet. Er selbst, der die Nachfolge des gescheiterten Jospin als Premierminister antritt, muss sich in einem Rechtfertigungsbuch zu diesem Thema äußern.

Die Wahl des Co-Autors Mandonnet, Journalist des *Express*, ist wenig überraschend; Raffarin ist Politiker der UMP, der *Express* ist ein konservativ ausgerichtetes Blatt, sodass hier keine allzu großen Reibungspunkte zu erwarten sind. Dies ist ein durchaus sinnvoller Schachzug für einen Politiker in der Regierungsverantwortung. Mandonnet betont im Vorwort wie Giovanni di Lorenzo in seinem Interview mit Karl-Theodor zu Guttenberg, dass das Gespräch ohne die Nennung von Vorbedingungen durch den Politiker entstand⁵¹³, und spielt damit die Karte größtmöglicher Authentizität und kritischer Distanz zum Politiker. Das Buchprojekt ist aufgrund der Stellung des Politikers in seiner Rolle als Mandatsträger ein **Sonderfall**, was Mandonnet in seinem Vorwort als Alleinstellungsmerkmal herausarbeitet: „Aucun Premier ministre en exercice, avant lui, ne s’était livré au jeu des questions et des reponses dans le but d’en faire un ouvrage.“⁵¹⁴ Diese Aussage ist eine Aufrufung des **Überbietungstopos** – Raffarin und Mandonnet bieten in ihrem Buch bisher nie Dagewesenes. Le Bart verweist im Hinblick auf die Form des Interviewbuchs darauf, dass dies oft „faute de temps sans doute pour écrire“⁵¹⁵ gewählt würde; aufgrund seines knapperen Umfangs und des Arbeitsanteils auf

⁵¹³ Raffarin (2003), S. 14

⁵¹⁴ ebd., S. 13

⁵¹⁵ Bart (1998), S. 83

Seiten des Interviewers ist das Gesprächsbuch besser mit der Regierungstätigkeit zu verbinden als eine Monografie. Dies erklärt auch den zeitlichen Versatz zwischen Gerhard Schröders Abwahl und der Veröffentlichung seiner Publikation; diese ist als Monographie angelegt und umfasst 516 Seiten und wäre im Alltag eines Bundeskanzlers schwer unterzubringen gewesen. Darüber hinaus könnte eine so üppige Publikation während der Amtsausübung ein falsches Signal über die Prioritäten des Politikers in der Wahrnehmung der Rezipienten entstehen lassen. Im Interviewbuch besteht eine solche Gefahr nicht – Interviews müssen Politiker schon um der Transparenz Willen Medienvertretern vor allem während ihrer Amtszeit geben, die Zusammenfassung zu einem Buch ist weniger aufwändig als das Verfassen einer Monografie.

Im Theorieteil dieser Arbeit wurde bereits auf die **Position des Premierministers** in Frankreich hingewiesen und seine Beziehung zum Präsidenten der Republik herausgearbeitet. Auf diese besondere Konstellation muss der Politiker Raffarin in seiner Rolle als Autor eingehen – entweder durch die Demonstration von Nähe oder von Distanz zum Präsidenten. Raffarin entscheidet strategisch, vollkommene Einigkeit und Zusammenarbeit mit dem Präsidenten des eigenen Lagers, Jacques Chirac, zu postulieren. Dieser ist in der öffentlichen Meinung als Retter der Republik vor einer rechtsextremen Staatsspitze präsent, wurde entgegen aller französischen Wahltraditionen in seiner Amtsführung bestätigt und genießt so einen Bonus. In diesem Umfeld will sich auch der weniger charismatische Autor Raffarin positionieren; so versichert er im ersten Kapitel seines Buchs, *Un an*: „Il n’y a pas une politique Raffarin, il y a une politique Chirac-Raffarin. [...] Le Président m’apprend beaucoup.“⁵¹⁶ Durch solche Äußerungen vergibt der Politiker-Autor wertvolle Punkte in der Darstellung des Politiker-Mandatsträgers als souverän und dadurch interessant. Zwar betont er im Folgenden, dass Diskussionen zwischen ihm und dem Präsidenten ergebnisoffen verlaufen würden, jedoch wird hier mehr der Topos des **Zeitgenossenlobs** im Hinblick Chirac aufgerufen, als dass Raffarin seinen eigenen politischen Einfluss bekräftigen würde: „Les discussions sont ouvertes et le Président a beaucoup de respect pour les opinions de ses interlocuteurs. Je peux vous dire une seule chose: dans nos échanges, la conclusion est très ouverte.“⁵¹⁷ Raffarin signalisiert dem Leser die Stabilität der Regierung, allerdings stellt sich die Frage nach der Notwendigkeit einer solch dominanten Versicherung der Einigkeit zwischen Staats- und Regierungschef – sie wäre nicht notwendig, wenn beide im gleichen

⁵¹⁶ Raffarin (2003), S. 37

⁵¹⁷ ebd., S. 43

politischen Lager sozialisiert worden wären. Raffarin gehörte, wo Chirac früher UDR- und RPR-Mitglied war, der UDF an – seine Ernennung zum Premierminister muss als Tribut Chiracs an den liberalen Flügel der UMP angesehen werden⁵¹⁸. Unter diesen Umständen ist eine Betonung von Loyalität der aktuellen politischen Heimat und ihrem Präsidenten gegenüber vonseiten Raffarins durchaus sinnvoll.

Doch Raffarin positioniert sich nicht ausschließlich über die Gefolgschaft Chiracs. Als zweite Stufe seiner Strategie ist die **Demonstration breitgefächerten Fachwissens** im Buch zu nennen. Die Taktik besteht darin, seine eigene Person durch Elemente besonderer Einsichtnahme hervorzuheben, er spricht über gewichtige außenpolitische Themen wie den Irak-Krieg und die französische Europapolitik ebenso wie über innenpolitische Streitpunkte wie die 35-Stunden-Woche und das neue Wahlgesetz. Diese Stellungnahmen zu aktuellen Themen sind neben einer Profilierung der eigenen Person der Inhalt, den man von der Publikation eines amtierenden Politikers erwarten darf. Ein rein biografisches Werk, eine ideologisch geprägte Streitschrift, eine kritische Abrechnung mit dem politischen Gegner machen vor diesem Publikationshintergrund wenig Sinn – so erhält der Leser vorhersehbare Informationen aus dem *Matignon*, jedoch keine überraschenden Details oder polarisierenden Einlassungen, was dem Erfolg des Buchs abträglich ist.

Neben dem Schulterschluss mit Präsident Chirac und der Konnotation der eigenen Person mit gewichtigen Entscheidungen wertet der Autor Raffarin den Mandatsträger im Gesprächsbuch durch die **Beigabe von Anekdoten** über bedeutende Staatsmänner etc. auf. Dies ist als Tribut an das Wirkziel der Unterhaltung anzusehen – Raffarin positioniert sich als interessante Persönlichkeit über das Zitat von Autoritäten. Verbunden damit ist immer der Gedanke an das französische Elektorat und seine Mentalität, wie beispielhaft an folgender Anekdote von außenpolitischem Format aufzuzeigen ist. Raffarin antwortet Mandonnet: „Il y a aussi de très bons moments, comme lors de mon premier dîner d’Etat à l’Elysée, quand Jacques Chirac donne un ‚cours‘ sur le Liban à George Bush et que Colin Powell est irrité de voir son Président fasciné par le nôtre.“⁵¹⁹ Die Betonung des eigenen Nationalstolzes, der für französische Mandatsträger unabdingbar ist, wird verbunden mit einer Loyalitätsbekundung gegenüber dem Präsidenten, der diese Nation vertritt und sie kürzlich im Wahldebakel rettete. Daneben stärkt Raffarin die eigene Position, indem er auf sein Beisein beim Treffen hochrangiger, internationaler Politiker referenziert. Schließlich verwendet auch er die Vereinnahmung des Lesers mithilfe des *nous*, wodurch allerdings auf einer zweiten Ebene

⁵¹⁸ vgl. *Gouvernement français* (o. J.)

⁵¹⁹ Raffarin (2003), S. 41 f.

auch die Verortung des Premierministers in der zweiten Reihe hinter dem eloquenten Präsidenten verfestigt wird. Diese Attitüde behält Raffarin im ganzen Werk bei, sie mag Mitschuld tragen am geringen Verkaufserfolg des Buchs, auf den zum Abschluss des Kapitels näher eingegangen wird.

Im Kapitel *21 avril – 5 mai 2002* kommt Mandonnet auf das oben geschilderte **Desaster im ersten Wahlgang den *Présidentielles* 2002** zu sprechen, das dem Buch den Titel gegeben hat; er verweist auf die Bezeichnung der Nicht- und Protestwähler durch Raffarin als „*fils de mai*“⁵²⁰. 1968 entwickelte sich, ausgehend von studentischen Protesten in Nanterre und weiterführend in Paris, eine Protestbewegung aus Studenten und Arbeitern. Ein von den Gewerkschaften ausgerufenen Generalstreik am 13. Mai führte zu einer landesweiten, alle Sektoren betreffenden Streikwelle. Präsident de Gaulle löste am 30. Mai die Nationalversammlung auf und ließ in Folge Neuwahlen abhalten. Als Resultat von Gesprächen zwischen der Regierung, den Gewerkschaften und den Arbeitgebern wurden arbeitsrechtliche Verbesserungen in den *Accords de Grenelle* fixiert, die zur Modernisierung von Frankreichs Wirtschaft führten. De Gaulles Partei gewann die Neuwahlen, jedoch wurde im Nachgang der Ereignisse der traditionelle Gaullismus in der französischen Politik geschwächt, auch de Gaulles Rücktritt im April 1969 muss als Folge des Mai ‘68 begriffen werden. Die revolutionäre Stimmung wurde häufig mit dem historischen Vorbild der Französischen Revolution in Verbindung gebracht und als Merkmal der französischen Mentalität verortet. Weitere Spätfolgen der Bewegung waren in den 70er Jahren Dezentralisierungsbewegungen und der Ausbau der Frauenrechte.

In den deutschen Protestbewegungen Ende der 60er Jahre ist ein singuläres Ereignis wie die Pariser Revolte zwar nicht zu identifizieren, aus den Ideen der 68er entwickelte sich hierzulande jedoch – im Unterschied zu Frankreich – ein linksradikaler Terrorismus. Allerdings muss auch festgehalten werden, dass ökologische und pazifistische Tendenzen in der französischen Parteienlandschaft keine starke Repräsentanz fanden, in Deutschland jedoch durchaus, hier sind die Nachwirkungen des Jahres 1968 noch deutlich in einigen Parteiprogrammen vorhanden.⁵²¹ Es stellt sich die Frage, ob der aktuelle Erfolg des FN als „*mai 68 à l’envers*“⁵²² bezeichnet werden kann, als eine Renaissance konservativer Strömungen. In jedem Fall ist festzustellen, dass die sozialistische Regierung unter Hollande viele Hoffnungen auf Modernisierung enttäuscht hat, und die Gefahr, die vom erstarkenden

⁵²⁰ Raffarin (2003), S. 49

⁵²¹ vgl. dazu Kolboom (2013)

⁵²² Kallinich (2013), S. 35

FN ausgeht, lange Zeit nicht ernst genug genommen wurde. Die Partei wird, ganz entgegengesetzt zu den Gedanken von '68, immer salonfähiger, rechte Tendenzen sind heute in der französischen Gesellschaft weiter verbreitet als linke, zumindest was ihre öffentlichkeitswirksame Artikulation angeht.

Raffarin legt zur Wahl 2002 dar, dass „[I]e traumatisme politique n'a pas eu lieu dans la rue, comme en Mai 68, mais dans les urnes. Et dans la silence des urnes, avec l'abstention.“⁵²³

Somit verurteilt er Le Pens Wähler nicht, die die demokratisch orientierten Parteien zurückgewinnen müssen, sondern stellt ihre Protestwahl in einen historischen Kontext. Nicht nur die Proteste der späten 60er Jahre, auch die *Résistance* als urfranzösische Widerstandsbewegung ruft Raffarin auf, um sein Verständnis für die abtrünnigen Wähler von 2002 zu demonstrieren: „Pour eux, voter Le Pen, c'est une Résistance. [...]. Ces électeurs-là, je crois que nous pouvons leur parler à nouveau, leur donner la parole, et donc les réintégrer dans la République.“⁵²⁴ Solche Aussagen suggerieren Raffarins Verständnis für die Protestwähler und die Tatsache, dass er als Premierminister die Botschaft dieser Wahl als nahezu patriotischen Akt ernst nimmt.

Ganz ähnlich lautende Aussagen finden sich auch bei Hollande, Sarkozy und Jospin, in keiner Publikation werden die Wähler für ihre rechten Tendenzen kritisiert, sondern die französische Politik suggeriert eine selbstkritische Reflexion der Prozesse, die zu diesem Ergebnis geführt hatten. Raffarin ist einer der Profiteure des Wahlerdbebens, was er in seinem Interviewbuch wie folgt darstellt: „J'étais, parmi les Premier-ministrables, l'un de ceux qui pouvaient être le plus porteurs d'une nouvelle attitude.“⁵²⁵ Durch diese Aussage **distanziert** sich Raffarin ganz deutlich **von den politischen „Verursachern“ der Protestwahl 2002** – er war zuvor nicht in *Matignon* oder *Elysée* tätig, weswegen er als Vertreter der „nouvelle attitude“ gelten kann und Verantwortung für vorige Missstände in der Politik von sich weist. Sein postuliertes Ziel als Amtsinhaber ist die Rettung einer Situation, die zuvor aufgrund des Missmanagements anderer – eben maßgeblich auch seines Amtsvorgängers – eskalierte.

Diese Wahl ist die große Hypothek, die auf der Regierung Chirac-Raffarin liegt. Auch Sarkozy, Hollande und Jospin nehmen sie in ihren Publikationen auf, keiner von ihnen hat jedoch mit einer Regierungsverantwortung zu leben, die (nur?) aus der Nicht-Wahl Jospins im ersten und Le Pens im zweiten Wahlgang 2002 resultiert. Raffarin ist also gezwungen, in einer Rechtfertigungsschrift zu seiner Regierung auch und vor allem auf deren Beginn einzugehen. Er nutzt die Gelegenheit, um den Anteil an der gescheiterten Wählermotivation

⁵²³ Raffarin (2003), S. 49 f.

⁵²⁴ ebd., S. 60

⁵²⁵ ebd., S. 63

zwischen PS und UMP zu klären: So räumt er eigene Fehler ein, was unerlässlich ist, denn die Unzufriedenheit der Wähler erstreckte sich durchaus über alle Lager. Zugleich verortet er die ursächliche Verantwortung im linken politischen Lager, mit diesem Manöver stärkt er die Wahrnehmung der eigenen Person als Realpolitiker und schwächt die Opposition als Verursacher der Katastrophe:

Je reconnais que je n'avais pas du tout anticipé la présence du Front national au second tour. [...] J'ai été un peu influencé par la stratégie de l'adversaire, je n'ai pas vu le risque de l'extrême droite, car je n'avais notamment pas anticipé les erreurs de Lionel Jospin, qui s'est montré vraiment plus habile comme Premier ministre que comme candidat. Sa contre-performance au premier tour a été plus forte que je ne l'avais pensé.⁵²⁶

Diese Beurteilung Jospins im Buch ist insofern sinnvoll für Raffarin, als sie einerseits den politischen Gegner schwächt und andererseits Jospin als guten Premierminister, darüber hinaus jedoch auch und noch erheblich mehr als schlechten Präsidentschaftskandidaten, ausweist. Ein Vergleich seiner Person als Premierminister mit dem Vorgänger könnte negativ für Raffarin ausfallen – um dieser Gefahr vorzubeugen, diskreditiert er ihn auf einem anderen, höher angesiedelten Niveau politischer Macht. Jospin, so suggeriert Raffarin, stieß im Amt des Premierministers an eine gläserne Decke, er konnte administrieren, aber nicht die Demokratie vor einer solchen Gefahr wie dem Erstarken des FN schützen. Dies muss nun durch Raffarin als aktuellem Amtsinhaber kompensiert werden. Durch die Distanzierung von Jospin wird erneut die Strategie des Schulterchlusses zwischen amtierendem Premierminister und Präsident gestärkt – in Abgrenzung zum früheren Amtsinhaber, dessen Rolle Raffarin jetzt eingenommen hat.

Hier muss ein **Zwischenfazit** bzgl. des von französischen Politautoren allgemein **postulierten Veränderungswillens** nach 2002 gezogen werden. Über alle Lager hinweg inszenieren sich die Politiker in ihrer Rolle als Autoren als verständnisvoll und selbstkritisch und versprechen Reformbereitschaft. Die untersuchten Bücher stammen aus den Jahren 2003 (Raffarin), 2007 (Sarkozy) und 2012 (Hollande). Strukturelle Verbesserungen, die Politiker in ihrer Rolle als Autoren versprochen und in ihrer Rolle als Mandatsträger umgesetzt haben, müssten 2016 bereits erkennbar sein. Die aktuellen Erfolge des FN unter Marine Le Pen lassen jedoch

⁵²⁶ Raffarin (2003), S. 58 f.

erkennen, dass diese Reflexionen in der Theorie verhaftet blieben, die Hoffnungen des *Front National* auf eine Präsidentschaft ab 2017 sind nach aktuellem Stand durchaus berechtigt. Die Partei hat sich aufgrund geschickter politischer Kommunikation in der öffentlichen Wahrnehmung scheinbar erfolgreicher gewandelt als die französische Politik der Mitte: Anstelle des offen radikalen Parteipatriarchen Jean-Marie Le Pen ist dessen Tochter Marine das oberflächlich gemäßigte Gesicht der Partei, dem auch Wähler aus der Mitte durchaus ihre Stimmen geben könnten. Unterstützt wird sie von ihrer Nichte Marion Maréchal-Le Pen, die der Partei ein dynamisches, innovatives Profil geben möchte und auch aufgrund ihrer eigenen Jugend eine junge Wählerschaft zu akquirieren droht. Die hier untersuchten Politautoren, die in ihren Publikationen eine Rückgewinnung der Wähler vom rechten Rand durch systematische Innovationen versprochen, sind damit gescheitert. Ihr postulierte Verständnis für die Nöte dieser Wähler hat sich anscheinend nicht in Reformen und personellen Alternativen niedergeschlagen, und die französische Demokratie steht bis 2017 vor einer noch größeren Bedrohung durch den FN als bereits 2002.

Nachdem Jean-Pierre Raffarin die Umstände der Wahl 2002 ausreichend kommentiert hat, wendet sich das Interview seiner Person als **Amtsinhaber** zu. In diesem Abschnitt finden sich Passagen, die sicherlich zum geringen Verkaufserfolg des Buchs beigetragen haben: Während der Autor in seiner Beschreibung Chiracs durchaus aktuellen Personalisierungstendenzen in der Politik entgegenkommt und versucht, den Leser auf emotionaler Ebene anzusprechen, nutzt er dieses Potenzial für die Verortung seiner eigenen Person nicht. Da er in seiner Rolle als Mandatsträger nicht übermäßig populär ist und seine Persönlichkeit weitaus weniger zur Mythenbildung reizt als z. B. jene von Chirac oder Sarkozy, müsste er im Buch auf seinen Bonus als Amtsträger setzen und diesen zum Trivialmythos ausbauen, um die potenziellen Käufer zu interessieren. Dies gelingt ihm jedoch nicht, weil er hier allzu sachlich formuliert und darüber hinaus inhaltlich seinen eigenen Willen zur Macht negiert. Mehrere Textstellen müssen beim Leser Zweifel an Raffarins Leidenschaft für die Amtsausübung wecken. Vor allem seine Darstellung der **Beziehung zwischen Privatem und der Politik** sind für einen amtierenden Politiker und Autor eines Rechtfertigungsbuchs ungewöhnlich. So wählt Raffarin ein ungewöhnliches Vokabular, als er von seinen Plänen nach der Amtszeit spricht: „Avec mon épouse, je me construirai une vie nouvelle, faite de projets, de mobilisation et de passions.“⁵²⁷ Diese **Wortwahl** wirft Fragen auf: „mobilisation et passions“ sollte man von diesem auch während seiner Zeit auf höchster politischer Ebene erwarten, auch der politische

⁵²⁷ Raffarin (2003), S. 46

Ruhestand als neuer, anscheinend herbeigesehnter Lebensabschnitt verwundert. Hier zeigt sich erneut das vergebene Potenzial des Autors Raffarin, der wenig passioniert erscheint und Aufmerksamkeit verschenkt.

Die einzige Klammer privater Provenienz von größerer Emotionalität bildet der Verweis auf Raffarins Tochter. Mit ihr beginnt das Werk, da es ihr gewidmet ist; ihr gilt auch Raffarins letzter und dabei einziger wirklich emotional aufgeladener Satz: „Un mot aussi pour ma fille, Fleur, qui, sans rien dire, a anticipé tout ce qui nous arriverait au printemps 2002, décidant d’aller travailler à Londres pour garder la tête froide et protéger son anonymat. Protégée, mais proche: c’est du bonheur.“⁵²⁸ Im Vergleich zur Masse des übrigen Textes kann hier jedoch eine fehlende Emotionalisierung nicht mehr kompensiert werden.

Vor diesem Hintergrund sollen nun abschließend die Aussagen Raffarins über die **politische Kommunikation im 21. Jahrhundert** analysiert werden. Er beklagt:

*[...] l’audiovisuel a pris une telle importance que l’on ne peut pas avoir les mêmes comportements qu’à la fin des années 1970. Nous sommes dans une société d’information complète, où la prise de parole de l’homme politique est un élément d’appréciation du réel parmi les autres.*⁵²⁹

Er verweist damit auf die **Banalisierung** und **Omnipräsenz** von politischer Information – und ihrer audiovisuellen Aufbereitung, die im Zweifelsfall die eigentliche Botschaft überlagert (siehe dazu auch Kapitel II.2). Raffarin hält weiterhin fest: „[L]e Premier ministre est souvent mentalement dans des réflexions ou des décisions qui se situent dans deux ou trois mois, mais sa communication doit être celle du jour où il parle.“⁵³⁰ Dieser Diskrepanz zwischen politischer Realität und politischer Kommunikation könnte Raffarin mit dem Medium Buch entgegenwirken. Es erlaubt, eine größere Zeitspanne zu umreißen, Themen zusammenhängend darzustellen, und bleibt so nicht nur in den aktuellen politischen Entwicklungen des Tages verhaftet. Die Plattform Buchveröffentlichung entschleunigt das Tempo der Kommunikation. Als ergänzender medialer Kanal weist sie den Vorteil der Defragmentierung von Information auf, der im Zeitalter digitaler Medien unübersehbar ist. Raffarin beschreibt den Kommunikationsfluss zwischen Regierendem und Regierten wie folgt:

⁵²⁸ Raffarin (2003), S. 217

⁵²⁹ ebd., S. 104

⁵³⁰ ebd., S. 84

*Nous ne sommes plus dans une situation de communication directe, lorsque l'information confinait à la propagande. Aujourd'hui, on lance un message qui va être contredit et complété; il arrivera au destinataire final dans un état très différent du point de départ. [...] Je ne veux pas me laisser dévorer par les corps intermédiaires, je souhaite toujours m'adresser droit dans les yeux au citoyen, à l'usager, à la personne à laquelle se destine le message.*⁵³¹

Diese Aussagen weisen darauf hin, dass der Autor das **Potenzial des Politikerbuchs** als Mittel zur politischen Kommunikation erkannt hat. Leider ist *La France de mai* trotz der exponierten Stellung des Autors aufgrund der oben entwickelten Problematik kein großer Erfolg; im ersten Monat nach Erscheinen wurden lediglich 2.000 Exemplare verkauft, es wird gemutmaßt, das Interesse an der politischen Publikation sei außerhalb von Wahlkampfzeiten nicht hoch genug für einen größeren Absatz.⁵³² Darüber hinaus folgte das Buch sehr knapp auf Raffarins vorige Veröffentlichung; im Januar 2002 stellte er in seiner Wahlkampfschrift *Pour une nouvelle gouvernance – l'humanisme en action* (Archipel, Paris) seine Ziele dar. Von Leserseite ist kein Eingeständnis des Scheiterns zu erwarten, die 2003 erschienene Publikation verspricht also wenig neue Inhalte. Darüber hinaus ist ein weiterer Grund für den Misserfolg des Autors in seiner Persönlichkeit zu finden: Im Gegensatz zu Politikern wie Lionel Jospin oder Alain Juppé „il ne cristallise rien de négatif ni de positif, ne suscite rien de passionnel, [...] il n'y a pas de diabolisation possible car le personnage ne s'y prête pas.“⁵³³ Raffarin scheint nicht in ausreichendem Maße zu polarisieren, um sein Buch an vehemente Gegner oder glühende Anhänger absetzen zu können – dem entspricht auch der im Plauderton verhaftete, nahezu emotionslose Gesprächsstil, der *La France de mai* prägt. Dadurch verfehlt der Autor den Zweck der Publikation, denn „[d]amit Kommunikation überhaupt stattfinden kann, ist es notwendig, daß (mindestens zwei) Lebewesen zueinander in Beziehung treten, sozialwissenschaftlich formuliert: daß sie interagieren.“⁵³⁴ Diese Interaktion findet durch die Verweigerung der Lektüre aufseiten des Publikums nicht statt; Raffarin kann über den Kommunikationskanal Buch also nur einen Bruchteil seiner Wähler erreichen. „Tout livre politique témoigne de l'idée que son auteur se fait de la bonne stratégie de communication politique, c'est à dire de celle qui emprunte à la forme de légitimité la plus en phase avec la

⁵³¹ Raffarin (2003), S. 105

⁵³² vgl. Schneider, V. (2003)

⁵³³ Teinturier, zit. nach Schneider, V. (2003)

⁵³⁴ Burkart (2002), S. 30

société à laquelle il s'adresse.⁵³⁵ Bei dieser Abwägung scheint Raffarin von falschen Voraussetzungen ausgegangen zu sein – vor allem von einer falschen Einschätzung des Interesses an den im Buch vorgelegten Aussagen seiner Person. Die **Marke Raffarin** ist nicht tragfähig genug, um schwer zugängliche politische Inhalte in Druckform zu transportieren; darüber hinaus fehlt ein thematischer Aufhänger wie eine Wahl oder ein Skandal, um dem Buch eine große Leserschaft zu sichern. Aus gutem Grund berichten „[d]ie Medien [...] nur noch über Personen, Spektakel und Skandale, über das, was man symbolische Politik nennt, nicht aber über die wirkliche Welt.“⁵³⁶ Als Idealbeispiel für eine von großem, ambivalent gelagertem Interesse verfolgte Politikerpublikation kann auch hier *Deutschland schafft sich ab* von Thilo Sarrazin angesehen werden: Der Autor provoziert durch seine Inhalte, die er neben der Veröffentlichung in Buchform in Zeitungsinterviews, Talkshows und natürlich auf Lesungen verbreitet, derart, dass seine weniger große Bekanntheit als Politiker und sein geringes Charisma dadurch aufgehoben werden. Käufer greifen zu dem Buch, weil es spannend zu sein verspricht, um mitreden zu können, weil sie sich mit den Thesen identifizieren oder sich nach der Lektüre von ihnen distanzieren wollen. Raffarin bietet hingegen keinen dieser Kaufanreize. Auf Mandonnets Frage, wann ein Premierminister sich im Amt verbraucht habe, antwortet er: „Il y a deux usures possibles pour un Premier ministre: quand, dans sa tête, il est satisfait; quand, dans l'opinion, il se sent rejeté.“⁵³⁷ Betrachtet man den Misserfolg von Raffarins Publikation, so könnte der zweite Fall für ihn als Politiker möglich werden. Dies ist jedoch nicht gleichzusetzen mit einer unumkehrbaren Unbeliebtheit des Politikers; *Paris Match* veröffentlichte im September 2013 eine Umfrage, in der Raffarin den neunten Platz bei der Frage nach einer *bonne opinion* über verschiedene Politiker belegte.⁵³⁸ Für eine erfolgreiche Buchveröffentlichung 2002 fehlte ihm weniger das Wohlwollen der Wähler als vielmehr eine gewisse Spektakularität, ein Aufsehen erregender **Aufhänger** oder ähnliches – die Inszenierungserwartung des Publikums konnte er nicht erfüllen.

⁵³⁵ Bart (2009), Abschnitt 4

⁵³⁶ Aleman (1997), S. 478

⁵³⁷ Raffarin (2003), S. 46

⁵³⁸ vgl. Chavelet (2013)

IV.2.2 Gerhard Schröders *Entscheidungen* (2006): Retrospektive und Rechtfertigung einer verkürzten Legislaturperiode

Das Grundübel aller Politikererinnerungen rührt aus dem inneren Rechtfertigungszwang ihrer Verfasser. Fast alles war richtig, was sie getan oder gelassen haben. Alle Handlungen bekommen Sinn, Zweck und Stringenz. [...] Kanzler sind – zugegebenermaßen nicht unverständlich – allein knallharte, apodiktische Apologeten ihrer selbst, präziser formuliert: der politischen Taten oder eben auch ‚Entscheidungen‘ ihrer Kanzlerschaft.⁵³⁹

Diese Aussage spielt auf den Worttitel von Gerhard Schröders Rechtfertigungsbuch aus dem Jahr 2006 an. Anders als in einem Bilanzbuch geht es ihm nicht um *Erinnerungen*, anders als im Wahlkampfbook nicht um *Changer de destin*, sondern das Buch zielt auf die Positionierung Schröders als erfolgreichen Kanzler, trotz verkürzter zweiter Legislaturperiode, ab. Gerhard Schröders Buch vereint Memoir, Bilanz und Rechtfertigung, der letzte Punkt verspricht aber die ergiebigste Analyse – der Untertitel *Mein Leben in der Politik* unterstützt diese Annahme. Schröder wurde stets die Rolle eines „**Medienkanzlers**“⁵⁴⁰ zugeschrieben; Trends wie Personalisierung, Emotionalisierung und Individualisierung sind ihm vertraut und spiegeln sich in seinem Buch wider. Öffentlichkeitsaffine Kommunikationskanäle wie das TV-Duell der Kanzlerkandidaten waren ihm bereits während seiner Wahlkämpfe ein willkommenes Forum zur Selbstdarstellung. Schröder weiß: „Medien sind die wesentlichen Konstituenten der individuellen und kollektiven Realität.“⁵⁴¹ Es ist also davon auszugehen, dass der medienerfahrene Altbundeskanzler seine Entscheidung zur Veröffentlichung eines Buches in Kenntnis aller möglichen Alternativkanäle im Bereich der Kommunikation getroffen hat. Andere mediale Wege schienen während seiner Regierungszeit sinnvoll, um schnell Inhalte zu kommunizieren – die **Deutungshoheit** über (mehr als) eine ganze Legislaturperiode scheint ihm aber am besten über das Medium Buch zu gewinnen zu sein. Schröder bleibt diesem medialen Kanal auch später treu: Im Februar 2014 veröffentlichte der Altkanzler das Buch *Klare Worte. Im Gespräch mit Georg Meck über Mut, Macht und unsere Zukunft* (Herder, Freiburg 2014). Es handelt sich bei dieser Publikation um ein Wegweiserbuch, das Schröder schließlich fast 10 Jahre nach seinem Ausscheiden aus der aktiven Politik schrieb. Er publiziert damit entsprechend dem für diese Arbeit entwickelten

⁵³⁹ Walter (2009), S. 261

⁵⁴⁰ vgl. Tenscher (2009), S. 117

⁵⁴¹ Karmasin (2006), S. 106

Schema, das sich dem Produktlebenszyklus des Politikers anpasst. Schröder hat sich 2014 vom mehr oder weniger klassischen Rechtfertigungsbuchautor zum klassischen Wegweiserbuchautor weiterentwickelt.

Der Autor beginnt sein Werk *Entscheidungen* mit der Legitimation des Publikationszeitpunktes und geht damit ganz ähnlich vor wie Karl-Theodor zu Guttenberg in einer gänzlich anderen Situation: „Was im Alltag eines Politikers wegen des täglichen Drucks und permanenten Tempos kaum möglich war, konnte ich nun, Herr meiner eigenen Zeit, nachholen. Der zeitliche Abstand schärft den Blick für die Zusammenhänge und macht eine Beurteilung erst möglich.“⁵⁴² Wie zu Guttenberg beschreibt er den gewählten Zeitpunkt der Buchveröffentlichung im Spannungsfeld zwischen einer angemessenen Reflexion und genügender Aktualität. Es folgt auf dem Fuß die inhaltliche Publikationsmotivation: „Mir geht es in meinem Buch vor allem um die Erklärung von sieben Jahren rot-grüner Politik in Deutschland und ihrer Vorgeschichte.“⁵⁴³ Gerhard Schröders Ziel ist die Einordnung seiner eigenen Regierungszeit, hier steht weniger die Sprachhandlung der Werbung als vielmehr die des retrospektiven Legitimierens im Vordergrund.

Als SPD-Kanzlerkandidat konnte Schröder sich 1998 behaupten und nach 16 Jahren die Unionsregierung unter Helmut Kohl ablösen. In seinem Buch verweist er auf die Notwendigkeit dieses Schritts und bereitet gleichzeitig seine Verteidigung gegen Anwürfe seine zweite Amtszeit betreffend vor: „Ich bleibe dabei: Rot-Grün hat zahllose verkrustete Strukturen unseres Landes aufgebrochen. Viele Aufgaben – vielleicht zu viele – warteten auf uns.“⁵⁴⁴ 2002 konnte er sein Amt verteidigen, seine zweite Legislaturperiode war jedoch von einem einschneidenden Ereignis geprägt: Gerhard Schröder nutzte am 1. Juli 2005 das Recht des Bundeskanzlers, die **Vertrauensfrage** zu stellen, um Neuwahlen herbeizuführen und seine Legitimation als Regierungschef zu wiederzuerlangen. Die Neuwahlen konnte die Union sehr knapp für sich entscheiden, sodass es zur Großen Koalition unter Angela Merkel und Vizekanzler Frank-Walter Steinmeier kam, Schröder trat in der Folge von allen politischen Ämtern zurück. Dieses Vorgehen Schröders, das letztendlich zum Verlust der rot-grünen Regierungsverantwortung ein Jahr vor Ablauf des Mandats führte, wurde kritisch diskutiert. Dem Vorwurf der Amtsmüdigkeit oder Unvorsichtigkeit entgegenzutreten und seine gesamte Kanzlerschaft als erfolgreiches, stringentes Kapitel in der deutschen Geschichte zu verorten, ist Ziel von Schröders Rechtfertigungsbuch *Entscheidungen*. So verwundert es

⁵⁴² Schröder (2006), S. 7

⁵⁴³ ebd.

⁵⁴⁴ ebd., S. 285

nicht, dass er der ambivalenten Episode der Vertrauensfrage ein ganzes Kapitel unter dem Titel *Mut zur Veränderung* widmet – sie wird als couragierte und notwendige Entscheidung des Kanzlers konnotiert, ihre negativen Konsequenzen für die SPD sollen darüber in den Hintergrund treten. Schröder erfasst die Ereignisse rund um seine Abwahl unter der Kapitelüberschrift *Die Wahl* sowie direkt darauffolgend im Epilog unter der Fahne *Was bleibt*. Er rechtfertigt seinen Beschluss, Neuwahlen herbeizuführen.⁵⁴⁵ Über die letzten Wochen seiner Kanzlerschaft schreibt er: „So wurde im Wahlkampf nachgeholt, was aus den unterschiedlichsten Gründen in den drei Jahren der verkürzten Legislaturperiode nicht hatte gelingen können. Ich hoffe, dieses Buch trägt dazu bei, zu klären, warum das so war. Dass auch eigene Fehler eine Rolle spielten, kann und will ich nicht bestreiten.“⁵⁴⁶ Spätestens durch diese Äußerung reiht sich Schröders Werk in das Genre des Rechtfertigungsbuchs ein. Es ist festzustellen, dass das „Zugeben eines Fehlers und die Übernahme der Verantwortung für diesen [...] kommunikativ hoffähig geworden sind.“⁵⁴⁷ Politiker müssen – und können – sich nicht mehr als unfehlbar darstellen, vielmehr lenken sie einen Inszenierungsverdacht von sich ab, wenn sie auch Makel in ihren Entscheidungen thematisieren. Festgehalten sei dazu: Im Rechtfertigungsbuch Schröders werden politische Fehlentscheidungen von Rot-Grün thematisiert, die **Person** des Altbundeskanzlers bleibt dabei aber unberührt. Es ist der Kommunikationssituation geschuldet, dass er sich als Idealbesetzung des Kanzleramts retrospektiv nicht entwerten darf – darin liegt das situationsbezogene *Aptum* einer Rechtfertigungspublikation. Ziel ist es, die Gratwanderung zwischen emotionalisierenden Aspekten und zur Idealisierung des Mandatsträgers dienenden Elementen zu finden. Logische Konsequenz daraus ist, dass Schröder das wichtigste innenpolitische Vermächtnis seiner Kanzlerschaft, der **Agenda 2010**, dominant platziert. Dieses Maßnahmenpaket muss auch vom politischen Gegner inzwischen als in großen Teilen notwendige Trendwende angesehen werden, dient also dazu, Schröder auch in der Publikation als großen Strategen zu positionieren. Dieses positive Vermächtnis dient in seiner Darstellung im Buch als Gegengewicht zu den Konsequenzen, die sich aus der Vertrauensfrage für die SPD-Regierung ergaben. Schröder verknüpft die Agenda darüber hinaus mit emotionalisierenden Elementen: „Bis zuletzt hatte die Rede [*Regierungserklärung am 14.3.2003, AW*] keine Überschrift. Aber dann hatte meine Frau, mit der ich das Vorhaben am Wochenende vor der Bundestagssitzung diskutierte, einen Namen parat: Agenda 2010.“⁵⁴⁸ Dem großen Projekt seiner Kanzlerschaft,

⁵⁴⁵ vgl. Schröder (2006), S. 487

⁵⁴⁶ ebd., S. 499

⁵⁴⁷ Liedtke (2003), S. 69

⁵⁴⁸ Schröder (2006), S. 392 f.

einer *Policy*-Komponente, verleiht er eine private Konnotation, also ein *Politics*-Element, das auf seine Person zugeschnitten ist, und profiliert es auch so als eine der wichtigsten Episoden im Buch. Rechtfertigungsbuchautoren müssen immer auf den Ausgleich negativer, wahrhaft zu rechtfertigender Sachverhalte durch positive und unbestreitbar dem Mandatsträger zuzuschreibende Elemente bedacht sein – so auch im Fall Schröder.

Der Autor baut sein Werk chronologisch auf; trotz des im Untertitel markierten Akzents auf dem politischen Leben Gerhard Schröders nimmt dieser vor allem im ersten Kapitel, *Von Bexten nach Hannover*, seine **Kindheit** auf. Zum Publikationszeitpunkt lag keine Autobiografie Schröders vor; das Rechtfertigungswerk muss also zusätzlich zu seinen originären Aufgaben auch diese Lücke schließen und tut dies, indem es dem Leser über die Kindheitserinnerungen des Autors den Einstieg in das Buch erleichtert. Schröder setzt, ähnlich wie am Beispiel Frank-Walter Steinmeiers ausführlich untersucht, auf die Konstruktion einer Identifikationsfigur für das typische **SPD-Elektorat**, wenn er diesem Aspekt aufgrund seines Status als ehemaliger Politiker auch weniger Raum widmet als sein wahlkämpfender Parteikollege. Zwar muss festgehalten werden, dass Schröder selbst nicht als besonders dogmatischer SPD-Vertreter auffiel und „inhaltlich gemäßigter“⁵⁴⁹ auftrat als seine Partei. Nichtsdestotrotz verortet er sich in *Erinnerungen* fest in diesem politischen Milieu: „Die mir in der Öffentlichkeit häufig unterstellte fehlende emotionale Bindung zur SPD ist angesichts meiner Biografie nicht nachvollziehbar.“⁵⁵⁰ Wie Frank-Walter Steinmeier legt er geeignete Elemente seiner Vita als Postulat seiner idealen Passung zur SPD dar und erklärt den Eintritt in die Politik durch seinen eigenen sozialen Hintergrund: „Insofern hat ‚links‘ zu sein in der SDP für mich immer geheißen: Wie kann ich zu einer Wirklichkeit beitragen, in der Menschen mit meiner oder ähnlicher Herkunft etwas aus sich machen können?“⁵⁵¹ Damit nimmt Schröder ein ganz seiner politischen Heimat entsprechendes Paradigma auf und schafft eine Identifikationsfolie für bestimmte Teile der zu erwartenden Leserschaft. Er argumentiert dem *Aptum* entsprechend, das sich aus seiner sozialdemokratisch geprägten Kanzlerschaft ergibt. „Sozialistische und sozialdemokratische Konzeptionen betonen nicht nur die Notwendigkeit staatlichen Schutzes der sozial Schwächeren und der staatlichen Fürsorge, gefordert wird ferner ein gesellschaftlicher Wandel in Richtung auf mehr Gleichheit.“⁵⁵² Diese Idee des gesellschaftlichen Wandels, der durch die eigene Politik zu forcieren sei bzw.

⁵⁴⁹ Brettschneider (2002), S. 16

⁵⁵⁰ Schröder (2006), S. 403

⁵⁵¹ ebd., S. 33

⁵⁵² Jagodzinski/Kühnel (1997), S. 212

war, findet sich bei Schröder und Steinmeier gleichermaßen. Allerdings legt Schröder den weitaus größeren Akzent seiner **Identifikationsstrategie** nicht auf die Partei. Vielmehr betont er die Lebensumstände seiner Kindheit, die er mit vielen potenziellen Lesern über Parteigrenzen hinaus gemein hat. Er bedient sich hier dabei der Tatsache, dass ein Mensch im Allgemeinen und ein Politiker im Besonderen als attraktiv empfunden wird, „[...] wenn man ein hohes Maß an Ähnlichkeit zwischen ihm und sich selbst empfindet.“⁵⁵³ Dies muss nun nicht auf äußerliche Ähnlichkeit beschränkt sein. Schröder setzt die Ähnlichkeits-Relation so um, dass er sich als Teil der vaterlosen Generation nach dem zweiten Weltkrieg darstellt und seine Kindheit anhand einschneidender Ereignisse der deutschen Geschichte nachvollzieht. Wie oben bereits thematisiert, ist diese Strategie das Pendant zu französischen Politikern, die sich als geistige Kinder der *Résistance* proklamieren – Schröder hingegen beschreibt seine Prägung durch ein für die Nachkriegszeit typisches deutsches Schicksal und setzt auf die eintretende Identifikation potenzieller Leser. Ein weitaus größerer Teil des Buchs ist jedoch nicht dem Privatmann, sondern dem Berufspolitiker Schröder gewidmet, wie in einem Rechtfertigungsbuch zu erwarten.

Schröders Strategie bei der **Verortung der eigenen Amtszeit** ist dreiteilig: Zunächst wählt er den naheliegenden Weg, besondere Erfolge seiner Regierung mit historischer Relevanz zu zitieren (siehe Agenda 2010). Darüber hinaus spricht er über weite Strecken seiner Publikation ein ganz bestimmtes Publikum an, dem er bereits in seiner Rolle als Mandatsträger Erfolge verdankte: Die **weibliche Rezipientenschaft**, die ihm in ihrer Buchaffinität auch als Autor am Herzen liegen muss. Schließlich ruft er den Themenkomplex auf, der ihm bereits während und vor allem kurz nach seiner Amtszeit viel Kritik einbrachte, seine große **Nähe zu Russlands Präsident** Wladimir Putin. Diese Affinität hat zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung durchaus das Potenzial, seine ganze Kanzlerschaft infrage zu stellen, und muss darum vom Autor Schröder bearbeitet und in seinem Sinne aufgelöst werden.

Zum **ersten Strategieteil** ist zu bemerken: Schröder setzt bei der Anlage seines Buchs auf Zäsuren, die dem Leser aufgrund ihrer Tragweite im Gedächtnis geblieben sind, und nutzt somit das Potenzial der Aufmerksamkeitsaktivierung bei Rekurs auf Bekanntes. So hält er die Bereitschaft des Lesers, dem Buch weiterhin zu folgen, aufrecht – dieser kann wichtige Ereignisse, die er selbst als Bürger miterlebt hat, nun aus Schröders Warte nachvollziehen. Darüber hinaus sind diese Ereignisse von historischer Bedeutung und rechtfertigen die

⁵⁵³ Burkart (2002), S. 202

Buchveröffentlichung über die „Augenzeugenschaft“ des Kanzlers. Dies verbindet er mit einer positiven Positionierung seiner selbst und kritischen Anmerkungen zu anderen politischen Protagonisten. Da Schröder nicht mehr im Amt ist, kann er den politischen Gegner offen kritisieren – für ihn entfällt die Gefahr, im Rahmen einer Koalition persönlich mit diesem zusammenarbeiten zu müssen. Seine Glaubwürdigkeit suggeriert er, indem er auch das eigene Lager nicht von Fehlern freispricht, klar ist jedoch, dass die eigene Person schließlich als Löser der aufgestauten Probleme gezeichnet wird, u. a. hinsichtlich des Kosovo-Konflikts:

*Im Grunde mussten wir mit der Kosovo-Entscheidung in der Außenpolitik das nachholen, was in den neunziger Jahren von den Konservativen versäumt worden war. Aber auch die Oppositionsparteien, Sozialdemokraten und Grüne, hatten sich in Helmut Kohls politischer Wohlfühlpackung behaglich eingerichtet. Wir waren so blind, wie er uns haben wollte.*⁵⁵⁴

Schröder positioniert sich so als Vorreiter der eigenen Partei, der Kohls Fehler erkannte und handelte, und als auch retrospektiv idealen Kanzler seit 1998. Neben der Kosovo-Krise inszeniert er sich auch über die größte Herausforderung an die Weltpolitik während seiner Regierungszeit – er widmet ihr mit *Der 11. September 2001 und die Folgen* ein eigenes Kapitel. Dies ist einerseits der ungeheuren Tragweite der Ereignisse aus historischer und humanitärer Sicht geschuldet, auf der anderen Seite aber auch der Tatsache, dass die Entscheidungen Schröders in dieser Krise allgemein Zustimmung in der deutschen Bevölkerung fanden und somit zu den erfolgreichen außenpolitischen Manövern seiner Kanzlerschaft zählen. „Intuition und Courage für den historischen Moment, Entscheidungsfreude jenseits aller Beraterbedenklichkeiten – dass [*sic!*] sind genuine politische Qualitäten, die Schröder besaß“⁵⁵⁵ und die er als Autor in den Vordergrund der Beschreibung seiner Person als Mandatsträger stellt.

Neben dem Postulat seiner Kompetenz setzt Schröder in einem zweiten strategischen Schritt sein Augenmerk auf eine bestimmte Teilzielgruppe: Er richtet die Darstellung häufig auf ein **weibliches Publikum** aus. Diese Taktik, die nun der Politiker als Autor anwendet, hatte dem Politiker als Mandatsträger bereits früher zum Erfolg verholfen. Schröders Wahlkampf 2002 war stark auf die weibliche Wählerschaft ausgerichtet; auf diesem Gebiet konnte der SPD-

⁵⁵⁴ Schröder (2006), S. 84

⁵⁵⁵ Walter (2009), S. 302

Politiker seinem kantigen Herausforderer von der CSU, Edmund Stoiber, Popularitätspunkte abnehmen. „Es ist durchaus ein Unterschied, ob Themen und Programme mit und über eine Kandidatin oder einen Kandidaten präsentiert werden oder ob der Kandidat selbst das Thema darstellt.“⁵⁵⁶ Schröder setzte schon damals Akzente auf eine **frauenfreundliche Politik**, sein eigenes Familienkonzept mit einer emanzipierten Ehefrau an seiner Seite sollte das Bild komplettieren. Bei der Veröffentlichung seiner *Entscheidungen* war Schröder zwar nicht mehr Kandidat zu einer Wahl, die Ansprache einer oftmals weiblichen Leserschaft schadet jedoch auch dem Autor Schröder nicht. Wie im Plakatwahlkampf, so profitiert er auch in seinem Buch vom Zitat Doris Schröder-Köpf. Ähnlich wie im Wahlkampf setzt der Autor in seinem Text auf das Image des modernen Ehemanns; die Beschreibung von Ereignissen von höchster politischer Brisanz, oben bereits am Beispiel der Agenda 2010 dargestellt, konnotiert er mit einem weiblichen Blick auf die Sachlage durch die Einbindung seiner Ehefrau. In gleicher Weise verfährt er mit den Vorfällen des 11. September 2001:

Unmittelbar danach wurde der erste Anruf zu mir durchgestellt. Es war meine Frau, die schluchzend sagt: ‚Mach das Fernsehen an, es ist schrecklich.‘ Für sie, die als Journalistin in New York gelebt hatte, war diese Stadt mehr als nur ein Ort in der Welt [...] Ihre Tochter Klara ist dort geboren, und sie liebt diese Stadt.⁵⁵⁷

Schröder betont seine Rolle als Mensch, Ehemann, persönlich Betroffener, die die Rolle des Politikers nicht überdeckt. Er suggeriert, menschliche Katastrophen nicht lediglich als politische Herausforderungen anzusehen, sondern inszeniert sich als Mann, der persönlich Anteil an den sozialen und humanitären Auswirkungen nimmt. Nachdem Schröder durch die Augen seiner Frau auf die Anschläge geblickt hat, fasst er seine eigenen Gefühle in Worte: „Ohnmacht und daraus folgende Wut auf die Täter waren meine ersten Reaktionen.“⁵⁵⁸ Diese Komponente darf nicht fehlen – ein Verweis auf Doris Schröder-Köpf wirkt zwar sympathisch, muss jedoch zwangsläufig wieder auf den Fokus Gerhard Schröder zulaufen. Schon während seiner Amtszeit musste er gegen den Verdacht ankämpfen, in Wahrheit würde seine Frau durch seine Hand regieren: „Ich habe darüber oft mit meiner Frau gesprochen, deren Klugheit und Geradlinigkeit in der Bewertung von Sachverhalten und auch von Menschen ich immer wieder aufs Neue bewundere. Dass sie sich aber je in zu treffende

⁵⁵⁶ Holtz-Bacha (2006), S. 13

⁵⁵⁷ Schröder (2006), S. 163

⁵⁵⁸ ebd.

Entscheidungen eingemischt hätte, ist eine Legende.“⁵⁵⁹ Trotz aller Emotionalisierung via Familie: Die empathische Darstellung darf im Rechtfertigungsbuch nicht das Bild des Realpolitikers Schröder in den Hintergrund rücken. So fügt Schröder der o. g. Episode einen Authentizität suggerierenden Bericht über das Verhalten eines Kanzlers bei einem solchen Ereignis an; er beteuert: „Immer wieder muss ich Notizen und Zeittafeln zurate ziehen, um mich zu vergewissern, wie sich der Ablauf der Dinge nach den Attentaten gestaltet hat.“⁵⁶⁰ Die so aufgebaute Mixtur aus Trivialmythos und Realpolitik ist gut zur Inszenierung einer gelungenen Regierungszeit, zu ihrer Rechtfertigung, geeignet.

Nach der Thematisierung des Kosovo- und des Afghanistan-Einsatzes der Bundeswehr, der Anschläge vom 11. September und der von George W. Bush angeblich identifizierten ‚Achse des Bösen‘ widmet Schröder ein Kapitel dem *Mut zum Frieden*. Bezüglich seiner Haltung zum Irak-Krieg, für die Schröder auch in der Bevölkerung viel Zustimmung fand, demonstriert er auch in seiner Rechtfertigungsveröffentlichung die Haltung eines Mannes, der Rückgrat aufweist und zu seinem Wort steht: „Innerlich war ich entschlossen, eher zurückzutreten, als in der Sache Kompromisse zu schließen.“⁵⁶¹ Damit positioniert er sich als Politiker, dem eigener Erfolg und Machterhalt scheinbar weniger wichtig sind als seine **Überzeugungen**. Darin liegt die **Rechtfertigung, die er zur verkürzten Legislaturperiode vorbringt**: Er ruft jenen Idealtyp des Politikers auf, der nicht nur taktisch und zum eigenen Vorteil handelt, sondern Politik aus Überzeugung macht, und präsentiert sich als Prototyp dieses Ideals: In seiner Rolle als Autor übernimmt er die Deutungshoheit über die politische Person des Mandatsträgers. Schröder, so die Botschaft an den Leser, war ein Kanzler, dem die eigenen Prinzipien über das Amt gingen – die Herbeiführung von Neuwahlen ist damit nicht als vorzeitiger Verlust von Regierungsverantwortung der SPD, sondern vielmehr als **Nachweis der Integrität** des Kanzlers Gerhard Schröder verortet.

Diese besondere Betonung eines pflichtbewussten, korrekten und authentischen Mandatsträgers durch den Autor ist notwendig, denn bestimmte Handlungsweisen desselben drohten, die retrospektive Bewertung seiner Amtszeit in Mitleidenschaft zu ziehen. Schon während seiner Regierungszeit war Schröder als unkritischer Freund der russischen Regierung im Allgemeinen und Wladimir Putins im Besonderen bekannt, sein zügiger Wechsel nach seiner Abwahl in ein Führungsamt der Nord Stream AG, deren Hauptaktionär der regierungsnahe Gazprom-Konzern ist, wurde kontrovers diskutiert und von weiten Teilen der

⁵⁵⁹ Schröder (2006), S. 181

⁵⁶⁰ ebd., S. 175

⁵⁶¹ ebd., S. 231

Bevölkerung missbilligt. Schröders Taktik besteht nicht darin, im Buch eine allzu große **Affinität zu Putin** abzustreiten, vielmehr ist er bestrebt, diese zu legitimieren. Er breitet das Thema großräumig aus und widmet der Russlandpolitik ein ganzes Kapitel seines Buches – andere Politiker thematisieren in ihren Veröffentlichungen die Beziehungen zu Frankreich, den Vereinigten Staaten oder, wie Helmut Schmidt in zwei speziell diesem Thema gewidmeten Publikationen⁵⁶², zu China. Schröders Kapitelüberschrift *Russland, der Global Player* weist auf die Bedeutung dieser Nation hin, die eine intensive Beschäftigung mit ihr im Buch – und in der Politik – rechtfertigt. Putin werden Attribute wie „denkt abendländisch“⁵⁶³ und „weitsichtig“⁵⁶⁴ zugeordnet. Im ganzen Text verteilt sind immer wieder Versatzstücke putin-freundlicher Provenienz zu identifizieren. So schreibt Schröder: „Besucht man Ljudmila und Wladimir Putin zu Hause, erlebt man echte Gastfreundschaft.“⁵⁶⁵ Er betont: „Dieser Mann hat eines der schwersten Ämter, die auf der Welt zu vergeben sind.“⁵⁶⁶ Hier zeigt sich deutlich, dass Schröder zwischen dem Staatsmann und dem Privatmann Putin unterscheidet. Was Letztgenannten angeht, so ist klar die Absicht des Autors zu erkennen, Sympathien für den Menschen Putin zu wecken und seine engen Beziehungen zu ihm zu rechtfertigen, indem er weniger auf politischer als vielmehr auf persönlicher Ebene argumentiert. Putin wird als privater Freund, weniger als Politiker eingeführt, wodurch der Autor zahlreichen potenziellen Kritikpunkten ausweicht. Wo Schröder in politischen Zusammenhängen von Putin als Person spricht, so wird er stets als einer unter mehreren Protagonisten genannt, z. B. in einem Atemzug mit westlichen Staatsmännern wie Jacques Chirac oder Tony Blair. Dadurch soll eine allzu große Fixierung Schröders auf Putin verschleiert werden – der russische Präsident wird als ein außenpolitischer Player neben anderen, gleichrangigen Persönlichkeiten inszeniert.

Jedoch setzt Schröder, wo er Kritik an Putin in der öffentlichen Meinung in Deutschland thematisiert, diesen mit Russland gleich, kritisiert seinerseits eine Reideologisierung der deutsch-russischen Beziehungen durch die Kritiker und warnt vor dem Wiederaufleben „schon abgelegte[r] antirussischer Vorurteile, die aus der kommunistischen Vergangenheit des Landes herrühren.“⁵⁶⁷ Damit suggeriert Schröder: Wer Putin kritisiert, gefährdet die guten deutsch-russischen bzw. europäisch-russischen Beziehungen, was beiden Ländern zum

⁵⁶² Schmidt, Helmut (2013): Ein letzter Besuch: Begegnungen mit der Weltmacht China. Siedler, München.
Schmidt, Helmut/Sieren, Frank (2006): Nachbar China. Econ, Berlin.

⁵⁶³ Schröder (2006), S. 457

⁵⁶⁴ ebd., S. 463

⁵⁶⁵ ebd., S. 244

⁵⁶⁶ ebd., S. 246

⁵⁶⁷ ebd.

Nachteil gereicht. So wird versucht, Putin-Kritikern den Wind aus den Segeln zu nehmen. Über seine sehr deutliche Aussprache für eine russlandfreundliche Politik will Schröder seine Außenpolitik als Amtsinhaber **legitimieren**, suggeriert **Glaubwürdigkeit** und Beständigkeit in der Russland-Frage und rechtfertigt auf einer zweiten Ebene seinen Einsatz bei Nord Stream nach seinem Ausscheiden aus der Bundespolitik. Dass die Werbung für gute Beziehungen zwischen Russland und Europa jedoch vor allem auf Schröders Affinität zur **Person** Wladimir Putins basiert, zeigt sich in unterschwelligem, suggestiven Elementen der Publikation, sei es ein überbordend positives Vokabular bei der Beschreibung des russischen Präsidenten oder die Tatsache, dass im Buch von keinem ausländischen Politiker mehr Fotos, teilweise ganzseitig und immer in schmeichelhafter Pose und in sympathiebildenden Zusammenhängen, gezeigt werden. Gerade in diesem Kontext wird erneut die Instrumentalisierung von Doris Schröder-Köpf deutlich – so findet sich ein Foto, das das Ehepaar Schröder und das Ehepaar Putin bei einer Schlittenfahrt zeigt, und Schröder betont: „Ich habe selten erlebt, dass meine Frau und ich zur Familie eines Regierenden so schnell ein unkompliziertes und ungezwungenes Verhältnis aufbauen konnten wie zu den Putins.“⁵⁶⁸ Der Autor emotionalisiert und nutzt die Person seiner Frau als Garant für die Integrität Putins. Darüber hinaus wird bei ihm aus dem umstrittenen Politiker Putin ein Teil der Gesamtheit „die Putins“, auch Ljudmila Putina wird also zur Sympathiebildung instrumentalisiert. Nachdem Schröder, wie oben bereits herausgearbeitet, auf eine weibliche Leserschaft setzt, ist diese Legitimation Putins durch weibliche Konnotationen durchaus eine gut durchdachte Strategie und Teil von Schröders Bemühen, scheinbar rational positive Aspekte des russischen Präsidenten in den Vordergrund zu stellen. Diese Passagen des Buchs müssen jedoch ganz deutlich als Versuch gewertet werden, den Leser zu beeinflussen und eventuelle Ressentiments gegen Putin abzubauen. Vor dem Hintergrund von Putins Rolle in der Ukraine-Krise im Jahr 2014/2015 sind solche Äußerungen immer schwerer mit dem Bild eines (ehemaligen) westlichen Staatsoberhauptes vereinbar.

Was den Erfolg des Werkes angeht, so ist *Entscheidungen* das Gegenteil zu Jean-Pierre Raffarins Rechtfertigungsbuch: Es zählt mit mehr als 200.000 verkauften Exemplaren (HC) zu den fünf Bestsellern im Bereich der Politikerbücher zwischen 2000 und 2011.⁵⁶⁹ Schon im Vorfeld scheint der Verkaufserfolg absehbar gewesen zu sein; so berichtet *Zeit online*, der

⁵⁶⁸ Schröder (2006), S. 244

⁵⁶⁹ vgl. Endres (2010)

Hoffmann und Campe Verlag sei aus einem Bieterwettstreit mit anderen an der Publikation interessierten Verlagen als Sieger hervorgegangen.⁵⁷⁰

Schröder ist im Vergleich zu Raffarin kein „homme qui ne suscite rien“⁵⁷¹, sondern ein Mann, der polarisiert und dadurch interessiert. Im Nachgang der Buchpublikation kamen Gerüchte über die immens hohe Bezahlung Schröders auf, es wurde über den Anteil von Carsten Maschmeyer an den Verhandlungen mit den Verlagen spekuliert, zusätzlich generierten das Engagement des bekannten Medienrechtsanwalts Matthias Prinz und der Vorabdruck in *Spiegel* und *Bild* großes öffentliches Interesse.⁵⁷² Die mediale Vermarktungskette funktionierte also unter anderem über **Namedropping** und den Ruf des Bundeskanzlers als streitbare Persönlichkeit. Auch in der Vermarktung des Produkts Politikerbuch wird hier erneut auf Inszenierungsmechanismen zurückgegriffen.

⁵⁷⁰ vgl. Hamann (2011)

⁵⁷¹ Schneider, V. (2003)

⁵⁷² vgl. Hamann (2011)

IV.3 Wegweiserbücher – „prendre de la hauteur“

Wegweiserbücher werden von aus dem politischen Tagesgeschäft ausgeschiedenen Autoren verfasst, ihr Ziel ist es „à prendre de la hauteur par rapport au débat politicien, et à endosser la posture du sage qui n'est plus candidat à rien.“⁵⁷³ Der Politiker wird hier zum ersten Mal in seinem publizistischen Tun **in erster Linie als Autor** und nur in nachgeordneter Funktion als Politiker/Mandatsträger wahrgenommen – in allen bisher untersuchten Stadien seines Produktlebenszyklus war er noch **in erster Linie Politiker** und in dieser Eigenschaft auch **temporär Publizist**. Ziel von Wegweiserbüchern ist die Verfestigung des eigenen Images als altersweiser Ratgeber, der suggeriert, über **parteilpolitischen Interessen** zu stehen und von einem reichen **Erfahrungsschatz** profitiert. Durch seinen Status außerhalb des politischen Betriebs kann er sich relativ frei von aktuellen Befindlichkeiten äußern, nationale und globale Fragestellungen in ihrer Gänze thematisieren. Neben dem altruistischen Ziel, jüngeren Generationen Handreichungen zu geben, haben Wegweiserbuch-Autoren noch ein weiteres, persönlich motiviertes Ziel. Ehemalige Politiker, die nicht mehr von Amts wegen im Fokus des öffentlichen Interesses stehen, versuchen über die Publikation „**de continuer à exister politiquement ou médiatiquement**.“⁵⁷⁴ Das Buch und seine mediale Weiterverarbeitung verschaffen der als Politiker nicht mehr präsenten Persönlichkeit ein neues mediales Interesse – und darüber auch pekuniäre Vorteile.

Die Untersuchung konzentriert sich auf solche Vertreter des Genres, die sich inhaltlich mit politischen Themen beschäftigen. Ausgewählt wurde als prototypischer Autor des Genres Helmut Schmidt mit seinem Titel *Außer Dienst* (Siedler, München 2008; zitiert wird in dieser Arbeit aus der Pantheon-Ausgabe 2010); dieser trägt zwar den Untertitel *Eine Bilanz*, ist aber dem Wegweiserbuch zuzurechnen, weil er nicht die Kriterien für Bilanzbücher erfüllt, von denen für diese Arbeit ausgegangen wird, nämlich die Rückschau auf ein Lebenswerk und die Tendenz zur Geschichtsschreibung. Als französischer Vertreter des Genres fungiert Lionel Jospin als Autor von *Le monde comme je le vois* (Gallimard, Paris 2005). Wie Schmidt hat auch er mehrere Bücher veröffentlicht und legt ein breit gefächertes Ratschlagewerk für die aktuelle Politik und Gesellschaft vor. Seine Publikation erscheint drei Jahre nach seiner vernichtenden Niederlage im ersten Wahlgang der Präsidentschaftswahlen gegen Jean-Marie Le Pen 2002 und gibt Wegweisungen für die Lösung von internen Problemen und die Stellung Frankreichs in der Welt.

⁵⁷³ Bart (2012), S. 116

⁵⁷⁴ ebd.

Darüber hinaus wird Edmund Stoibers *Weil die Welt sich ändert* (Siedler, München 2012) untersucht. Der Autor ist zum Zeitpunkt des Erscheinens weder Mitglied des Bayerischen Landtags noch in führender Position für die CSU tätig, sein ehrenamtliches Engagement in Europa hat auf die tagespolitische Lage in Deutschland keinen Einfluss. Während Schmidts und Jospins Bücher als Kompendien verstanden werden können, als Anmerkungen, Warnungen und Erklärungen zum aktuellen Geschehen landesweit bzw. international, so bietet Stoiber Handreichungen für idealtypische Politik nach bayerischem Vorbild an.

Wegweiserbuchautoren sind dem Vorwurf ausgesetzt, Probleme zu dramatisieren, um sich selbst **als Lösungsgeber zu inszenieren**: „Es geht immer um die Rettung der Welt oder zumindest Europas. Die Lösung ist immer ganz einfach. Doch den Nachfolgern fehlt leider der Mut, den Ratschlag der weisen Alten auch zu befolgen.“⁵⁷⁵ Hier werden zwei zentrale Elemente des Wegweiserbuchs deutlich: Zunächst heben alle hier vorgestellten Autoren auf Themen von **großer politischer Bedeutung** ab. Sie können aufgrund ihres Namens, ihrer Bekanntheit und ihrer früheren Regierungsverantwortung glaubwürdig über Probleme mit weit reichenden Konsequenzen sprechen. Alle Autoren sind Beispiele für die These, es sei ein Irrglaube, „dass eine Marke ein Produkt mit einer gewissen Bekanntheit ist – in Wirklichkeit ist es eine Bekanntheit mit einem gewissen Produkt.“⁵⁷⁶ Diesen Trumpf ihrer **Bekanntheit** spielen die Autoren des Genres aus. Ihre Meriten haben sie bereits in ihrem früheren Leben als aktive Berufspolitiker verdient, also eine Marke kreiert, die als Legitimation und Aufmerksamkeitsmagnet für eine Buchpublikation dient.

Darüber hinaus haben Autoren in diesem Stadium des Produktlebenszyklus das Privileg, sich **kritisch** über ihre Nachfolger äußern zu können. Während Politgrößen wie Charles de Gaulle von nachfolgenden, vor allem auch im Wahlkampf befindlichen Politikern der jüngeren Generation nicht kritisiert, sondern wenn, dann lobend erwähnt werden, haben Wegweiserbuchautoren die Legitimation, von der Warte des Elder Statesman aus die aktuell amtierende Generation auch zu kritisieren. Dies geschieht über Parteigrenzen hinweg, im Falle Stoibers weniger, im Falle Schmidts deutlicher – Grundsatz ist aber, dass die publizierten Äußerungen keiner Art von Fraktionszwang mehr unterliegen und die Autoren zumindest suggerieren, ihre persönliche Meinung frei darzulegen. Dies verleiht den Publikationen eine höhere Glaubwürdigkeit und den Nimbus der **Unparteilichkeit**. Und schließlich ist es als das größte Privileg dieser Autoren anzusehen, dass sie nicht, wie ihre amtierenden Kollegen, einer organisierten Opposition ausgesetzt sind und in der öffentlichen

⁵⁷⁵ Neukirch (2013), S. 28

⁵⁷⁶ Klocks/Kohn/Przybylla (2006), S. 136

Kritik stehen. Sie sind zwar mit ihrem politischen Vorleben konnotiert, müssen jedoch in ihrer Rolle als Publizisten nicht mehr versuchen, sich als Mandatsträger positiv darzustellen und möglichst viel Konsens auf ihre Person zu vereinigen. Während amtierende Politiker bei Wahlen auf möglichst große Zustimmung zu ihrer Person hoffen müssen, kann es Publizisten sogar dienlich sein, kontrovers diskutiert zu werden – erneut kann hier das Beispiel Thilo Sarrazins herangezogen werden, der nach seinen skandalisierten Publikationen seine politische Karriere verlor, jedoch als Publizist hohe Verkaufszahlen erreichte und ein großes mediales Echo hervorrief. Man kann zusammenfassen: Das Kapital des Mandatsträgers ist breite **Zustimmung** im Volk, das Kapital des Publizisten kann entweder eine breite Zustimmung oder eine breite Kontroverse über seine Person und seine Bücher sein.

IV.3.1 Kompendien à la française und à l'allemande: Lionel Jospin *Le monde comme je le vois* (2005) und Helmut Schmidts *Außer Dienst* (2008)

Helmut Schmidt und Lionel Jospin weisen sowohl in ihrer politischen Biografie, die für die Autorschaft von Wegweiserbüchern eine große Rolle spielt, als auch in der Anlage ihrer hier untersuchten Werke mehrere Gemeinsamkeiten auf, weswegen sie in Abgrenzung zu Edmund Stoiber unter einem Kapitel verhandelt werden. Beide Autoren schieden unter negativen Vorzeichen aus dem Amt, beiden hat diese Erfahrung in ihrem Dasein als Publizisten nicht geschadet, beide wählen einen ähnlichen Ausgangspunkt für ihre Wegweisungen und ähnliche thematische Schwerpunkte. Auch beschäftigen sich beide mit globalen Themen und tragen damit dem Befund Rechnung, dass seit Mitte der 90er Jahre „political leaders in fact had to learn to adjust to operating both politically and discursively beyond geographically defined boundaries [...]“⁵⁷⁷ Bei allen Gemeinsamkeiten sind beide Bücher innerhalb dieser Rahmenbedingungen ganz unterschiedlich aufgestellt, sodass sich landesspezifische Differenzierungen innerhalb des Genres Wegweiserbuch daran festmachen lassen.

Lionel Jospin hat unter den Wegweiserbuchautoren das bitterste Ende einer politischen Karriere zu verkraften: 2002 konnte er als Vertreter des *Parti Socialiste* und amtierender Premierminister in der *Cohabitation* mit Chirac weniger Wählerstimmen auf sich vereinen als der Kandidat des rechtsextremen *Front National*, Jean-Marie Le Pen. Jospin zog sich nach dieser Niederlage aus der Tagespolitik zurück. Seine Veröffentlichung *Le monde comme je le vois* ist von der Analyse der Gefahren, denen die Demokratie in diesem Zusammenhang

⁵⁷⁷ Drake/Gaffney (1996), S. 26

ausgesetzt war, geprägt. Die Präsenz eines FN-Kandidaten im zweiten Präsidentschaftswahlgang war für Frankreich eine Katastrophe. Jospin verhandelt in Reaktion darauf in seinem Buch die Problematik dominanter Ideologien, spricht die Probleme der EU an (ein Ziel des FN ist die Wiedereinführung des Franc und die Distanzierung Frankreichs von der EU) und definiert, was es im 21. Jahrhundert bedeutet, französisch zu sein (auch dies ein Tribut an die xenophoben Tendenzen des FN mit dem Ziel, dieser Ideologie ein anderes Bild entgegenzusetzen). Hier wird deutlich, dass Wegweiserbuchautoren durchaus nicht gänzlich von der aktuellen politischen Lage in ihrem Land losgelöst publizieren – Jospin geht sehr wohl auch auf tagespolitische Herausforderungen ein und leitet daraus den Aufbau seines Buchs ab.

Der Autor positioniert sich schon im Vorwort klar. Er betont zwar die Gefahren, die im Erstarken des FN liegen, jedoch suggeriert er, mit seiner ganz persönlichen Niederlage bei der Wahl 2002 abgeschlossen zu haben und in seinem Buch Wegweisungen für alle Franzosen zu formulieren, auch für jene, die damals Le Pen wählten: „[...] traître comme des fascistes les électeurs du *Front National*, qui ne se définissent pas comme tels, c’est commettre une erreur psychologique et politique qui restreint les chances de leur ouvrir les yeux.“⁵⁷⁸ Dieser Umgang mit den Fehlgeleiteten oder Protestwählern des ersten Wahlgangs 2002 ist prototypisch für alle französischen Politautoren des untersuchten Korpus, die sich dazu äußern (vgl. Sarkozy, Hollande und Raffarin).

Auch **Helmut Schmidt** war zur Zeit seines Abschieds von der politischen Bühne heftiger Kritik (auch aus den Reihen der SPD) ausgesetzt und wurde damit weitaus kritischer betrachtet als in seinen Jahren als Publizist⁵⁷⁹: Schmidt war seit 1974 Kanzler der sozial-liberalen Koalition. Die Weltwirtschaftskrise führte Anfang der 80er Jahre, verbunden mit einem steigenden Ölpreis, zu hoher Arbeitslosigkeit in Deutschland, darüber hinaus gab es konträre Einschätzungen des NATO-Doppelbeschlusses innerhalb der Koalition und auch innerhalb der SPD. Um der Opposition weiterhin geschlossen entgegentreten zu können, stellte Schmidt Anfang 1982 schließlich die Vertrauensfrage, die er gewann. Jedoch konnte diese letzte Demonstration von Einverständnis zwischen den Koalitionspartnern den endgültigen Bruch nur hinauszögern, aber nicht verhindern. Im Herbst 1982 traten vier FDP-Minister von ihren Ämtern zurück und erarbeiteten den auch in der eigenen Partei umstrittenen Plan, über ein konstruktives Misstrauensvotum gegen Schmidt eine neue

⁵⁷⁸ Jospin (2005), S. 13

⁵⁷⁹ vgl. zum folgenden Abschnitt Bundestag (2012)

Koalition mit der Union einzugehen. Schmidt fühlte sich sowohl von den Wortführern des bisherigen Koalitionspartners als auch von Kritikern aus der SPD verraten. Am 1.10.1982 musste er als erster und bisher einziger Bundeskanzler der Geschichte sein Amt aufgrund eines konstruktiven Misstrauensvotums niederlegen, Helmut Kohl wurde zum neuen Bundeskanzler. Diese Erfahrungen großer Kritik an der eigenen Person sind Schmidt in seiner Rolle als Mandatsträger also durchaus vertraut, während er als Publizist in Deutschland in weiten Teilen der Bevölkerung und auch in den Medien großes Ansehen genießt. Ein Aspekt jedoch, der Schmidt während seiner Kanzlerschaft als Manko angekreidet wurde, verhilft ihm als Autor zu besonderer Expertise. Als Amtsinhaber propagierte er folgendes Selbstbild: „[Er] war Experte für alles, gerierte sich zumindest gerne so; als Fachmann für Außen- und Sicherheitspolitik, für Währungs- und Finanzfragen, für Probleme der Weltwirtschaftspolitik.“⁵⁸⁰ Dieses bereits in der Amtszeit aufgebaute Image, das dem Politiker Schmidt damals – ähnlich wie später Sarkozy – als Omnipräsenz und Bevormundung anderer Mandatsträger zu Lasten gelegt wurde, macht es für den Publizisten Schmidt leicht, Wegweisungen auf allen Gebieten von politischem Interesse zu geben, weil der Leser ihn ohnehin mit einem breitgefächerten Portfolio an Themen assoziieren kann. Für gewöhnlich ist die Besonderheit des **Experten** „partielle Zuständigkeit“⁵⁸¹. Helmut Schmidt bricht damit, er erteilt Wegweisungen auf jedem denkbaren Gebiet und ist dabei durchaus glaubhaft – sein Name gilt in Deutschland als Bestseller-Garant. Der *Spiegel* fand in einer Umfrage heraus, dass seine Landsmänner Schmidt als bedeutendste moralische Instanz ansehen – „weit vor Günter Grass und dem Papst.“⁵⁸² Darüber hinaus spielen sein hohes Alter, seine unverblühte Sprache und sein selbstsicheres Auftreten⁵⁸³ eine große Rolle für seinen heutigen Status – teilweise wird gar von „Heiligwerdung“⁵⁸⁴ gesprochen. Grund für diese Hochschätzung mag die Tatsache sein, dass er – auch in seinen Büchern – inhaltliches Expertentum mit einem gut verständlichen, teilweise provokanten, unterhaltenden Sprachstil kombiniert. „Der Politiker hat kein Recht auf eine Fachsprache, die andere ausschließt“⁵⁸⁵ – diesem Diktum ist Schmidt treu, er verpackt politische Innensicht und Altersweisheit in überschaubare Formulierungen. Eine solche Verwendung von Sprache ist schon für den Politiker als Mandatsträger wichtig, für den Autor ist sie aber die Daseinsberechtigung. Schmidts Autorschaft erfährt eine breitere

⁵⁸⁰ Walter (2009), S. 145

⁵⁸¹ Pörksen, U. (2004), S. 58

⁵⁸² Neukirch (2013), S. 28

⁵⁸³ vgl. ebd., S. 30 f.

⁵⁸⁴ ebd., S. 30

⁵⁸⁵ Eppler (2003), S. 14

Zustimmung als seine Kanzlerschaft, zumindest an ihrem Ende. Sein **Erfolg** in der öffentlichen Meinung gibt ihm als Publizist recht.

Auch in Jospins Fall hat sich die öffentliche Wahrnehmung seiner Person durchaus gewandelt. 2002 riskierten die französischen Wähler mit der Protestwahl Le Pens die demokratische Verfasstheit des Landes, um den Premierminister am Wahltag abzustrafen. Sein Buch hingegen wurde drei Jahre später ein Erfolg: Gallimard verkaufte über 58.600 Exemplare.⁵⁸⁶ Auch hier ist der Erfolg des Politikers als Autor um einiges größer als der in seiner Rolle als Mandatsträger.

Es ist also festzuhalten, dass für die **Wahrnehmung eines Wegweiserbuchautors seine letzte Phase als Politiker nicht mehr von großer Bedeutung** ist – ganz im Gegensatz zum Rechtfertigungsbuchautor, dessen Publikationslegitimation ja gerade in dieser Amtszeit begründet liegt. Beide Autorentypen machen ihre Abwesenheit vom politischen Parkett zur Tugend. Ihre Strategie ist das Postulat der Zeitzeugenschaft, sie rufen den Begründungstopos „Wissen verpflichtet zur Mitteilung“⁵⁸⁷ auf.

Schmidts Buch ist nüchtern mit *Bilanz* überschrieben, auch der aus der Verwaltungsmaschinerie entlehene Worttitel *Außer Dienst* legt den Fokus auf einen **sachorientierten Rückblick auf eine politische Karriere** – und vor allem auf Beobachtungen aus den 25 Jahren, die ihr folgten. Schmidt spielt bereits in der Vorrede lakonisch auf sein Alter an.

*Gegen Ende meines Lebens wollte ich einmal aufschreiben, was ich glaube, im Laufe der Jahrzehnte politisch gelernt zu haben. Denn vielleicht könnte doch einer von den Jüngeren daraus einen Nutzen ziehen. Die meisten meiner Weggefährten haben schon endgültig ihre Adresse gewechselt [...].*⁵⁸⁸

Dieses Verkaufsargument – im Sinne der eventuell vorliegenden Ausgabe letzter Hand – verwendet er nicht nur hier: Sein 2013 erschienenes Werk über die neue Weltmacht China betitelt er mit *Ein letzter Besuch* (Siedler, München 2013). Auch der gemeinsam mit Fritz Stern erarbeitete Gesprächsband *Unser Jahrhundert* (C.H. Beck, München 2010) wirbt mit der Augenzeugenschaft Schmidts die deutsche Politik des 20. Jahrhunderts betreffend, die unter Autoren in diesem Umfang selten ist und in Zusammenhang mit seinem hohen Alter

⁵⁸⁶ vgl. Internaute (2010 a)

⁵⁸⁷ Plett (2001), S. 16

⁵⁸⁸ Schmidt (2008), S. 7

steht. 2015 setzt Schmidt diese Strategie der potenziellen **Verknappung von Wissen aus erster Hand** fort; eines seiner jüngsten Bücher trägt den Titel *Was ich noch sagen wollte* (C.H.Beck, München 2015).

Jospin bedient sich ebenfalls dieses Paradigmas; allerdings spielt er nicht auf seinen bevorstehenden Tod an – dafür ist er zu jung –, sondern preist seine Distanz zum politischen System. So ist dem Klappentext von *Le monde comme je le vois* zu entnehmen: „Mais je suis peut-être à la bonne distance pour faire entendre la libre réflexion d'un homme qui, n'ayant pas oublié l'exercice des responsabilités ni la difficulté de gouverner, aspire toujours à changer l'ordre des choses.“⁵⁸⁹ Das „peut-être“ muss als Element des **Bescheidenheitstopos** angesehen werden, insgesamt ist aber deutlich die Legitimierung seiner Publikation über das Zusammenspiel aus seiner Erfahrung mit Regierungsverantwortung und seinem klaren Blick aus der Distanz zu erkennen.

Beide Autoren beziehen ihre Legitimation aus dem *Vécu*⁵⁹⁰ heraus: Aufgrund ihrer Erfahrung und ihres Alters können sie für nahezu jede Problemstellung Verbindungen zu bereits Erlebtem herstellen und so fundierte Ratschläge geben. Das *Vécu*, der Verweis auf das selbst Erlebte, ist ein besonderes Merkmal von Wegweiserbüchern. Natürlich können auch Autoren von Wahlkampf-, Rechtfertigungs- und Bilanzbüchern auf einen politischen Erfahrungsschatz aus ihrer Rolle als Mandatsträger zurückgreifen, diese Komponente dominiert jedoch nicht ihre Publikationen und ihr Image. Wegweiserbuchautoren hingegen positionieren sich als Ratgeber, die politische Herausforderungen von der Warte des Wissenden, aber mit Abstand Betrachtenden beurteilen, dies ist das Ziel ihrer Publikationsstrategie. So verwundert es nicht, dass Schmidts Buch ein Kapitel mit der Überschrift *Aus persönlichen Erfahrungen lernen* enthält. Wegweiserbuchautoren inszenieren sich als Wissenshort für nahezu alle Sachbereiche. Deshalb ist es im Folgenden gewinnbringend, die Aufnahme bestimmter Motive im deutsch-französischen Vergleich zu analysieren.

Besonders interessant in diesem bilateralen Vergleich ist die **Aufnahme des Themenfelds Religion** bei Schmidt und Jospin. Beide Autoren widmen dem Komplex ein ganzes Kapitel ihrer Veröffentlichung, was erstaunlich ist und womit sie unter den untersuchten Autoren eine Ausnahme bilden. Oben wurde bereits auf das unterschiedliche Verhältnis von Kirche/Religion und Staat in Deutschland und Frankreich eingegangen: In beiden Ländern

⁵⁸⁹ Jospin (2005), Klappentext

⁵⁹⁰ vgl. Bart (1998), S. 82

sind Kirche und Staat getrennt, in Deutschland ist jedoch nach wie vor eine gesellschaftliche Präsenz der Institution Kirche in bedeutenden Bereichen des öffentlichen Lebens wie dem Bildungswesen zu erkennen, die der streng laizistischen Republik Frankreich fremd ist (siehe dazu Kapitel II.1.2).

Jospin macht das Feld zum Thema seines Eröffnungskapitels – dies ist für ein französisches Politikerbuch ungewöhnlich, da ihm so ein großes Gewicht zukommt. Schmidt hingegen stellt das Kapitel ans Ende seines Buchs, es bildet eine Art Anhang nach der Abhandlung politischer, gesellschaftlicher und historischer Fragestellungen. Schmidt sieht in der Religion und vor allem in ihren institutionellen Vertretern durchaus keine unfehlbaren Einrichtungen, sondern stellt vielmehr die Frage nach dem Vorhandensein einer christlichen Prägung Deutschlands und leitet Wegweisungen für den Umgang mit anderen Religionen und die Definition einer politischen Ethik ab. Versetzt werden diese Gedanken mit dem Zitat von sowohl religiösen als auch politischen Autoritäten, mit denen Schmidt als aktiver Politiker zu tun hatte. Der Grundtenor seiner Ausführungen, vor allem zum Thema des institutionalisierten Glaubens und seiner Vertreter, ist jedoch distanziert. Legitimiert wird diese Haltung erneut durch das *Vécu*, indem Schmidt sich als Politiker von Weltrang, der immer wieder mit religiös motivierten Konflikten zu tun hatte, inszeniert.

Auch Jospins Ausführungen zu diesem Thema bleiben keineswegs im Ungefähren, im spirituellen Geleit verhaftet, sondern beinhalten Statements von großer politischer Brisanz. So hält er unter anderem seine Sicht auf die Bekämpfung von religiös motiviertem Terrorismus fest, der sicherlich nicht von allen Lesern unbesehen geteilt wird: „[...] aussi nécessaire soit-elle, [elle] n'est pas l'enjeu le plus important de la vie internationale.“⁵⁹¹ Von einem europäischen Staatschef geäußert, könnte diese moderate Einschätzung der Bedeutung der Anti-Terror-Politik als Kritik an der Außenpolitik der Vereinigten Staaten, als Absage an einen möglichen Bündnisfall innerhalb der NATO oder auch als Eingeständnis der überbordenden Probleme im eigenen Land angesehen werden. Gebrochen durch das Prisma des Wegweisers wird das Statement zwar vielleicht kontrovers diskutiert, sicher aber nicht als Nachricht mit staatspolitischem Hintergrund angesehen, sondern als Hinweis auf ein eventuelles Ungleichgewicht im Umgang mit welt- und nationalpolitischen Problemstellungen. Hier kommt allerdings der eklatante Nachteil des Mediums Buch im Vergleich zu anderen medialen Kanälen zum Vorschein: durch seine nicht-periodische Erscheinungsweise kann das Buch immer nur auf die aktuellen Umstände zum Zeitpunkt der Publikation eingehen. 2005, als Jospins Buch veröffentlicht wurde, war der internationale

⁵⁹¹ Jospin (2005), S. 22

Terrorismus ein amerikanisches, afrikanisches, asiatisches Problem, in Frankreich und Europa auf jeden Fall weniger präsent als in anderen Ländern und Erdteilen. Es ist fraglich, ob Jospin den gleichen Satz auch nach den Terror-Anschlägen auf die Redaktion der Satirezeitschrift *Charlie Hebdo* im Januar 2015 so formuliert hätte.

Jospin geht in seinem Kapitel zu Religion und Spiritualität nicht nur auf die auch in Frankreich omnipräsente Thematik des Islams ein, der sich ein aktiver Politiker wohl aufgrund der stärkeren Medienpräsenz vorrangig widmen würde, sondern spricht auch über Christentum und Judentum – als Wegweiserbuchautor kontextualisiert er Sachverhalte und schlägt gedankliche Brücken. Darüber hinaus verhandelt er im gleichen Kapitel ideologische Strömungen wie den Faschismus, den Kommunismus, den Liberalismus und zieht Schlüsse aus ihrer Umsetzung in der Weltgeschichte. Wichtigster Abschnitt ist jedoch die Betrachtung des **französischen Laizismus** und der Bedeutung von **Demokratie und Republik**. Der Aufnahme dieser beiden Schlagworte durch Jospin muss besondere Aufmerksamkeit zugemessen werden; durch seinen Wahlverlust gegen einen anti-demokratisch geprägten Gegner sind ihm die Gefahren für diese Staatsordnung besonders präsent sein. So betont er: „La république dépend de citoyens instruits et actifs.“⁵⁹² Diese leise Kritik an lepenistischen Wählern verweist auf die Tatsache, dass nicht nur Missmanagement in der Politik, sondern auch eine gewisse Unbedarftheit der Wählerschaft zum Wahlerdbeben 2002 geführt hatte. In der Demokratie ist das Volk Souverän, ist mit zahlreichen Rechten und Partizipationsmöglichkeiten ausgestattet – und diese im Grundsatz positive Anlage kann bei schlecht informierten Wählern sehr negative Auswirkungen haben. Um die Bedeutung der Demokratie darzulegen, geht Jospin auf ihre historische Herkunft ein: „Démocratie et république: elles nous viennent de loin, des mondes grec et latin, mais elles ont pris des formes historiques modernes.“ Anschließend betont er die ganz französische Eigenheit bei der Interpretation des historisch gewachsenen Konstrukts: „La république, pour nous Français, évoque à la fois la prise en compte de l'intérêt général et l'attachement à l'unité nationale: on chante la république, elle ,nous appelle‘.“⁵⁹³ Oben wurde bereits die historische Entwicklung der Staatsform in Frankreich herausgearbeitet und ihre Bedeutung für das französische Selbstbild analysiert – mit ihr geht das Einheitsgefühl aller Franzosen einher. Die „unité nationale“ betont auch Jospin selbst in seinem Buch durchgehend durch die Verwendung des ‚nous‘, das teilweise die Menschheit an sich meint, meist aber die Franzosen zu einer Einheit mit dem Autor zusammenfasst, sie vereinnahmt. Bei Schmidt sind ähnliche Strategien zu

⁵⁹² Jospin (2005), S. 42

⁵⁹³ beide ebd., S. 41

identifizieren, jedoch fasst er sich selbst nicht mit ‚den Deutschen‘ zusammen, sondern positioniert sich vielmehr als **Bürger unter Bürgern**. Diese Attitüde begründet seinen Erfolg in Deutschland und geht mit einer Distanzierung von der politischen Klasse einher. Auch Jospin verwendet diese Taktik, auch er spricht als Außenstehender über die **Politiker als Berufsklasse**. So moniert er z. B. bezüglich der mangelnden Kommunikation zum Thema EU: „Les gouvernements n’informent pas suffisamment les citoyens sur les progrès, les problèmes et les projets de l’Union Européenne. [...] D’où les malentendus et les surprises.“⁵⁹⁴ Die Kritik an den politisch Verantwortlichen verbindet Jospin hier mit der Bedeutung der EU, also mit einem Thema, dessen Aufnahme durch den FN zum Wahldebakel 2002 beigetragen hatte. Der FN ist EU-kritisch, wenn ihm Bürger darin folgen, dann aufgrund mangelnder politischer Kommunikationsfähigkeit der demokratisch und europafreundlich orientierten Parteien, so Jospins Analyse. Er suggeriert damit eine Klarsicht, die ihn vom Rest der politischen Klasse unterscheidet und ihn zum Verfechter, vielleicht sogar Retter republikanischer Werte macht.

Besonders **scharfe Kritik am politischen Gegner** sucht man bei Jospin vergebens, allerdings bewertet er das Gebaren des PS kritisch. Ganz weiser, über Ideologien stehender Ratgeber, empfiehlt Jospin beiden großen französischen Parteien einen goldenen Mittelweg bei der Bewertung aktueller Fragestellungen und deckt beider in der Theorie verhaftete Denkfehler auf, so z. B. zum auch in Frankreich immer wieder heiß diskutierten Thema der inneren Sicherheit:

La droite tend à écarter les causes sociales de la délinquance. Jadis, elle stigmatisait les ‚classes dangereuses‘. [...] D’un autre côté, une partie de la gauche insiste tellement sur les causes sociales de l’insécurité qu’elle paraît atténuer la responsabilité des délinquants.⁵⁹⁵

In diesen Fehlern beider Volksparteien ist, so die Botschaft, ein Grund für die Wahlkatastrophe 2002 zu finden, für Jospins Scheitern. Hier, so sein Ratschlag aus dem *Vécu* heraus, müssen Reformen ansetzen.

Helmut Schmidt steht **außerhalb jeder politischen Institution**, so dass er sich erlauben kann, an etablierten Grundfesten des deutschen politischen Systems **Kritik zu üben**, so z. B.

⁵⁹⁴ Jospin (2005), S. 132

⁵⁹⁵ ebd., S. 246 f.

an der institutionellen Organisation. Er bescheinigt den Politikern aufgrund der dezentral geregelten Wahlen in den Ländern eine „[...] jedes Vierteljahr wiederkehrende politische Nervosität und Geschäftshuberei“⁵⁹⁶ und schlägt vor, das System nach amerikanischem Vorbild zu zentralisieren. Durch das aus dem Dialekt entlehnte Vokabular positioniert er sich als volksnah, scheinbar kann er die Kritik der Bürger an einem zu komplexen Institutionenapparat und Verwaltungsaufwand teilen. Während jeder diesen Beruf ausübende Politiker Wahlkämpfe als die Königsdisziplin des Mandatsträgers ansehen wird, stellt Schmidt lapidar fest: „Ich weiß, dass Wahlkämpfe unvermeidlich zur Demokratie gehören. Aber permanenten Wahlkampf halte ich für ein vermeidbares Übel.“⁵⁹⁷ Auch der Amtseid und die mit ihm einhergehende „zusätzliche Anrufung Gottes“ bezeichnet er als „zweifelhafte Einrichtung“⁵⁹⁸ – ein noch unter diesem Eid stehender aktiver Politiker käme in Glaubwürdigkeitsprobleme, würde er sich dementsprechend äußern.

Im **Umgang mit den politischen Parteien** und amtierenden Politikern ist bei Schmidt ein großer Unterschied zu anderen Polit-Autoren vorzufinden – vor allem auch im Vergleich zu Jospin, der kritische Äußerungen über Einzelpersonen/-institutionen des politischen Personals vermeidet. Schmidt hingegen nennt die von ihm kritisierten Personengruppen konkret, so beschreibt er die *Linke* provokant als „die ehemaligen Kommunisten und Klassenkampf-Ideologen“ und unterstellt ihr, sie würde „größte propagandistische Anstrengungen unternehmen, um naiven Wählern ihre vermeintlichen Patentlösungen vorzugaukeln.“⁵⁹⁹ Der Regierung Merkel bescheinigt Schmidt zum Thema Gesundheitsreform „einen erstaunlichen Mangel an ökonomischer Urteilskraft.“⁶⁰⁰ Ganz im Gegensatz zu diesen Urteilen (und auch zu Jospins Umgang mit dem PS) schweigt Schmidt jedoch, wenn es um die SPD geht. Die eigene politische Heimat wird bei ihm höchstens in historischen Zusammenhängen zitiert, jedoch nie deren aktuelle Lage etc. bewertet. Ausnahmen finden sich lediglich bestimmte Einzelpersonen betreffend, z. B. bezüglich Schröder und seiner Agenda 2010 oder der Haltung Riesters und Münteferings in Bezug auf das Thema Lebensarbeitszeit: In diesen Fällen verwendet Schmidt den **Topos des Zeitgenossenlobs**⁶⁰¹, jedoch klar auf die Person und nicht auf deren politische Heimat bezogen. Dies entspricht auch seiner Strategie im oben verhandelten Werk *Zug um Zug*: Schmidt lobt dort keineswegs Steinbrücks besondere

⁵⁹⁶ Schmidt (2008), S. 140

⁵⁹⁷ ebd., S. 141

⁵⁹⁸ beide ebd., S. 297

⁵⁹⁹ beide ebd., 237

⁶⁰⁰ ebd., S. 243

⁶⁰¹ vgl. Plett (2001), S. 16

Passung zur SPD, sondern den Politiker als Mensch mit seinen Eigenschaften und Fähigkeiten, die Steinbrück seiner Meinung nach als Kanzlerkandidaten empfehlen.

Während Kohl für sich reklamiert, sein erklärtes politisches Ziel sei es gewesen, „Schaden von den Unionsparteien abzuwenden und die Einheit der Union zu wahren“⁶⁰², und Stoiber gar betont: „Ich habe die CSU gelebt“⁶⁰³, so ist bei Schmidt von der SPD keine Rede. Giovanni di Lorenzo stellt fest: „[...] von allen Themen, über er schreiben soll, ist ihm dieses am unangenehmsten. Wenn überhaupt, dann äußert er sich kritisch über die Partei.“⁶⁰⁴ Dies ist Schmidt nur aufgrund des großen Abstands zur Tagespolitik möglich und mag in der fehlenden Unterstützung am Ende seiner Kanzlerschaft begründet liegen. Für aktive Spitzenpolitiker wurde oben bereits herausgearbeitet, „dass sie in besonderer Weise eine Passung zwischen Organisation und Person verkörpern müssen, wenn sie und ihre Parteien erfolgreich sein wollen.“⁶⁰⁵ Schmidt steht jedoch über diesen Erfordernissen der deutschen Parteiendemokratie.

Neben diesem ungewöhnlichen Schweigen zur eigenen Partei weisen Schmidts Bücher ein weiteres Distinktionsmerkmal auf, nämlich einen **ungewöhnlichen Sprachstil**, auf den im Folgenden kurz eingegangen werden muss. Politautoren bedienen sich für gewöhnlich einer ihrem (früheren) Amt als Politiker angemessenen Sprachebene; sie verwenden wo möglich Fachbegriffe, nutzen prägnante Sätze und orientieren sich an einem guten schriftsprachlichen Stil, entsprechen also dem mit dem Amt verbundenen *Aptum*. Diese Einschätzung gilt auch für Stoibers und Jospins Veröffentlichungen des Genres Wegweiserbuch. Eine Abweichung davon kann also nicht als Motiv des Genres, sondern im Gegenteil als Besonderheit des Autors angesehen werden.

Helmut Schmidt bricht ganz bewusst mit dem *Aptum*, er verwendet in *Außer Dienst* zuweilen eine weitaus deutlichere Sprache als andere, v. a. deutsche, Politautoren. Teilweise mag das von seiner Rolle als *Grandseigneur* der deutschen Politik herrühren, der den Wandel „vom Politiker zum publizistischen Autor“⁶⁰⁶ vollzogen hat. Diese Diagnose träfe jedoch auch auf die anderen Autoren des Genres Wegweiserbuch zu. Keiner von ihnen bedient sich hingegen einer so direkten und teilweise brüskierenden Terminologie. So urteilt Schmidt z. B. über die Kultusministerkonferenz (KMK):

⁶⁰² Kohl (2004), S. 532

⁶⁰³ Stoiber (2012), S. 159

⁶⁰⁴ Lorenzo, zit. nach Pörksen, B./Krischke (2013), S. 219 f.

⁶⁰⁵ Weßels (2009), S. 358

⁶⁰⁶ Schmidt (2008), S. 8

*Ihre Leistungsfähigkeit ist am besten an dem Rechtschreibungswirrwarr zu erkennen, den sie zum allgemeinen Ärger angerichtet haben. Trotzdem haben sich die Regierungschefs der Länder bisher nicht zur Abschaffung dieser dicht am Rande der Legalität funktionierenden Behörde entschließen mögen.*⁶⁰⁷

Nicht nur der Neologismus des „Rechtschreibungswirrwarrs“, auch der ironische Unterton und vor allem die Absprache der Legalität einer Institution, durch die Schmidt sich gleichsam als Richter geriert, überraschen im Kontext des Politikerbuchs. Schmidts hohes Alter geht nicht mit Milde einher, über solche Formulierungen positioniert er sich als wachen Beobachter, der Missstände offen anspricht – die fehlende Wahrung des *Aptums*, die vom Rezipienten durchaus wahrgenommen wird, erhöht den Unterhaltungswert seines Buchs und begründet unter anderem seinen Status als Bestsellerautor.

Aber nicht nur aktuelle Strukturen bewertet Schmidt kritisch, auch seine Interpretation von Geschichte wird lapidar formuliert als in Politikerbüchern üblich. Er nennt Alfred von Tirpitz und Wilhelm II „leicht megalomane[n] Antreiber“⁶⁰⁸ und **pointiert** dramatische historische Ereignisse ironisch: „[...] Schah Reza Pahlevi saß noch auf seinem Thron, aber der Umsturz war absehbar und Ayatollah Khomeini im Anmarsch [...]“⁶⁰⁹ Eine solch saloppe Ausdrucksweise ist der elaborierten Sprache Jospins und dem teilweise bürokratischen Stil Stoibers ganz entgegengesetzt und Teil dessen, was die Popularität Schmidts in Deutschland ausmacht. Seine **Direktheit** generiert Sympathien, gepaart mit großer inhaltlicher Sachkenntnis ist sie sein Rezept für gelungene politische Kommunikation, die auch durchschnittlich an Politik interessierten Wählern zugänglich ist.

Schmidt lässt das *Aptum* jedoch nicht nur in Bezug auf Institutionen außer Acht. Ganz entgegen diplomatischen Gepflogenheiten weicht er auch bei der Beschreibung bedeutender Weggefährten ins Glossenhafte ab; so attestiert Schmidt Leonid Breschnew „nicht unsympathisch, aber von begrenztem Horizont“⁶¹⁰ gewesen zu sein. Hier kommt ein weiterer Grund für Schmidts Popularität als Autor zum Tragen, nämlich seine Inszenierung als unangepasster Publizist, der kein Blatt vor den Mund nimmt und auch große Persönlichkeiten seiner Einschätzung gemäß und nicht dem allgemeinen Konsens entsprechend darstellt.

Thilo Sarrazin, der wohl umstrittenste Politautor der letzten Jahre, betont zur Problematik des Stils politischer Bücher:

⁶⁰⁷ Schmidt (2008), S. 41

⁶⁰⁸ ebd., S. 91

⁶⁰⁹ ebd., S. 264

⁶¹⁰ ebd., S. 66

Es gibt die Ebene der Erkenntnis und die der Kommunikation. Auf der Ebene der Erkenntnis entwickelt man Thesen, prüft sie an der Wirklichkeit, relativiert sie oder behält sie. So findet Fortschritt statt. Auf der Ebene der Kommunikation geht es darum, dass die eigenen Aussagen auch bei den Leuten ankommen. Und eben deshalb braucht man eine bildhafte Sprache und anschauliche Aperçus.⁶¹¹

Und bereits 1999 formulierte Bernd M. Michael zur Situation der politischen Kommunikation in Deutschland: „Mittlerweile sind die Sätze der Journalisten [...] griffiger als die der Politiker. [...] Das Vokabular der Politiker muss ersetzt werden durch das Vokabular geschulter Kommunikatoren.“⁶¹² Schmidts Bücher sind als Antwort auf solche Diagnosen zu verstehen. Er bedient sich eines selbst erarbeiteten, sehr differenzierten und teilweise unkonventionellen Wortschatzes, der seine Leser erreichen soll, ohne vorher durch Gatekeeper wie Journalisten aufbereitet werden zu müssen. Schmidts Bücher sind von allen untersuchten Werken am meisten dazu geeignet, das oben bereits angesprochene Vermittlungsproblem von Politik zu lösen, indem er auf große Sachkenntnis und ihre unterhaltsame, eingängige Verpackung setzt. Sein Status auf den Bestsellerlisten gibt ihm recht – Schmidts Bücher erreichen Käufer, Leser und Wähler.

Schließlich muss als ein konstitutives Merkmal von Wegweiserbüchern festgehalten werden, dass in ihnen ein offenerer **Umgang der Autoren mit den eigenen Fehlern** vorherrscht als in jedem anderen Genre (mit Ausnahme der Neupositionierungsbücher, deren Grundlage ja die Aufarbeitung eigener Fehler der Autoren ist). Dies ist, betrachtet man den Produktlebenszyklus der schreibenden Politiker, nicht verwunderlich: Wahlkämpfer würden sich durch die Thematisierung eigener Fehler disqualifizieren, Rechtfertigungsbuchautoren ihre eigene Amtszeit in Frage stellen, und auch Bilanzbuchautoren möchten die Deutungshoheit über ihr Leben durch ihre autobiografisch gefärbte Publikation wahren – die Thematisierung eigener Fehler muss hier dem Anlass der Veröffentlichung zuwider laufen. Es ist jedoch belegt, dass der offene Umgang mit eigenen Unzulänglichkeiten und Fehleinschätzungen einen großen Beitrag zur Glaubwürdigkeit des politischen Personals beitragen würde. Diesen Trumpf spielen auch Jospin und Schmidt aus, die nicht mehr für ein Amt kandidieren werden, und die der charmante und offene Umgang mit eigenen Fehlern nur

⁶¹¹ Sarrazin, zit. nach Pörksen, B./Krischke (2013), S. 275

⁶¹² Freese/Vorholz/Michael (1999)

sympathischer und authentischer als Publizisten wirken lässt. Jospin versieht seine eigene Politik in der Rückschau nicht mit einem Glorienschein, so z. B. zum Thema staatlicher Sozialleistungen: „Certes, de 1997 à 2002, la baisse du nombre des assistés a été moins rapide que nous ne l’espérions en raison du temps qu’il faut aux personnes exclus pour se resocialiser et, sans doute, de la vigueur insuffisante de notre politique.“⁶¹³ Makel der eigenen Politik werden zugegeben, dabei aber auch mit positiven Entwicklungen in Relation gesetzt. Helmut Schmidt widmet der der Aufarbeitung eigener **Fehler** ein ganzes Unterkapitel – sicherlich darf diese Taktik aber nicht als Abbitteleisten, sondern als Teil einer Inszenierung des Publizisten Schmidt angesehen werden, der sich nicht nur von der Politik, sondern auch von seiner eigenen Rolle als Mandatsträger distanziert. Diese Strategie basiert auf der Annahme, dass „Fehler verkäuflich sind“⁶¹⁴ – dass sie also eine Möglichkeit zur Wertsteigerung einer Persönlichkeit bieten. Sie einzugestehen zeugt von geistiger Weiterentwicklung, Selbstkritik und lösungsorientiertem Denken; darüber hinaus schaden kleine Schuldeingeständnisse einem Wegweiserbuchautor nicht (mehr), sondern machen seine übrigen Thesen glaubwürdig und lassen ihn authentisch erscheinen. Schmidt bringt ohne Not – schließlich besitzt er ja die Deutungshoheit über die von ihm dargelegten Sachverhalte – ausführlich seine von ihm so deklarierten Fehler aufs Tableau und schließt das entsprechende Kapitel mit dem Satz: „So war es mit sämtlichen der hier dargelegten Irrtümer, Fehler und Versäumnisse: Keinen [sic] konnte ich korrigieren. Einige waren wenigstens so lehrreich, daß ich sie nicht wiederholt habe.“⁶¹⁵ Dieser demonstrativ uneitle Umgang mit eigenen Fehlern ist – von einer charakterlichen Veranlagung kann diese Analyse nicht sprechen – mit der langen Karenzzeit zwischen seinem Austritt aus dem aktiven Politikerleben und dem Erscheinen von *Außer Dienst* zu erklären. Das Eingeständnis von Fehlern, die mehr als 25 Jahre zurückliegen, schadet dem Wegweiserbuchautor nicht, und ist ein Sympathie generierendes Element des **Bescheidenheitstopos**.

Abschließend muss zu diesem Kapitel auf die in den Publikationen ausgedrückte Einschätzung des Mediums Buch eingegangen werden. Beide Autoren könnten auch andere Medien wählen, um mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten, das Interesse an ihren Personen ist groß genug, um ihnen jede mediale Plattform zugänglich zu machen. Dass Jospin für seine Wegweisungen das Medium Buch wählt, liegt in seinem Bild der anderen Medien im Zusammenhang mit politischer Kommunikation begründet. Er verweist auf die Problematik

⁶¹³ Jospin (2005), S. 171

⁶¹⁴ Freese/Vorholz/Michael (1999)

⁶¹⁵ Schmidt (2008), S. 160

diverser medialer Ausgabekanäle, die den Themenkomplex der Politik ihren Notwendigkeiten unterwerfen und damit der Inszenierung und Desinformation Vorschub leisten:

*La place du politique dans les médias – réduite à la portion congrue – est un des symptômes de son effacement. La sphère médiatique aurait-elle l'ambition de remplacer la politique? Les émissions politiques sont devenues rares et sont encombrées d'une dramaturgie qui les complique et les étouffe au lieu de les rendre simplement plus vivantes. Elles sont moins un antidote à la dépolitisation qu'un alibi.*⁶¹⁶

Diese kritische Einschätzung gilt unter anderem auch für das oben als Referenzmedium herangezogene Beispiel der Talkshow und mag ein Hauptgrund für seine Betätigung als Publizist sein.

Während Jospin andere mediale Kanäle für ihre Platzierung und Aufbereitung politischer Formate kritisiert, reflektiert Schmidt in seinem Text die Möglichkeit politischer Kommunikation durch das Medium Buch. Er sieht es in der Gegenwart als von Fernsehen und Internet in den Hintergrund gedrängten Kommunikationskanal an: „Zu Zeiten von Jefferson oder Disraeli oder Bismarck“⁶¹⁷ sei es neben periodisch erscheinenden Medien noch ein gleichgestelltes Medium gewesen. Schmidt legt die wirtschaftliche Notwendigkeit der Verlage dar, **Infotainment** zu betreiben und bekennt sich selbst schuldig im Sinne dieser Anklage: Seine Beiträge zu *Auf eine Zigarette mit Helmut Schmidt* (Kiepenheuer und Witsch, Köln 2009) seien diesem Trend geschuldet.⁶¹⁸ Die Interviews mit *Zeit*-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo, veröffentlicht bei Kiepenheuer und Witsch, wurden zu einem beachtlichen Erfolg: 82 Wochen war der Titel (HC) ununterbrochen auf der *Spiegel*-Bestsellerliste zu finden.⁶¹⁹ Daran schließt sich ein einzigartiges Phänomen an: Auf die Veröffentlichung des genannten Bandes folgt eine Abwandlung mit Schmidts Frau, *Auf einen Kaffee mit Loki Schmidt* (Hoffmann und Campe, Hamburg 2010), die ebenfalls sehr erfolgreich ist. Wie oben im Vergleich zu Bettina Wulff bereits festgehalten, liegt Loki Schmidts Autorschaft auch in ihrer eigenen Person begründet – natürlich tragen aber der bekannte Name und, in diesem Fall, das bereits vom Ehemann erfolgreich eingeführte Buchkonzept trägt zum guten Abverkauf der Publikation bei.

⁶¹⁶ Jospin (2005), S. 230

⁶¹⁷ Schmidt (2008), S. 124

⁶¹⁸ vgl. ebd., S. 125

⁶¹⁹ vgl. Buchreport Bestsellerarchiv (2010)

Der große Erfolg Helmut Schmidts als Autor lässt sich darauf zurückführen, dass er in seiner **Selbstdarstellung** den Spagat zwischen seiner prestigeträchtigen Position als Bundeskanzler a. D. und seinem aktuellen Status als interessierter, das politische Geschehen beobachtender und kommentierender Bürger schafft. Schmidt erzählt nicht nur von seinem aktiven Politikerleben, sondern auch von den 25 Jahren danach als Privatmann. Dies ist in dieser Intensität bei den anderen Autoren nicht vorzufinden. Schmidt weist aus diesem Grund auch dezidiert darauf hin, wenn er ein Ereignis nicht auf der höchsten Ebene der Macht selbst miterlebt, sondern nur von fern, sozusagen als Bürger unter Bürgern, beobachtet hat (z. B. Helmut Kohls Handeln im Vorfeld der deutschen Einheit). Diese Abstufung zwischen Augenzeugenbericht und der Einschätzung eines bewanderten bürgerlichen Beobachters verleiht seinem Text an den Stellen Authentizität und Glaubwürdigkeit, an denen er tatsächlich aus einer besonderen Innensicht heraus erzählt. Der oben bereits definierte, besonders publikumsnahe Stil Schmidts rundet den Trivialmythos des mit besonderen Einsichten und Spezialwissen ausgestatteten Mannes aus dem Volk ab. Le Bart weist darauf hin, dass der Wert von Politikerbüchern „est censée résulter de l’originalité du regard qu’ils portent sur la vie politique: non par le regard aguerri du politicien professionnel, mais le regard naïf du citoyen situé, égaré de bonne foi dans un monde très différent de la société civile dont ils se veulent les représentants.“⁶²⁰ Diese Sorte von Politikerbüchern ist wieder über die „légitimation par le ‚vécu‘“⁶²¹ definieren, die Schmidt in großem Maße für sich in Anspruch nehmen kann.

Als Fazit zu diesem Kapitel ist festzuhalten, dass nicht das Genre und auch nicht die Leistungen des Politikers als Mandatsträger, sondern **das Gewicht des Autors als Publizist** über den Erfolg eines Buchs im Verkauf entscheiden. Es ist erkennbar, dass Politautoren, die die aktive Politik hinter sich gelassen haben, in der öffentlichen Meinung mit großem Wissen und Überparteilichkeit konnotiert sind. So ist es solchen Autoren leichter, ein großes Publikum anzusprechen. Sie werden mehr als Repräsentanten einer nicht genauer definierten Elite angesehen denn als Berufspolitiker, viele Rezipienten sind seit Jahrzehnten mit Informationen zu ihnen versorgt worden und identifizieren sich zu einem gewissen Grad mit ihnen. Ihr meist fortgeschrittenes Alter tut ein Übriges, um diesen Autoren Glaubwürdigkeit zu verleihen. Schmidt und Jospin setzen auf die Wirkabsicht des *Monere*, des nahezu didaktischen Auseinandersetzens und Belehrens der Rezipientenschaft. Sie wollen –

⁶²⁰ Bart (1998), S. 82

⁶²¹ ebd.

zumindest vordergründig – niemanden mehr von ihrer eigenen Eignung für ein bestimmtes Amt überzeugen, sondern Inhalte transportieren, auf Fehlentwicklungen von weitreichenden Konsequenzen aufmerksam machen, Parallelen zur Geschichte ziehen. Der Verkaufserfolg ihrer Bücher zeigt, dass diese Strategie politischer Kommunikation aufgeht.

IV.3.2 Edmund Stoibers *Weil die Welt sich ändert* (2012) – ein Leitfaden aus bayerischer Perspektive

Edmund Stoiber spielt unter den untersuchten Politikern eine Sonderrolle, da er zwar als Kanzlerkandidat ein auf nationaler Ebene angesiedeltes Amt anstrebte, jedoch als CSU-Parteichef nicht nur als Person, sondern auch politisch stark **in einem einzelnen Bundesland verwurzelt** war. Die regionale Verortung ist der Kern seiner Publikation; ohne sie würde ihr ein Alleinstellungsmerkmal fehlen. Jedoch schlägt sie sich auch im Verkaufserfolg negativ nieder: Stoibers Titel hielt sich nur zwei Wochen auf der *Buchreport*-Bestsellerliste⁶²², es ist davon auszugehen, dass seine Leser und vor allem Käufer hauptsächlich in Bayern zu finden waren, was für einen Bestsellerstatus auf Bundesebene nicht ausreicht. Ganz im Gegensatz dazu war das mediale Interesse an Stoibers Publikation jedoch bundesweit groß. Seine Veröffentlichung *Weil die Welt sich ändert* fand schon bei ihrer feierlichen Vorstellung im September 2012 ein großes mediales Echo: Der Autor und sein Verlag hatten Bundeskanzlerin Angela Merkel für die Teilnahme an der Veranstaltung gewonnen⁶²³ – durch diese prominente Unterstützung war dem Buch weitere Aufmerksamkeit sicher, der *Politics*-Aspekt wurde prominent platziert.

Stoibers Buchveröffentlichung dient neben *Zug um Zug* als herausragendes Beispiel für die These, dass Bücher weiterer Inszenierungsanlass für Politiker sind. Vordergründig veröffentlicht Stoiber mit dem Ziel, allgemeingültige Handreichungen für gelungene Politik, Gesellschaft und Wirtschaft nach bayerischem Vorbild zu geben – bei ihm besteht das *Vécu* darin, die Erfolge des eigenen Bundeslandes als Referenz und Legitimation für seine Veröffentlichung zu nutzen. Darüber hinaus handelt es sich aber klar um die publizistische Neupositionierung Stoibers, nachdem seine letzte Veröffentlichung bereits Jahre zurücklag: Zehn Jahre zuvor publizierte er zusammen mit Friedrich Kabermann das Buch *Das Maß der Dinge. Von der Kunst, das politisch Notwendige zu tun* (Droemer, München 2002). Seine erneute Autorschaft im Jahr 2012 trägt die Selbstrechtfertigung bereits im Titel: *Weil die Welt sich ändert* sieht der Autor den Zeitpunkt für gekommen, eine neue Veröffentlichung mit

⁶²² vgl. Buchreport Bestsellerarchiv (2012)

⁶²³ vgl. Meiritz (2012)

aktuellen Bezugnahmen und Perspektiven für die Zukunft zu verfassen. Stoiber erwähnt bereits im Vorwort seine dreißigjährige politische Laufbahn, die als Legitimation für seinen Ratgeberstatus dient, und erläutert:

*Wenn man sein Leben so sehr der Politik gewidmet hat, bleibt man ein politischer Mensch, auch wenn man keine aktiven Ämter mehr ausübt. Ein gewisser Abstand kann den Blick manchmal auch schärfen. [...] Vielleicht können die Außenansichten eines politischen Insiders einen Beitrag leisten, politisches Bewusstsein zu schärfen und Denkanstöße zu geben.*⁶²⁴

Diese Formulierung der Daseinsberechtigung seines Buches entspricht dem, was auch Jospin und Schmidt zu diesem Thema schreiben – der Einbau der Einschränkung „vielleicht“ findet sich ebenso bei Jospin und wurde dort bereits als Tribut an den Bescheidenheitstopos entlarvt. Stoibers Buch trägt den doppelten Untertitel *Politik aus Leidenschaft – Erfahrungen und Perspektiven*. Diese Formulierung soll den Brückenschlag zwischen Emotion, Expertentum aus dem *Vécu* und Zukunftsvisionen verdeutlichen, den Stoiber in seiner Rolle als Autor verspricht. Das Buch vereint biografische Elemente mit sachlichen Analysen und Wegweisungen für unterschiedliche Zielgruppen. Besonders wichtig für Stoiber ist es, sich in der Publikation als heimatverbundenen Bayern zu verorten. Nur so kann die anvisierte Wegweisung aus **regionaler Perspektive** glaubwürdig gelingen. Diese Positionierung, das **Postulat** der großen **Affinität zu seiner bayerischen Heimat**, ist als Aufhänger des Buchs festzumachen. Mit der Betonung dieser Neigung liegt der Autor aktuell im Trend auch junger Menschen. Lutz Meyer, Werbechef der CDU im Bundestagswahlkampf 2013, erklärte in einem *Spiegel*-Interview: „Heimat war ja über viele Jahre als Heimeligkeit und Spießigkeit verschrien. Komischerweise haben aber heute auch die kreativen jungen Menschen vom Prenzlauer Berg ein ganz ausgeprägtes Heimatgefühl.“⁶²⁵ Eine ähnliche Positionierungsstrategie findet sich z. B. auch bei Helmut Kohl, er stellte sowohl während seiner politischen Laufbahn als auch in seinen Memoiren eine starke Heimatverbundenheit mit dem Pfälzischen immer in den Vordergrund: „In Ludwigshafen bin ich aufgewachsen, in der Pfalz habe ich meine ersten Schritte getan und meine elementaren Erfahrungen gesammelt; dort werde ich begraben liegen. Aus dieser Liebe zur Heimat habe ich viel von

⁶²⁴ Stoiber (2012), S. 10

⁶²⁵ Spiegel-Redaktion (2013 a), S. 56

meiner Kraft geschöpft [...]. Regionales Bewusstsein ist nicht provinziell.⁶²⁶ Für das traditionsreiche Bundesland Bayern scheint die These der **Sypathiegewinnung über regionale Assoziationen** nur umso mehr zu gelten. Diese Tatsache nutzt Stoiber, der sich als überzeugter Vertreter Bayerns in der Welt geriert. So weist er in seinem Buch darauf hin, seine Wahl zum Ministerpräsidenten „traditionell mit den Gebirgsschützen bei mir zu Hause in Wolfratshausen“⁶²⁷ gefeiert zu haben, er verweist auf den *Münchener Merkur* als seine „Heimatzeitung“⁶²⁸ und auf seine „starke Verankerung in Bayern“ als „letztendlich eine[n] der ausschlaggebenden Faktoren für seinen Erfolg“⁶²⁹ (über den Sieg als stellvertretender Parteivorsitzender 1993). Diese Versatzstücke kombinieren Lokalpatriotismus mit der Demonstration besonderer Bodenständigkeit – Attribute, deren intendierte Wirkung auf die Leserschaft bereits in Bezug auf Frank-Walter Steinmeier verhandelt wurde. Für Stoiber ist Bayern die Idealvorlage eines Bundeslandes. „Der Rest der Republik mochte zuletzt träge geworden sein, nicht aber Stoiber, nicht aber Bayern.“⁶³⁰ Aus den bayerischen Erfolgen während seiner Amtszeiten schöpft er die Inhalte seines Buchs, die er, dem rationalen Wirkziel des *Monere* entsprechend, nahezu didaktisch aufbereitet, das Ethos legitimiert seine Autorschaft.

Der Autor baut sein Werk chronologisch an seiner Biografie angelehnt auf. Damit steht es dem themenorientierten Ansatz Schmidts und Jospins entgegen und räumt der Person des ehemaligen Mandatsträgers mehr Gewicht ein. Das Werk beginnt mit den Kindheitserinnerungen des als sehr heimatverwurzelt inszenierten Nachkriegskindes Edmund Stoiber. Wie auch in anderen Politikerpublikationen dient die Aufnahme von Kindheitserinnerungen der **Emotionalisierung** des Textes. Die Kapitelüberschriften sind aufgrund der biografischen Prägung emotionaler und darum für einen schnellen thematischen Zugriff weniger gut geeignet als bei Schmidt und Jospin. So folgt auf das Eröffnungskapitel *Herkunft und Aufbruch* ein Abschnitt unter der Überschrift *Überzeugungstäter*, der Stoibers tiefe Verwurzelung in der CSU bereits am Beginn seiner politischen Laufbahn thematisiert. Dies ist ein, wie schon bei Frank-Walter Steinmeier dargelegt, sinnvoller Schachzug zur Betonung gewachsener, stabiler Parteikonformität. Im Falle Stoibers ist sie konstituierender Bestandteil seines bayerischen Images, auch wenn er im Buch betont: „Bereits 1958 war ich der Jungen Union beigetreten, aber dies war anfangs nur eine formale Mitgliedschaft

⁶²⁶ Kohl (2004), S. 28

⁶²⁷ Stoiber (2012), S. 122

⁶²⁸ ebd., S. 18

⁶²⁹ ebd., S. 124

⁶³⁰ Walter (2009), S. 298

gewesen, sozusagen um meine Gesinnung zu demonstrieren.“⁶³¹ Mehr noch als für Vertreter anderer Parteien ist es für CSU-Politiker in Bayern notwendig und möglich, die absolute Kongruenz zwischen dem einzelnen Politiker und der Partei zu beschwören. Hier ist nicht nur eine Abgrenzung zu anderen politischen Strömungen, sondern auch zur bundesweit agierenden Schwesterpartei möglich, wodurch sich ein Sonderfall der Parteiidentifikation ergibt. Dass diese im Idealfall schon in frühester Jugend beginnt, stellt Stoiber exemplarisch dar. Standfestigkeit, Verlässlichkeit und Beständigkeit sind auch jene Charaktermerkmale, über der Autor Stoiber den ehemaligen Mandatsträger im Buch profiliert; demensprechend lautet die Wegweisung, die er Politikern aufgrund seiner eigenen Erfahrung als Wahlkämpfer gibt: „Das Vertrauen der Wähler ist wie ein scheues Reh, immer wieder von Neuem muss darum gerungen werden. Dazu gehört, sich an festen Grundsätzen, Prinzipien und Werten auszurichten, sich nicht zu sehr vom Gegenwind beeindruckt zu lassen und auf keinen Fall den Stimmungsbildern der Demoskopie hinterherzulaufen.“⁶³² Der Autor Stoiber präsentiert den früheren Mandatsträger Stoiber als **idealtypisches Beispiel** für einen solchen Politikstil.

Stoiber postuliert eine stets auf die Zukunft ausgerichtete Lebensweise; dies spiegelt sich unter anderem in den Kapitelüberschriften *Bewegte Jahre* und *Grundsätzlich nach vorn* wider. Es sind jene Kapitel, in denen er den Höhepunkt seines politischen Erfolges in Bayern schildert, sie nehmen die positiv besetzten Werte von Innovation und Fortschritt auf, die Politiker jeder Partei gerne für sich beanspruchen. Gerade bei dem oft als konservativ kritisierten Stoiber ist dieses Element der Positionierung im Buch notwendig.

Das Kapitel *Zwischen Bayern und Berlin* könnte inhaltlich auch einem Rechtfertigungsbuch entstammen und thematisiert unter anderem die Episode, die Stoiber bundesweit Kritik einbrachte, seinen Verzicht auf die Kandidatur für das Amt des EU-Kommissions-Präsidenten und vor allem seine Ablehnung des Amtes als Bundeswirtschaftsminister in der ersten Regierung von Angela Merkel 2005. Seine Wankelmütigkeit in diesen Angelegenheiten ist einer der externen Faktoren, die seine **Publikationsstrategie** beeinflussen, denn sie ist die in der öffentlichen Wahrnehmung präsenteste Abkehr von seinem stets als geradlinig und verlässlich dargestellten Charakter als Mandatsträger. Er muss sie im Buch thematisieren, erklären und ihre Bedeutung im Vergleich zu den Inhalten der übrigen Textteile relativieren, um seine Glaubwürdigkeit zu stärken.

⁶³¹ Stoiber (2012), S. 39

⁶³² ebd., S. 131

Die abschließenden Kapitel sind die eigentlich wegweisenden, perspektivisch angelegten Teile des Buchs. So ist eine Klammer im Aufbau zu erkennen: Zu Beginn wird Stoiber als Politiker bescheidener Herkunft charakterisiert, der sich über alle Stufen der politischen Verwaltung langsam hocharbeitet, auf dem Gipfel der Karriere bayerischer Ministerpräsident und Kanzlerkandidat ist und schließlich beobachtet, wie nach seinem Ausscheiden aus der aktiven bayerischen Politik seine Nachfolger mit seinem Erbe umgehen. Ähnlich wie Jospin und Schmidt lenkt er dabei den Fokus auf die *Zukunft der Demokratie* und gibt Handreichungen für ihren Fortbestand und ihre Weiterentwicklung – die Staatsform, der er als Mandatsträger seine Legitimation verdankte, wird als schützenswertes und potenziell gefährdetes Gut im Buch thematisiert. Anders als die bisher untersuchten Autoren des Genres bewegt sich Stoiber mit seinen Hinweisen zumeist innerhalb der Grenzen Europas, mit einem besonderen regionalen Schwerpunkt auf Bayern. Sein vor allem innenpolitisch geprägter Lebenslauf erklärt diese Fokussierung – der Autor folgt dem Profil des Mandatsträgers in dieser Hinsicht.

Stoibers **politischer Sturz** war ähnlich schmerzhaft wie im Fall Schmidts, da in beiden Fällen die eigene Partei am Ende der politischen Karriere beteiligt war. Edmund Stoiber war von 1993 bis 2007 bayerischer Ministerpräsident und über weite Strecken zeitgleich auch Vorsitzender der CSU. Der oben bereits angesprochene Verzicht auf ein Ministeramt in Merkels erster Regierung generierte so viel Kritik an Stoiber, dass er auch in Bayern angreifbar wurde. Nach der Klausurtagung der Partei in Wildbad Kreuth 2007 entschied sich schließlich, dass Stoiber seine Ämter abgeben und Günther Beckstein und Erwin Huber ihm als Ministerpräsident und Parteichef nachfolgen sollten. Dass der Rücktritt kein freiwilliger Akt Stoibers war, ist inzwischen allgemein bekannt. In seiner Publikation nimmt der Autor diesen von der eigenen Partei herbeigeführten Sturz auf, denn „Stoiber will nicht als Gescheiterter, Gestürzter, Geschasster in die Geschichte eingehen, sondern als ein „moderner Konservativer [...]“.⁶³³ Dafür ist es nötig, dass er seine eigene Sicht auf die Dinge darstellt – ähnlich handelt Sarkozy mit der Aufnahme der *Racaille*-Affäre in seinem Wahlkampfbook. Stoiber geht in seiner Publikation vordergründig sehr abgeklärt mit **dem Ende seiner aktiven Karriere** in der bayerischen Politik um und erwähnt, dass nicht deren Ende, sondern deren „Inhalt“ von Bedeutung sei: „Unter dem Strich bin ich dankbar und zufrieden mit rund dreißig Jahren hoher und höchster politischer Verantwortung, mit meinem Beitrag zu überwiegend guten Entwicklungen in Bayern und Deutschland in dieser Zeit und mit großen Wahlerfolgen

⁶³³ Schäfer (2012)

meiner Partei.“⁶³⁴ Die negative Episode der Entmachtung wird durch eine wesentlich größere erfolgreiche Zeitspanne in der Politik relativiert, so suggeriert der Autor. Das Buch ist nicht als Abrechnung mit den direkten Nachfolgern angelegt, denn Stoiber ist noch wesentlich aktiver auf Parteiveranstaltungen u. Ä. präsent als Schmidt und Jospin; er muss weiterhin Rücksichten nehmen, was Kritik an der CSU angeht. So inszeniert er sich im Buch als über diesen Begebenheiten stehend und betont, nicht aus dem „Kreuther Nähkästchen“⁶³⁵ plaudern zu wollen. Die CSU kritisiert Stoiber nicht, wohl aber das ihm nachfolgende Politiker-Tandem, z. B. mit dem Hinweis auf seine eigene große Akzeptanz in der Bevölkerung zu Regierungszeiten und die Einschätzung seines Fehlens als Manko für die CSU.⁶³⁶ So ist zwischen den Zeilen sogar im Lob auf seine Nachfolger Kritik herauszulesen: „Ich vergesse auch die vielen Jahre nicht, in denen ich mit Günther Beckstein und Erwin Huber sehr gut zusammengearbeitet habe und sie exzellente Minister waren.“⁶³⁷ Als exzellente Nachfolger kann er sie nicht rühmen, auch lobt er ihre gute Arbeit unter seiner Führung, nicht als selbst Führende. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sind Beckstein und Huber mit ihrer Politik bereits gescheitert – die gemäßigt-kritische Einschätzung ihrer Amtsführung kann der CSU also nicht mehr schaden. Horst Seehofer, den von Stoiber favorisierten Nachfolger des Tandems, bewertet dieser wesentlich positiver: „Horst Seehofer ist es gemeinsam mit den Parteifreunden gelungen, die CSU nach dem Verlust der Alleinregierung aus der Depression zu holen und ihr wieder mentale Stärke zu geben.“⁶³⁸ Einen kleinen Hinweis auf die **innerparteiliche Hierarchie** findet sich jedoch auch in Bezug auf Seehofer:

*Viele Jahre unserer Zusammenarbeit spielte Horst Seehofer mit großer Inbrunst und Ironie auf der Klaviatur des Stellvertreters, der, leichter und lockerer als die Nummer eins, viele Sympathiepunkte sammelte. Nun ist er selbst Frontmann von Partei und Staat – und ich glaube, er hat mich noch nie so gut verstanden wie jetzt.*⁶³⁹

Stoiber verbindet hier den Topos des **Zeitgenossenlobs** mit einer väterlichen Haltung, die suggeriert: Wer nicht selbst mit politischer Macht betraut war, kann die damit verbundenen Strapazen nicht nachvollziehen, Seehofer ist nun der politischen Stellvertreterschaft entwachsen und kann dadurch die Leistungen Stoibers ermessen. Damit erschöpft sich jedoch

⁶³⁴ Stoiber (2012), S. 249

⁶³⁵ ebd., S. 250

⁶³⁶ vgl. ebd.

⁶³⁷ ebd., S. 251

⁶³⁸ ebd., S. 252

⁶³⁹ ebd., S. 253

die Thematisierung früherer Parteikollegen und Stoiber wendet sich, ganz der Strategie und weitsichtige Elder Statesman, als der er sich geriert, wieder anderen Inhalten zu.

Dass ein Politiker wie Edmund Stoiber, der nicht für seinen überschäumenden Humor und sein Charisma bekannt ist, sich in schriftlichen Wegweisungen an seine Anhänger wendet, und zwar mit einem Sachbuch, das Unterhaltung und Politik, Biografie und thematische Orientierung verbindet, ist bezeichnend. Es ist einer derjenigen **Kommunikationswege**, die zu Stoibers seriösem, aber auch konservativem Stil passen. Zu Zeiten seiner aktiven Regierung wurde ihm unterstellt, „[...] in seinem asketischen Zuschnitt, seiner Humorlosigkeit und Pedanterie, ja seinem fast schon calvinistischen Habitus [...]“⁶⁴⁰ kein Aushängeschild für Politikvermittlung gewesen zu sein. Stoiber jedoch hält im Buch fest, dass er durchaus die Mittel und Wege kenne, um sein Publikum zu erreichen:

*Wenn ich rein sachlich auftrete, erreiche ich vielleicht die besonders Interessierten, aber nicht diejenigen, für die Politik nicht das Wichtigste im Leben ist, die nicht so gut Bescheid wissen über politische Abläufe und Zusammenhänge. Doch als Politiker muss ich diese Menschen genauso für die Demokratie gewinnen wie jene, die ein hohes politisches Sachverständnis haben.*⁶⁴¹

Hier zeigt sich der didaktische Anstrich, den Stoiber seinem politischen Wirken und seiner Publikation geben will. Nach dem für mündliche Reden aufgestellten Credo verfährt er auch als Autor seines Buchs und kommt dem Interesse des Publikums gerade an nicht-politischen Sachverhalten nach. Zum einen ist das zu erkennen, wenn er seine wohl vorwiegend bayerischen Leser mit Anekdoten zu Franz-Josef Strauß unterhält. Eines von Stoibers großen Verdiensten als junger Politiker war der gute Umgang, den er mit Strauß entwickelte; dass dies nicht immer einfach war, legt der Autor mit Begebenheiten wie der folgenden eindrucksvoll in seinem Buch dar:

Als Michail Gorbatschow, damals Generalsekretär der KPdSU, Strauß im Kreml mit der Frage begrüßte, ob er zum ersten Mal in Russland sei, antwortete der Bayerische

⁶⁴⁰ Walter (2009), S. 300

⁶⁴¹ Stoiber (2012), S. 43

[sic] Ministerpräsident: ‚Nein. Aber beim ersten Mal bin ich nur bis Stalingrad gekommen.‘ Wir anderen zuckten zusammen [...].⁶⁴²

Stoiber betont, dass gerade im **Anekdotenhaften**, in nicht-politischen Trivialmythen, die seine Karriere umrankten, das besondere Interesse seiner Leser liege: „Zur Vorbereitung dieses Buches fragte ich verschiedene Leute, was sie denn besonders interessieren würde. Die häufigste Antwort lautete, etwas zu meiner Verblüffung: Was gab es beim ‚Wolfratshausener Frühstück‘?“⁶⁴³ Solche „Legenden“ dienen dem milden Affektziel des *Delectare*, des Lesegenusses.

Als abschließendes Fazit für das Kapitel der Wegweiserbücher muss auf **die unterschiedliche Legitimation** hingewiesen werden, die Autoren des Genres zur Publikation ermächtigt. Allen ist gemeinsam, dass sie **aus der aktiven Politik ausgeschieden** sind und mit dem gewonnenen Abstand zum Tagesgeschäft auf aktuelle Ereignisse blicken. Auch ein gewisses **Alter** ist für diese Autorschaft vonnöten – einem verhältnismäßig jungen Politiker, der sich aus den Ämtern verabschiedet, würde die nötige Lebenserfahrung wohl abgesprochen werden. Die genannten Voraussetzungen werden von Schmidt, Jospin und Stoiber erfüllt. Ihr schmerzliches Scheiden aus dem Amt ist, wo nicht wie bei Schmidt komplett in Vergessenheit geraten, eher Ausdruck von Authentizität als Manko, da es die Kenntnis von Rückschlägen belegt und somit den Autoren als Teil der Identifikationsfolie dient, die sie für ihre Leserschaft anbieten.

Lionel Jospins Legitimation als Autor hat noch am ehesten mit seiner Abwahl zu tun: Als deutlich sichtbares Opfer der Gefährdung der Demokratie durch rechte, populistische Kräfte in Frankreich kann er für sich beanspruchen, auf akute Bedrohungen und Entwicklungen in die falsche Richtung hinzuweisen. Die Triebfeder seiner Autorschaft, so inszeniert er sich, ist nicht Selbstdarstellung, sondern die Aufklärung der Bevölkerung über Probleme und Lösungsansätze. Damit spielt er seinen Status als ehemaliger Berufspolitiker aus, der besondere Einblicke in Geschehnisse von globaler Tragweite hat, weniger ins Gewicht fällt der Inszenierungsverdacht, den viele Wähler/Leser aktiven Politikern gegenüber haben.

Im Falle Stoibers legitimiert sich die Autorschaft über die überaus positive Bilanz Bayerns auf vielen Gebieten politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Interesses im bundesweiten Vergleich. Gerade während Stoibers vierzehnjähriger Amtszeit als

⁶⁴² Stoiber (2012), S. 107

⁶⁴³ ebd., S. 180

Ministerpräsident konnte Bayern politische Erfolge verbuchen; die Lektüre seines Buches verspricht den Kundennutzen, von den Gedanken und Leitlinien eines erfolgreichen Praktikers profitieren zu können. Die Verbindung zwischen seiner Person und der bayernweit sehr erfolgreichen CSU trägt zu seinem Image als Autor bei – hier ist davon auszugehen, dass der starke Rückhalt unter den CSU-Wählern auch Leserschaft generiert.

Helmut Schmidt hingegen ist nicht als erfolgreichster Kanzler in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland bekannt. Im Gegenteil, seine große Popularität in der jüngeren Vergangenheit nährt sich zum einen aus seinem **Erfolg als Publizist** – und bedingt diesen auch –, auf der anderen Seite ist es sein unverkennbarer Charakter, der dem eines smarten Berufspolitikers komplett entgegensteht. Er ist für das Bundesgebiet ein Bestsellerautor, dessen Bücher sich auch deshalb verkaufen, weil die zuvor publizierten große Erfolge waren. Da Schmidt, wie oben ausgeführt, durch sein hohes Alter immer mit der künstlichen Knappheit seiner Produkte spielt – es könnte sich bei jedem seiner Werke um die Ausgabe letzter Hand handeln – schafft er einen zusätzlichen Kaufanreiz und sorgt damit für den Erfolg seiner Publikationen. Darüber hinaus betreibt er die kontinuierliche Erinnerung an die Marke Helmut Schmidt, indem er sehr produktiv ist und zwischen zwei Veröffentlichungen selten viel Zeit vergehen lässt. Außerdem nutzt er diverse mediale Kanäle wie Talkshows und seine Mitarbeit bei der *Zeit*, um im Gespräch zu bleiben, jede Buchpublikation kann also von der Marke des Autornamens in noch größerem Maße profitieren, als dies bei bekannten Politikern ohnehin der Fall ist. Über diese Kette ergibt sich die **Legitimation für Schmidts Schreiben**, in seinem Fall handelt es sich dabei um einen Zirkelschluss zwischen dem letzten und dem nächsten publizistischen Erfolg.

Wegweiserbuchautoren sind nicht auf einen äußeren Publikationsanlass angewiesen, sie inszenieren sich als Quelle zeitlos gültiger Ratschläge, die sich nicht auf einen aktuellen Anlass beziehen. Das notwendige Interesse generiert sich allein aus ihrer Person – und das, obwohl sie nicht mehr Wahlkämpfer, Beteiligte an einem Skandal oder aktiv Regierende sind. Dieser Status verbindet sie mit den Verfassern des letzten noch zu untersuchenden Genres, den Bilanzbuchautoren.

IV.4 Bilanzbücher – „assurer sa place dans l’histoire“: Jacques Chiracs *Chaque pas doit être un but* (2009) und Helmut Kohls *Erinnerungen 1930–1982* (2004)

Bilanzbücher entstehen, nachdem der Politiker und Autor nicht mehr in den höchsten Positionen tätig ist und sich seit geraumer Zeit ganz aus der Politik zurückgezogen hat. Der Fokus ist nicht mehr auf die Tagespolitik gerichtet, die Autoren rücken ihre eigene Person und ihre politischen Erkenntnisse und Leistungen auf einem übergeordneten Niveau ins Zentrum der Betrachtungen: „Il s’agit moins de peser sur le champs politique que de s’inscrire dans l’histoire politique nationale.“⁶⁴⁴ Ziel solcher Publikationen ist es, den eigenen Anteil an der Landesgeschichte zu formulieren und die Deutungshoheit darüber zu gewinnen; eine ähnliche Anlage findet sich auch bei Rechtfertigungsbüchern, die jedoch a) meist von aktiven Politikern verfasst werden und b) vordringlich eine bestimmte Regierungsperiode bzw. ein bestimmtes Amt zum Thema haben. Auch Wegweiserbücher entsprechen dem Genre nicht, da hier weniger eine persönliche und politische Biografie im Vordergrund steht, als vielmehr Sachthemen.

Im Bilanzbuch geht es um **Lebensleistungen**. So formuliert Helmut Kohl den Anspruch seines Buches *Erinnerungen: 1930–1982* als „[...] die Beschreibung eines Stücks deutscher Zeitgeschichte“.⁶⁴⁵ Le Bart hält das große Gewicht, das ehemaligen Staatsoberhäuptern zugemessen wird, exemplarisch für Chirac wie folgt fest: „J. Chirac peut parler de ‚la France‘ sans avoir à se justifier ou à expliquer à quels titres il s’autorise un tel projet. Il peut prétendre être informé de tout sans avoir pour autant été témoin de rien.“⁶⁴⁶ Somit ist die Legitimation als Publizist per se gegeben, sie entsteht nicht über spontanes Interesse aufgrund eines Skandals oder einer eben beendeten Amtszeit, hier handelt es sich um größere Argumentationsbogen und Perspektiven.

Aufgrund des großen Zeitfensters, das Bilanzbücher behandeln, ergibt sich in diesem Genre der durchschnittlich größte Umfang: Kohls *Erinnerungen* umfassen drei voluminöse Bände zu den Zeitabschnitten 1930–1982, 1982–1990 und 1990–1994. Darüber hinaus existiert ein Band mit *Erinnerungen zur Deutschen Einheit (Vom Mauerfall bis zur Wiedervereinigung: Meine Erinnerungen*. Knauer, 2009) und ein Band mit persönlichen Aufzeichnungen (*Mein Tagebuch 1998–2000*; Droemer 2000). Auch inhaltlich sind die Werke weit

⁶⁴⁴ Bart (2012), S. 117

⁶⁴⁵ Kohl (2004), S. 12

⁶⁴⁶ Bart (1998), S. 83

ausgreifend angelegt; sowohl private als auch politische Vorgänge werden geschildert und bilanziert.

Der zweite untersuchte Autor dieses Genres, Jacques Chirac, verfasst seine Memoiren immerhin in zwei Bänden mit mehr als 1100 Seiten. Der erste Band, *Chaque pas doit être un but*, umfasst die Jahre zwischen Chiracs Geburt 1932 und seiner Wahl zum Präsidenten 1995, der zweite Band, *Le temps présidentiel*, beschreibt die Jahre zwischen 1995 und 2007. Beide Autoren teilen ihre Biografie sinnvoller Weise nicht nach Jahren symmetrisch, sondern nach der zu erwartenden Interessenslage der Leserschaft auf – dem Leben vor der Ausübung des höchsten Staatsamts sind die ersten Bände gewidmet, die in ihrem Umfang etwas geringer sind als jene zweiten (und ggf. weiteren) Veröffentlichungen, die die Phase als Staatsmann thematisieren und damit ein Leben auf dem Höhepunkt des öffentlichen Interesses nachvollziehen. Von beiden Autoren wird in dieser Arbeit der erste Band ihrer Bilanzbücher näher untersucht, der Kindheit und Jugend sowie den politischen Werdegang bis zur Wahl zum Bundeskanzler bzw. Präsidenten beinhaltet. Der komparatistische Vergleich der Darstellung dieser Lebensphasen verspricht besonders großen Erkenntnisgewinn; darüber hinaus bietet er sich auch für die Gegenüberstellung mit Werken anderer Genres an.

Die Autoren verarbeiten viele biografische Gemeinsamkeiten in ihren **Memoiren**, wobei landestypische Spezifika besonders deutlich werden. In keinem der bisher untersuchten Genres war die biografische Komponente derart wichtig wie für die Bilanzbücher, die neben der politischen Bilanz auch eine Lebensbilanz bedeuten. Beide Autoren können auf lange Ehen zurückblicken, sind Vertreter der konservativen Volkspartei ihres Landes und haben an deren Gründung bzw. Erneuerung nach dem 2. Weltkrieg mitgearbeitet, beide haben mehr als zehn Jahre lang das höchste Regierungsamt ihres Landes innegehabt. Entlang dieser Kriterien muss eine vergleichende Analyse der Aufnahme gleicher biografischer Motive im Buch auf deutscher und französischer Seite durchgeführt werden.

IV.4.1 Hintergrund und Aufbau beider Werke im Vergleich

Jacques Chirac legt mit seinen zweibändig herausgegebenen Memoiren ein Werk von beträchtlichem Umfang und sowohl biografischer als auch politischer Tiefe vor. Bevor es zu dieser monumentalen Publikation kam, veröffentlichte auch er als noch aktiver Politiker kleinere, leichter zu konsumierende Bände: *Une Nouvelle France* (NiL, Paris 1992; mehr als 190.000 verkaufte Exemplare⁶⁴⁷) und *La France pour tous* (NiL, Paris 1994) erschienen in gut zugänglicher Form, „charmants petits livres de cent trente pages, écrits en très gros

⁶⁴⁷ vgl. Delorme-Montini (2002), S. 24

caractères“⁶⁴⁸. Das heutige Interesse an seinem Leben und seinen Einschätzungen liegt in seiner Vergangenheit als Präsident Frankreichs begründet, wie Yves Derai, Direktor der *Editions du Moment*, betont: „Des personnalités comme Jacques Chirac, Lionel Jospin ou Edouard Balladur vont être considérées comme des sages, qui peuvent parler libre.“⁶⁴⁹ Zu Chiracs Präsidentschaft ist festzuhalten, dass sie nicht als die erfolgreichste in der Geschichte der V. Republik gilt, hier ist ein Gegenpol zu Helmut Kohl angesiedelt, der als Kanzler der Einheit gefeiert wurde:

*Chiracs zwölfjährige Amtszeit war vom Misserfolg bei den vorgezogenen Parlamentswahlen 1997, der Cohabitation mit einer Linksregierung und der Ablehnung des EU-Verfassungsvertrags gekennzeichnet. Hinzu kamen stagnierendes Wirtschaftswachstum, eine hohe Jugendarbeitslosigkeit und Gewalt in den Vorstädten. Auch das Nichteinhalten von Wahlversprechen und eine glanzlose Außenpolitik enttäuschten große Teile seiner Wählerschaft.*⁶⁵⁰

Dass die **retrospektive Beurteilung einer politischen Amtsausübung** nicht von Bedeutung für den publizistischen Erfolg des Autors ist, wurde bereits am Beispiel Helmut Schmidts und Lionel Jospins ausgeführt. Obwohl in Chiracs Fall die Amtszeit weniger lange zurückliegt als bei Schmidt, genügt die Zeitspanne dennoch, um tagespolitische Misserfolge in Vergessenheit geraten zu lassen und den Nimbus des Elder Statesman aufzubauen.

Chirac verfasst den ersten Band seiner Memoiren gemeinsam mit dem Historiker Jean-Luc Barré, der bereits die *Lettres, notes et carnets* (Plon, Paris 1980) Charles de Gaulles in mehreren Bänden herausgab und an weiteren Werken über den Gründer der V. Republik beteiligt war. Dass Chirac sich einen Historiker als Co-Autor aussucht, zeigt die Bedeutung, die er seinen Memoiren zumisst; es obliegt ihm das Verfassen eines Dokuments über bedeutsame historische Inhalte, das durch professionelle Unterstützung begleitet werden muss. Die Querverbindung zu de Gaulle ist für jeden (konservativen) Politiker in Frankreich schmeichelhaft, auch auf literarischer Ebene ist de Gaulle eine Referenz, da er als exzellenter Rhetoriker und Verfasser von Büchern, Reden und Aufsätzen galt.

Chirac beginnt seine Memoiren in medias res; ohne ein Vorwort skizziert er im ersten Kapitel mit dem sprechenden Namen *Les mille sources* die diversen Grundpfeiler seines Lebens. Insgesamt umfasst die Publikation 24 auf der gleichen Hierarchieebene angeordnete Kapitel

⁶⁴⁸ Delorme-Montini (2002), S. 24

⁶⁴⁹ Derai, zit. nach Lesiourd (2012)

⁶⁵⁰ Hartmann/Kempf (2011), S. 261

und ist damit wesentlich weniger kleinteilig als Kohls Memoir mit 79 Unterteilungen. Die Kapitelüberschriften sind bei beiden Autoren kurz, geben jedoch auch aus dem Zusammenhang gerissen Aufschluss über die behandelte Thematik des Abschnitts. In seinen Kapitelüberschriften wechselt Chirac zwischen Formulierungen in der ersten und dritten Person; seine Selbstbezeichnung als *L'homme de Pompidou* steht neben *Un gouvernement qui n'est pas le mien*. Besonders bezeichnend ist das Crescendo, das Chirac in den letzten Kapiteln anlegt, die schließlich zu seiner Wahl zum französischen Staatspräsidenten hinleiten: Auf *L'échec* folgt *La reconquête* und schließlich *La victoire*.

Ein externer Faktor, der sich negativ – oder auch positiv – auf die Publikation und damit auf die Sicherung des eigenen Platzes in der Landesgeschichte auswirken könnte, ist in Chiracs Fall seine Anklage wegen Veruntreuung und Korruption. Ihm wurde vorgeworfen, noch zu seiner Zeit als Pariser Bürgermeister in den 1990er Jahren in einen Skandal rund um fiktive Anstellungen im Bürgermeisteramt der Hauptstadt verwickelt gewesen zu sein. Im November 2009 fiel die Entscheidung, Chiracs Fall tatsächlich zu verhandeln – ein Novum, die justiziable Verfolgung eines ehemaligen Staatspräsidenten, trat ein. Chirac bereitete parallel zu den Pressemeldungen um diesen Eklat die Publikation des ersten Bandes seiner Memoiren vor – die mediale Aufmerksamkeit war dem Werk sicher. Chirac musste die äußeren Umstände in seiner Publikationsstrategie berücksichtigen, damit sie zu dem Ziel führte, das er verfolgte: Die Übernahme der Deutungshoheit über seine Amtszeit als Präsident.

Auch Helmut Kohl ist zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des ersten Bands seiner Erinnerungen mit einem **Glaubwürdigkeits- und Sympathieverlust** konfrontiert. Zwar liegen die externen Faktoren, die seine Strategien beeinflussen, nämlich die Parteispendenaffäre in den 1990er Jahren und der Freitod seiner Frau Hannelore im Jahr 2001, einige Jahre zurück, in der öffentlichen Meinung hat der Kanzler der Einheit jedoch vor dem Jahr 2004 an Anerkennung verloren. Teil seiner Publikationsstrategie ist es darum, über andere mediale Kanäle verbreitete Unwahrheiten zu widerlegen und so die Deutungshoheit über sein Lebenswerk zurückzugewinnen. Oben wurde bereits im demokratietheoretischen Teil der Arbeit auf die Entwicklungen verwiesen, die geistesgeschichtlich von der Idee einer Herrschersouveränität hin zu einer Volkssouveränität führten. Mit seinem Verhalten im **Spendenskandal** stellte Kohl sich über ein geltendes Gesetz, postulierte also, dass er als Kanzler außerhalb des Rechts stehe. Dies ist als der Demokratie entgegenlaufende Botschaft an die Wähler zu verstehen – in der Demokratie ist das Volk der Souverän, und auch die

Regierung ist an legislative Weisungen gebunden wie jeder Bürger. Die Missachtung dieser Tatsache wiegt am schwersten, was Kohls Imageverlust Ende der 90er Jahre angeht.

Kohl beschreibt das Dilemma des Politautors wie folgt: „Entweder, man schreibt die Wahrheit [...] dann macht man sich nur einen Haufen Feinde. Oder man schreibt nicht die Wahrheit. Aber warum soll das jemand lesen?“⁶⁵¹ Le Bart hält es nicht für die wichtigste Komponente eines Politikerbuchs – und dies gilt speziell für das Bilanzbuch –, ob es eine verlässliche Quelle sei. Vielmehr sieht er dessen Wert darin, dass die Bürger über das Buch feststellen können, wo sich ein Politiker innerhalb der politischen Klasse positioniert.⁶⁵² Er führt weiterhin aus: „[...] on écrit toujours pour se légitimer soi-même, autrement dit pour se donner à voir comme conforme aux définitions dominantes (au moment où l’on s’exprime) de la légitimité politique et/ou sociale.“⁶⁵³ Buchpublikationen von Politikern haben also immer mit der urdemokratischen Forderung nach (retrospektiver oder aktueller) Legitimation der Ausübung politischer Macht zu tun.

Kohl legt zu Beginn seines Werkes dar, wie und über welche Legitimationsinstanzen hinweg es zustande kam. Er beginnt mit dem Ausruf „Wie häufig wurde ich aufgefordert, meine Memoiren zu schreiben!“ Kohl ruft hier den **Auftragstopos**⁶⁵⁴ auf – er suggeriert, nicht aus Eitelkeit, zur eigenen Denkmalbildung zu publizieren, sondern vielmehr aufgrund des übergroßen Interesses der Öffentlichkeit. Im Weiteren fügt er die Hoffnung hinzu, durch eine eigene Publikation den „Unsinn“⁶⁵⁵, der über sein Leben in der Öffentlichkeit kursiere, neu zu bewerten und Schieflagen aufzufangen. Seine Darstellung als Opfer negativer und falscher Berichterstattung soll gleich zu Beginn der Veröffentlichung Sympathien der Leserschaft aufbauen. Mit den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vorliegenden Biografien Dritter ist Kohl nicht einverstanden; so urteilt er im Verlauf seines Buchs: „Viele sogenannte Kohl-Biografien haben Legenden erfunden, die schlicht falsch und unwahr sind.“⁶⁵⁶ Dem entgegenzutreten veröffentlicht er seine *Erinnerungen* – eine Motivation, die bei Chirac so nicht zu erkennen ist. Dieser thematisiert mediale Falschmeldungen nicht und verweist sie damit gänzlich vom Feld der Relevanz.

In seinem Vorwort legt Kohl darüber hinaus die Quellen offen, die dem Werk zugrunde liegen, und richtet Dankesworte an die Unterstützer, darunter „Wissenschaftler[n] und

⁶⁵¹ Kohl, zit. nach Strohschneider (2013)

⁶⁵² vgl. Bart (2009), Abschnitt 4

⁶⁵³ ebd.

⁶⁵⁴ vgl. Plett (2001), S. 16

⁶⁵⁵ beide Kohl (2004), S. 11

⁶⁵⁶ ebd., S. 622

Publizisten⁶⁵⁷ – er suggeriert damit, dass seine folgenden Ausführungen auf einem soliden, glaubwürdigen Fundament stehen, das als Garant für die historische Korrektheit seiner Memoiren wirkt. Kohls Person selbst genügt nicht mehr als Glaubwürdigkeitsgarant; dieser Part muss von anderen Beteiligten übernommen werden, die zwar nicht namentlich genannt werden, aber qua Berufsbezeichnung für **Integrität** und Verlässlichkeit stehen.

Das Vorwort schließt mit einem Dank an Kohls Söhne und seine Frau Hannelore; letztere wird in der Publikation als emotionale Komponente instrumentalisiert: „Sie war es, die mich bis zu ihrem Tod anhielt, nur ja meine Memoiren zu Ende zu schreiben.“⁶⁵⁸ Der Stellenwert von Hannelore Kohl im ersten Teil der *Erinnerungen* soll im Folgenden näher analysiert und mit der Bedeutung von Bernadette Chirac in *Chaque pas doit être un but* verglichen werden.

IV.4.2 Imagepflege über den Aspekt der Ehe im Buch

Sowohl Helmut Kohl als auch Jacques Chirac waren über einen langen Zeitraum hinweg auf höchster politischer Ebene tätig, weswegen auch ihre Familien in das Interesse der Öffentlichkeit traten. Vor allem die Ehefrauen, die durch die herausgehobene Stellung ihrer Männer zu First Ladies wurden, hatten Anteil an der Etablierung einer herausragenden Politikermarke – die Strategie, ihre Ehefrauen in imagebildende Maßnahmen einzubeziehen, behalten beide Autoren auch als Publizisten bei und räumen ihren Frauen und nachgeordnet ihrer Familie viel Raum in ihren Bilanzbüchern ein.

Helmut Kohl suggeriert dem Leser das Bild einer bis zu Hannelore Kohls Freitod **intakten Ehe**, die immer auch **Teil seines Images** war – Studien belegen, dass überdurchschnittlich viele Menschen noch während des Wahlkampfes 1998 davon überzeugt waren, Kohl habe „sein Privatleben im Griff“⁶⁵⁹, und dass diese Einschätzung sich in ihrem Wahlverhalten zugunsten des amtierenden Bundeskanzlers auswirkte. Spätere Bucherscheinungen, sowohl aus der eigenen Familie mit *Leben oder gelebt werden* (von Walter Kohl, Integral, München 2011) als auch von außen durch Biografien wie *Die Frau an seiner Seite* (von Heribert Schwan, Heyne, München 2011) kolportierten ein anderes Bild des Privatmenschen Kohl. Nun stehen sich zwei im Druck festgehaltene Urteile über die Familie eines der bedeutendsten deutschen Nachkriegspolitiker gegenüber, die Kohls Demonstration von Familienidyll und damit die autobiografischen Teile seiner Memoiren infrage stellen. Seinen Höhepunkt erreichte dieser Konflikt im Jahr 2014: Helmut Kohl stellte auf der Frankfurter Buchmesse in

⁶⁵⁷ Kohl (2004), S. 12

⁶⁵⁸ ebd.

⁶⁵⁹ Klein/Ohr (2009), S. 208

Begleitung seiner zweiten Ehefrau Maike Kohl-Richter die Neuauflage seines Werks *Vom Mauerfall zur Wiedervereinigung. Meine Erinnerungen* (s. o.) vor. Zeitgleich verließ der frühere Intimus Kohls, der Journalist Heribert Schwan, das publizistische Feld des Privatlebens, das er mit *Die Frau an seiner Seite* aufgerollt hatte. Gemeinsam mit dem Journalisten Tilman Jens veröffentlichte er im Oktober 2014 den Titel *Vermächtnis. Die Kohl-Protokolle* (Heyne, München 2014), womit er erstmals Mitschriften seiner Gespräche mit dem Altbundeskanzler der Öffentlichkeit vorlegte. Die Veröffentlichung war nicht von Kohl autorisiert. Die Medien griffen brisante Äußerungen Kohls über andere, z. T. noch aktive Politiker auf, es entstand ein Skandal, der u. a. auf der Titelseite der *Spiegel*-Ausgabe 41/2014 (6.10.2014) Aufmerksamkeit generierte. Es entspann sich ein publizistischer Wettstreit um die Deutungshoheit einer politischen Ära, um den am längsten amtierenden Bundeskanzler und seine Aussagen und Verdienste, der einen erbitterten **Rechtsstreit** nach sich zog. Diese Episode zeigt, dass Bilanzbuchautoren zwar auf politischer Ebene nicht mehr angreifbar sind, sehr wohl jedoch auf publizistischer. Da dies ihr Hauptwirkungsbereich ist, in den die historische Deutung ihrer Amtszeiten fällt, ist auch diese mediale Angreifbarkeit nicht zu unterschätzen.

Um zum Thema der **Inszenierung über die Ehe** zurückzukommen, muss ein paratextueller Aspekt festgehalten werden, der in der o. g. medialen und juristischen Gemengelage rund um *Vermächtnis* unbeachtet blieb: Die Neuauflage von *Vom Mauerfall zur Wiedervereinigung* ist Maike Kohl-Richter gewidmet, mit den Worten „Für meine Frau Maike“.

*Die Werkszueignung ist [...] immer demonstrativ, ostentativ, exhibitionistisch: Sie stellt eine intellektuelle oder private, wirkliche oder symbolische Beziehung zur Schau, und diese Zurschaustellung steht als Argument für einen höheren Wert oder als Motiv für Kommentare immer im Dienst des Werkes [...].*⁶⁶⁰

Der in der vorliegenden Arbeit näher untersuchte erste Band von Kohls Erinnerungen trägt schlicht die Widmung „Für Hannelore“: Hier ist kein Erklärungsbedarf nötig, da die ehemalige First Lady allen Lesern bekannt war, darüber hinaus musste die Legitimation einer Widmung an sie nicht mit dem Zusatz „meiner Frau“ bestätigt werden – ganz anders als bei Kohls umstrittener, viel jüngerer zweiten Ehefrau Maike. Hannelore und Helmut Kohl waren in der öffentlichen Wahrnehmung ohnehin eine unzertrennbare Einheit. So weist Kohl im ersten Band seiner *Erinnerungen* ganz dezidiert auf seine scheinbar makellose Ehe hin:

⁶⁶⁰ Genette (2014), S. 132

*Hannelore begleitete mich mit ihrer Liebe, auch als Mutter unserer Kinder Walter und Peter, mit Rat und Tat auf dem gemeinsamen Lebensweg bis zu ihrem Tod am 5. Juli 2001, gut einundvierzig Ehejahre lang. Ohne eine solch großartige Frau an meiner Seite wären meine politischen Leistungen und Erfolge niemals möglich gewesen.*⁶⁶¹

Der Autor erhält hier verbal den Anschein eines natürlichen Todes seiner Frau aufrecht und weist ihr in seinem kurzen Nachruf die Rolle zu, die sie auch während seiner Zeit als aktiver Politiker immer einnahm: Die der dem Wohl und der Karriere des Mannes verpflichteten vorbildlichen Ehefrau und Mutter. „Ihr Lebensinhalt war die Familie, auch wenn sie als Ehefrau natürlich zugleich engagiert war in den Anforderungen, die der Beruf ihres Mannes mit sich brachte.“⁶⁶² Hannelore Kohl wird im untersuchten Bilanzbuch auch bildlich sehr in ihrer traditionellen weiblichen Rolle innerhalb einer konservativen Ehe dargestellt. Es finden sich Fotos von ihr als Braut oder gemeinsam mit dem Familienhund vor dem Ludwigshafener Eigenheim. Bilder dienen Kohl unter anderem dazu, „traditionelle **Geschlechterrollen [zu] perpetuieren**“.⁶⁶³ In allen Lobreden, die er im ersten Band der Erinnerungen auf Hannelore Kohl führt, wird immer wieder auch sein Erfolg, seine Karriere betont, deren Verlauf zu unterstützen ihre Aufgabe war. Kohl inszeniert sich als Ehemann, der die Vorzüge seiner Frau durchaus zu schätzen wusste, wie ihre Intelligenz und charakterliche Stärke: „Viele Freunde besuchten uns auch deshalb gerne, weil sie sich freuten, Hannelore zu begegnen und mit ihr zu diskutieren. Da ihr jede Form parteipolitischer Einseitigkeit fremd war, waren die Gespräche mit ihr für viele unserer Freunde besonders reizvoll.“⁶⁶⁴ Unterschwellig vermittelt er so die Aussage, es sei nur der ungewöhnlichen Präsenz seiner Frau zu verdanken, dass die gemeinsamen Freunde nicht ausschließlich seiner-, des erfolgreichen Staatsmannes wegen, die Nähe der Familie suchten. Und im weiteren Fortgang des Werks stellt er fest: „Im privaten Bereich hatte ich dank Hannelores großzügigem Verständnis riesiges Glück.“⁶⁶⁵ Diese Hommage an seine erste Frau, die jedoch immer auf den rein privaten Bereich beschränkt bleibt, mag neben der Aufrechterhaltung des eigenen Selbstbildes auch der großen Popularität Hannelore Kohls in der deutschen Bevölkerung geschuldet sein. Ein Politiker muss fähig sein „[...] d’entraîner les foules. Pour ce faire, il doit se construire une image psychologique et

⁶⁶¹ Kohl (2004), S. 128

⁶⁶² ebd., S. 192

⁶⁶³ Lehnartz (2014)

⁶⁶⁴ Kohl (2004), S. 167

⁶⁶⁵ ebd., S. 182

morale qui permette au peuple de s'identifier à sa personne.⁶⁶⁶ Kohl gelang das über einen langen Zeitraum hinweg auch über seine Ehefrau; schlussendlich erschütterte zuerst die Spendenaffäre dieses wohlgepflegte Image, später die publizistische Auseinandersetzung über seine angespannte familiäre Lage.

Im Umgang mit der privaten Situation wendet Chirac eine ganz andere Strategie an als Helmut Kohl: Er evoziert nicht das Bild einer konservativen Ehe, sondern **kokettiert** vielmehr mit dem **Image des Frauenhelden** – das Thema ist nicht von überbordender Präsenz im Buch, wird jedoch scheinbar vorbehaltlos offengelegt. Das scheint vor allem deswegen möglich, weil zu Chiracs Zeit Ehebruch im französischen Präsidentenamt ein Kavaliersdelikt schien; „Seitensprünge waren in Frankreich kein Grund, Politiker aus dem Amt zu jagen. All das wurde schnell verziehen.“⁶⁶⁷ Auch François Mitterrand verlor in der öffentlichen Meinung nicht seinen Status, als seine auf Staatskosten untergebrachte heimliche Zweitfamilie öffentlich bekannt wurde. Seine uneheliche Tochter, Mazarine Pingeot, ist inzwischen u. a. mit ihrer Lebensgeschichte *Bon petit soldat* (Juillard, Paris 2012) erfolgreiche Autorin. Auch später wurde Nicolas Sarkozy die Scheidung von seiner Frau Cécilia während seiner Präsidentschaft verziehen und ebenso, dass seine neue Partnerin Carla Bruni sich ganz dezidiert als *Première Dame* inszenierte. Noch in jüngster Zeit schadete es François Hollande nicht, dass er sich von seiner langjährigen Lebensgefährtin Ségolène Royal trennte⁶⁶⁸ und mit Valérie Trierweiler in den Elysée-Palast zog. Die Trennung von ihr zugunsten einer jungen Journalistin schlug höhere Wellen (siehe Kapitel IV.1.2.2), hier zeichnet sich eine Trendwende in Frankreich ab, Präsidenten scheinen nicht mehr vor der Öffentlichmachung und Skandalisierung privater Vergehen gefeit zu sein. Zu Chiracs Zeiten herrschte aber noch ein anderer Umgang vor.

Jacques Chirac war schon während seiner Präsidentschaft für seine Seitensprünge bekannt. Dass darüber öffentlich gesprochen werden kann, zeigte jüngst Bernadette Chiracs wohlinszenierter Besuch bei Valérie Trierweiler nach dem Bekanntwerden von François Hollandes Affäre – die Gattin des ehemaligen Präsidenten zeigte sich ohne direkte Notwendigkeit als Schicksalsgenossin Trierweilers, ohne dass dies mit großem Imageverlust für Chirac einher gegangen wäre – weil dieser eben als Politiker in einer anderen Zeit verortet ist. In seinen Memoiren geht er mit diesem Charakterfehler offen um, er ummantelt die Tatsachen mit einem beinahe narrativen, augenzwinkernden Erzählton, inszeniert sich

⁶⁶⁶ Charaudeau (2008), S. 22

⁶⁶⁷ Rohr (2012), S. 110

⁶⁶⁸ vgl. Simons (2014)

retrospektiv als jungen Lebemann; ganz anders Kohl, der in nahezu immer gleichen Worten seine gutbürgerliche Familie und deren Gebundensein an seine politischen Pflichten zitiert. Chirac bewegt sich zum Zeitpunkt der Veröffentlichung von *Chaque pas doit être un but* nicht auf gefährlichem Terrain, wenn er pragmatisch die Anbahnung seiner Beziehung mit Bernadette de Courcel, seiner späteren Ehefrau, darstellt, die er keineswegs zur unsterblichen Liebe auf den ersten Blick stilisiert:

*Je mentirai si j'affirmais avoir déserté [...] des autres demoiselles de Sciences-Po. Il n'en reste pas moins qu'une entente profonde et singulière me rapproche peu à peu de Bernadette de Courcel et que, de petits mots en coup de téléphone, nous ne tardons pas à nous découvrir indispensable, l'un à l'autre.*⁶⁶⁹

Nicht nur was die ersten Begegnungen mit Bernadette de Courcel angeht, auch später während der Verlobungszeit berichtet er über eine Jugendliebe in den USA:

*Elle m'appelle Honey Child. Nous allons nous promener dans la campagne autour de Boston et pique-niquer sur le bord de la Charles River. Nous envisageons très vite de nous fiancer, bien que je sois en partie engagé auprès de Bernadette. Cette nouvelle, lorsque je la lui apprends, provoque la fureur de mon père. De son côté, ma mère est littéralement horrifiée à l'idée d'avoir une bru américaine qui, roule en décapotable'.*⁶⁷⁰

Die Anführung solcher Anekdoten dient dem Wirkziel des *Delectare*, des Lesegenusses. Chirac setzt in seiner Inszenierung auf das Bild eines jungen, lebensfrohen und nicht unfehlbaren Mannes, der erst zum seriösen Politiker **heranwachsen** musste, während Kohl sich durchgehend als bereits in jungen Jahren strebsam, pflichtbewusst und seriös inszeniert. Nach Kohl waren ein zum vierten Mal verheirateter Kanzler, ein zum vierten Mal verheirateter Vizekanzler, eine geschiedene Kanzlerin möglich, auch die Affäre rund um Horst Seehofers Geliebte führte 2007 nicht zum Abbruch von dessen politischer Karriere in Bayern – es scheinen gegenläufige Tendenzen in Frankreich und Deutschland zu erkennen zu sein, die in Frankreich für mehr, in Deutschland für weniger Skandalisierung von privaten Fehlritten sorgen.

⁶⁶⁹ Chirac (2009), S. 37

⁶⁷⁰ ebd., S. 47

So unterschiedlich der Umgang beider Autoren mit den Problemen in ihrem Eheleben ist, so ähnlich sind sich beide in der Beschreibung der **Beziehung zu ihren Ehefrauen**. Beide Männer heiraten Frauen, die aus dem einen oder anderen Grund gesellschaftlich über oder unter ihnen stehen. Mit dem Aufruf dieser Unterschiede im Buch sprechen sie über den Personenkreis hinaus, der sich mit ihrer Herkunft identifizieren kann, weitere Leserschichten an, denen die Herkunft der Frauen näher ist – ein Tribut an Emotionalisierungs- und Personalisierungstendenzen. So beschreibt Kohl:

Bei einem Tanztee [...] begegnete ich zum ersten Mal meiner späteren Frau, Hannelore Renner. Sie war fünfzehn, sehr hübsch und intelligent. Wir verstanden uns prima, obwohl oder gerade weil sie aus einem ganz anderen Milieu, aus einer anderen Welt kam. Geboren in Berlin und aufgewachsen in Leipzig, hatte sie 1945 mit ihren Eltern aus dem Osten nach Mutterstadt im Landkreis Ludwigshafen flüchten müssen.⁶⁷¹

Chirac betont fast wortgleich, jedoch aus umgekehrter Perspektive:

Le fait est que nous n'appartenons pas, socialement, au même monde. Ce genre de critère ne compte guère à mes yeux, mais je n'ignore pas que d'autres y attachent de l'importance. Dans un premier temps, ce n'est pas sans méfiance ni perplexité que les parents de Bernadette de Courcel voient un camarade d'études, de condition plus modeste, côtoyer leur fille avec autant d'assiduité. Ils ne me considèrent pas spontanément comme le parti idéal.⁶⁷²

Beide Schilderungen sind different aufgrund der **Ausgangsposition der Autoren im Hinblick auf die zukünftige Ehefrau** und dienen erneut der oben bereits entlarvten Inszenierungsstrategie: Kohl war als Sohn aus bürgerlicher, ortsansässiger Familie dem Flüchtlingskind Hannelore Renner überlegen, während Chirac von den adeligen Eltern seiner zukünftigen Frau als nicht standesgemäß angesehen wurde. Dabei scheint die Variante der Heirat mit einer Adelligen ebenso für das elitäre französische Politikerideal zu sprechen wie die Ehe zwischen einer Vertriebenen und einem Kriegskind für das deutsche, bodenständigere Pendant – es entspricht rechts des Rheins einer typischen Nachkriegsbeziehung. Frankreich hingegen ist zwar das Land, von dem die Nivellierung der Standesschranken ausging, jedoch

⁶⁷¹ Kohl (2004), S. 66

⁶⁷² Chirac (2009), S. 38

gilt, wie oben bereits zitiert, dort immer noch ein Präsidentenideal, das den intellektuellen und der Elite entstammenden Kandidaten schätzt – kurz: „Frankreich will Könige.“⁶⁷³

Sowohl Jacques Chirac als auch Helmut Kohl nutzen ihre Ehefrauen, um die eigenen Memoiren zu **emotionalisieren** und zu **personalisieren**. Sie betten ihre politische Lebensbilanz in ein familiäres Umfeld ein – nicht ohne die Einschnitte zu betonen, die ihnen das Staatsamt auf privater Ebene abverlangte. Jedoch ist in beiden Fällen klar: Die private Seite Kohls und Chiracs kann ihre Leistungen als Kanzler und Präsident nur flankieren und sie im Buch zugänglicher für die Leserschaft machen, historisch bedeutsam ist aber die Retrospektive auf die Amtszeit; ihr ist der bei Weitem größte Anteil der Bücher gewidmet.

IV.4.3 Der Umgang mit der eigenen Partei als Publizist

Während Helmut Schmidt wie oben festgestellt seine eigene Partei in seinen Publikationen überaus selten erwähnt, findet bei Chirac und Kohl das genaue Gegenteil statt, was im Folgenden zu analysieren ist. Der in den Veröffentlichungen demonstrierte **Grad an Parteiverbundenheit** zeigt sich deutlich, sowohl in Wortwahl und Frequenz, als auch über den Umgang mit den Parteigrößen in der Retrospektive. Es handelt sich weniger, wie im Falle Steinmeiers, um Demonstration von Parteipassung, sondern um die Rolle, die beide Politiker bei **Neupositionierung ihrer Partei** nach dem zweiten Weltkrieg spielten. Dies legt den Verdacht nahe, dass für Chirac die eigene Partei eine größere Bedeutung hat, als dies bei französischen Politikern gewöhnlich der Fall ist. Und tatsächlich gewährt er diesem Element in seinem Bilanzbuch außergewöhnlich viel Raum. Zu der dem RPR vorausgehenden UDR (1974) hält fest: „C'est pour moi un crève-cœur de voir ce mouvement essentiel à la vie nationale, héritier d'une si grande histoire, manquer à ce point de foi et de cohérence, et se laisser aller à une telle fuite en avant.“⁶⁷⁴ Unter diesen Umständen, so suggeriert Chirac als Autor, war es unabdingbar, einen Mandatsträger wie ihn selbst zur Rettung der gaullistischen Strömung einzusetzen – **Denkmalbildung** wird hier in Bezug auf das **parteilpolitische Erbe** betrieben. Chirac legt die Ziele des unter seiner Mitarbeit gegründeten neuen RPR als dem Verhalten der UDR ganz entgegengesetzt dar:

[...] rendre espoir et confiance à une nation qui s'interroge plus que jamais sur son avenir; conforter notre indépendance nationale en se donnant les moyens d'une économie forte et équilibrée et d'un système de défense efficace; promouvoir une

⁶⁷³ Olivennes (2010)

⁶⁷⁴ Chirac (2009), S. 177

*démocratie de responsabilité et d'initiative; redéfinir les véritables missions de l'État en termes de régulation et de planification; bâtir une France plus largement ouverte sur le monde [...].*⁶⁷⁵

Erkennbar setzt Chirac hier auf **emotionalisierende Leerformeln** wie Hoffnung, Vertrauen, Zukunft und verbindet sie mit realpolitischen Termini wie Wirtschaft und Verteidigung. Er referenziert darüber hinaus auf die nationale Unabhängigkeit, ein Element, das vor allem de Gaulle wichtig war – so schreibt er sich in die geistige und politische Gefolgschaft dieses großen Staatsmannes ein. Die Partei selbst beschreibt er als Sammelbecken für Bürger aller Schichten und unterschiedlicher Herkunft, was der „essence même du gaullisme“⁶⁷⁶ entspreche. Damit inszeniert sich Chirac als Erbe de Gaulles, der dessen geschwächte Nachfolgeorganisation reaktivieren und umstrukturieren musste, um ihr zu neuem Glanz zu verhelfen. Chirac erwähnt, dass er selbst die Initiationsrede des RPR vor dem Kongress hielt und mit einem fulminanten Wahlerfolg dessen erster Parteichef wurde, stellt sich also als begeistertes Gründungsmitglied dar, das sofort bereit ist, Verantwortung für die **Fortführung von de Gaulles Erbe** zu übernehmen. Aufgrund der federführenden Rolle bei der Gründung des RPR ist es durchaus nachvollziehbar, dass er der Partei auch in seinen Memoiren viel Platz einräumt und sich mehr mit der Organisation identifiziert als es z. B. seine Nachfolger Sarkozy und Hollande in ihren Publikationen 2007 und 2012 tun; beide sind den starken Personalisierungstendenzen der Mediendemokratie ausgesetzt und müssen vor ihrer Parteikonformität vor allem ihre Präsidentschaftsfähigkeit als Person darstellen. Es ist jedoch festzuhalten, dass Chirac zwar deutlich seine Verbundenheit mit dem gaullistischen Gedankengut zeigt, jedoch nicht mit dem Etikett des Konservativismus. So widerspricht er einem Image seiner Person als Konservativer: „N’ayant jamais été un homme de droite au sens strict du mot, ni ce qu’on appelle un conservateur, je me reconnais sans difficultés dans une démarche politique visant à dépasser les limites idéologiques habituelles.“⁶⁷⁷ Für Chirac, so suggeriert er, ist eine politische Schublade nicht ausreichend; er steht hinter der **von ihm geschaffenen Organisation**, jedoch nicht wegen ihrer politischen Positionierung als Gegenpol z. B. zum PS, sondern weil er deren Strukturen und Werte solitär betrachtet unterstützt. Auffällig ist seine Verwendung von **Wegmetaphern** (*démarche, dépasser les limites ...*), die der statischen Assoziation des Konservativen gegenüberstehen; „[s]o wird Politik seit dem fortschrittsgläubigen Zeitalter der Aufklärung in Weg-Metaphern

⁶⁷⁵ Chirac (2009), S. 221

⁶⁷⁶ ebd., S. 116

⁶⁷⁷ ebd., S. 216

konzeptualisiert [...].⁶⁷⁸ Eine ähnliche semantische Differenzierung zwischen einem gaullistischen Politiker und einem Konservativen findet sich auch bei Sarkozy, der sich zwar als Mann der Rechten bezeichnet, jedoch auch festhält: „Le conservateur apprécie l’ordre parce qu’il est immobile. Je veux faire la synthèse de l’ordre et du mouvement.“⁶⁷⁹ Es scheint also in Frankreich sowohl in einem perspektivisch angelegten Wahlkampfbook als auch in einem retrospektiv angelegten Bilanzbuch angeraten zu sein, sich von der Assoziation des Stillstands, die mit dem Konservativen einhergeht, zu lösen, und sich über Weg- bzw. Bewegungssemantik als agil und zukunftsfähig darzustellen. Diese Unterscheidung zwischen einer mitte-rechts-gerichteten Strömung und dem Begriff des Konservativismus ist in deutschen Politikerbüchern so nicht zu erkennen und stellt eine französische Eigenheit dar.

Kohl ist mit der CDU verbunden wie wenige andere Politiker im untersuchten deutschen Textkorpus mit ihrer Partei, die einzige vergleichbare Tendenz weist Edmund Stoiber auf. Kohl sagt in seinem Buch über den Erfolg der Union (1976): „Dass die CDU so viel an Anziehungskraft gewonnen hatte, lag sicherlich zum einen an den klaren personellen Alternativen zu den Konkurrenzparteien, zum andern an dem eindeutig wiedererkennbaren politisch-programmatischen Profil der Partei, das sie durch harte Arbeit am Programm erzielt hatte.“⁶⁸⁰ Teil dieser **personellen Alternativen** zur vorigen Generation, der auch Adenauer angehörte, war natürlich Helmut Kohl selbst, und auch an der neuen inhaltlichen Ausrichtung hatte er großen Anteil – die Denkmalbildung über parteipolitische Verdienste funktioniert hier ganz ähnlich wie bei Chirac. Das **Lob auf die Partei** ist also immer auch ein Lob auf Kohl als Person, es findet hier eine Gleichsetzung zwischen Partei und ehemaligem Mandatsträger durch den Autor statt. Während Chirac den politischen Gegner kaum erwähnt, grenzt sich Kohl auch ganz dezidiert von der SPD ab:

Wir, die Christlichen Demokraten, waren nicht das Gegenteil der SPD. Wir waren nicht konservativ, wo die SPD für fortschrittlich gehalten wurde, wir waren nicht unternehmerfreundlich, wo die SPD für arbeitnehmerfreundlich ausgegeben wurde. Wir waren nicht rechts, wo die SPD links war. Wie waren immer eine Partei der Partnerschaft, eine Partei der Mitte, der Humanität. Wir waren der Anwalt dafür, dass

⁶⁷⁸ Klein (2014), S. 13

⁶⁷⁹ Sarkozy (2007), S. 24 f.

⁶⁸⁰ Kohl (2004), S. 339

*alle an der Politik teilnehmen konnten, dass niemand zum Verstummen gebracht wurde.*⁶⁸¹

Es stellt sich die Frage, ob gerade konservative deutsche Politiker in ihren Publikationen besonders mit ihrer **Parteiverbundenheit** kokettieren. Dort scheint, siehe Kohl und Stoiber, in der Rolle als Autor die Identifikation mit der Institution der Partei im Vordergrund zu stehen. Für das sozialdemokratische Lager wurde oben im Falle Steinmeiers bereits ausgeführt, dass er geeignete Facetten seiner Persönlichkeit herausstellt, um seine Glaubwürdigkeit als SPD-Politiker zu demonstrieren – eine besondere Zurschaustellung großer *Parteiverehrung* ist aber bei ihm nicht zu erkennen. Man kann sagen: Er präsentiert sich konform zu den Werten, die traditionell vom SPD-Elektorat vertreten werden, betont aber eher Parteikonformität auf dieser Werteebene als seine persönliche Verbundenheit mit der Institution der Partei; es geht eher um *Policy* als um *Polity*. Selbes gilt für Schröder; für Schmidt wurde das ambivalente Verhältnis zur SPD bereits verhandelt. Aus den Reihen der SPD stammt auch das prominenteste Beispiel der publizistischen Tätigkeit eines Politikers, die einer Demonstration institutioneller und werteorientierter Parteiverbundenheit sogar zuwiderläuft: Thilo Sarrazin, Autor von *Deutschland schafft sich ab* (DVA, 2010), *Europa braucht den Euro nicht* (2012) und *Der neue Tugendterror* (2014), war bis zu seinem im Zusammenhang mit der ersten Buchveröffentlichung stehenden Parteiausschluss Sozialdemokrat. Betrachtet man die Erfolge deutscher Autoren mit sozialdemokratischem Hintergrund, so sind auf der Liste der am häufigsten verkauften Politikerbücher von 2000 bis 2010 mit Helmut Schmidt (Plätze eins, drei und vier), Thilo Sarrazin (Platz zwei) und Gerhard Schröder (Platz fünf)⁶⁸² drei Autoren zu finden, die nicht als besonders mit der eigenen Partei verbundene (ehemalige) SPD-Vertreter bekannt sind. Es kann zwar nicht in Abrede gestellt werden, dass deutsche Politiker als Mandatsträger mehr an ihrer Parteikompatibilität gemessen werden als französische, wie oben bereits herausgearbeitet wurde. Unterschieden werden muss aber zwischen den verschiedenen Produktlebenszyklen des Politikers, wenn er in seine Rolle als Autor schlüpft, und der damit verbundenen Notwendigkeit, seine eigene Parteikonformität zu betonen. Je mehr sich die Bedeutung des Politikers aus seinem Dasein als Publizist ergibt und nicht mehr aus seiner Präsenz auf der politischen Bühne, desto mehr schwindet die Betonung *polity*-bezogener, institutioneller Parteibindung, darum muss Steinmeier als Kanzlerkandidat sich noch auf dieses Element

⁶⁸¹ Kohl (2004), S. 326

⁶⁸² vgl. Endres (2010)

stützen, Schmidt und Schröder nicht mehr. Geht die verbale Distanzierung von den Werten der eigenen Partei (und der politischen Mitte an sich) wie bei Sarrazin derart provokant vor, dass seine Lesungen unter Schutzmaßnahmen gestellt werden müssen und eine so intensive öffentliche Diskussion entsteht, dass auch seine Frau ihre Erfahrungen in einem Buch unterbringen kann (Ursula Sarrazin, *Hexenjagd: Mein Schuldienst in Berlin*, Diederichs, München 2012), sorgt allein diese weitergehende Inszenierung schon für Neugier und entsprechend hohen Absatz – und für eine höhere Anzahl an Leserkontakten.

Kohls Publikation unterscheidet sich diametral von dieser Vorgehensweise; auch als Publizist ist die eigene politische Strömung noch konstituierender Teil seines Selbstbildes. Es steht zu vermuten, dass dies neben seiner Rolle bei der Neuausrichtung der zweiten CDU-Politikergeneration nach dem 2. Weltkrieg auch dem Parteispenskandal im Vorfeld seiner Publikation geschuldet ist. Viele Kritiker warfen ihm vor, den Unionsparteien durch seine Weigerung, die anonymen Spender im Spendenskandal zu nennen, nachhaltigen Schaden zugefügt zu haben. Durch seine Buchveröffentlichung versucht er, das Bild des überzeugten Unionspolitikers fortzuzeichnen, der sich in hohem Maß für das Wohl der Partei einsetzt und an ihrer Neupositionierung nach dem zweiten Weltkrieg ebenso interessiert war wie an ihren jüngsten Entwicklungen. Dieser Aspekt seiner Person, der ihm schon als Mandatsträger inhärent war, ist auch für seine Glaubwürdigkeit als Autor wichtig.

Im Falle Chiracs ist dies ganz anders, er weist in seinem Bilanzbuch durchaus auf sein frühes Interesse an anderen politischen Strömungen hin und verortet seinen Weg zum Gaullismus als eine gute, aber durchaus nicht alternativlose Lebensentscheidung. Für Kohl gab es keine ernsthaften Überlegungen in eine andere politische Richtung : „Mir persönlich schien die SPD weder damals noch später attraktiv. Meine Anerkennung vor ihrer demokratischen Tradition habe ich der Partei nie versagt, aber die SPD in Ludwigshafen war für mich Inbegriff von doktrinärem Denken.“⁶⁸³ Alle seine beruflichen, privaten und vor allem politischen Entscheidungen bekommen in der Retrospektive des Buchs Sinn und folgen logisch aufeinander; Zögern wird im Text nicht thematisiert. Die Publikation ist auf die große Rolle, die der Politiker Helmut Kohl für die deutsche und die Weltgeschichte spielte, zugeschnitten. Hier findet eine Art von Mythenbildung statt, Kohl will sich mit der Publikation ein Denkmal setzen, was die postulierte **Stringenz** seines Lebens, wie er es im Buch aufnimmt, notwendig macht.

Chiracs Betonung der Tatsache, dass er sich auch in einem anderen politischen Umfeld hätte betätigen können – natürlich nur, bevor er als Gründer des RPR dessen Lichtgestalt wurde –

⁶⁸³ Kohl (2004), S. 63

hat eher publizistische als imagerrelevante Beweggründe. Er legt sein Buch wie eine Geschichte mit mehreren möglichen Finals an, um den Leser an seinen Gedankengängen und Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen, nicht nur an deren Ergebnissen. Dieser Aufbau generiert Spannung und erleichtert auch dem durchschnittlich an Politik interessierten Leser die weitere Beschäftigung mit dem Buch.

Sowohl Kohl als auch Chirac können für sich reklamieren, die Union bzw. den RPR tiefgreifend beeinflusst zu haben. Jedoch können auch in beiden Fällen jeweils Ürväter der eigenen politischen Strömung ausgemacht werden, die wiederum ihrerseits Kohl und Chirac beeinflussten, nämlich **Konrad Adenauer** und **Charles de Gaulle**. Es stellt sich die Frage, wie zwei selbst als Mandatsträger sehr dominante Politautoren mit diesen Parteigrößen in ihren Bilanzbüchern umgehen – hier ist eine andere Aufnahme dieser Persönlichkeiten zu erwarten als in anderen Genres des Politikerbuchs: Wahlkämpfer und Rechtfertigungsbuchautoren nutzen die **Größen der eigenen Partei**, um sich zu profilieren und in ihr Gefolge zu schreiben. Im Falle Frankreichs ist festzustellen: „Gaullism [...] served subsequent leaders of the Fifth Republic as a discursive device, if not as a guideline for policy.“⁶⁸⁴ Möglich wäre für Bilanzbuchautoren eine ähnliche Aufnahme, also eine retrospektive Vereinnahmung der politischen Vorgänger als Rollenmodell für das eigene politische Wirken, oder aber auch eine Distanzierung von ihnen, da die beiden untersuchten Autoren selbst bedeutende Persönlichkeiten des 20. Jahrhunderts sind, die sich auch ohne eine solche Anlehnung positionieren können.

Chirac bringt seine **Hochachtung für de Gaulle** im Buch pathetisch zum Ausdruck und stellt den General unter anderem als entscheidenden Faktor für seinen eigenen Weg in die Politik dar; vor dessen Rückkehr hatte er Zweifel, „[...] s’il est utile, ou même convenable, dans ces conditions, de consacrer sa vie à servir un État qui n’est plus digne de ce nom.“⁶⁸⁵ 1959 wurden diese Zweifel durch de Gaulle ausgeräumt:

*À cette date, grâce au général de Gaulle, servir l’État est redevenu une tâche exaltante. De Gaulle! Avant 1958, le Général était pour moi un personnage mythologique, au même titre que Vercingétorix et Jeanne d’Arc [...]. Quant aux Gaullistes, ils incarnaient pour moi le refus de la fatalité, l’aptitude à se lever pour dire ‚non‘.*⁶⁸⁶

⁶⁸⁴ Drake/Gaffney (1996), S. 25

⁶⁸⁵ Chirac (2009), S. 60

⁶⁸⁶ ebd., S. 64

Auch, wenn Chirac zu diesem Zeitpunkt noch nicht den Gaullisten angehörte, die Anziehungskraft der Strömung wirkte bereits auf ihn ein. Indem Chirac de Gaulle als Person verklärt, schafft er einen Trivialmythos. Die positive Darstellung de Gaulles durch alle französischen Politautoren basiert auf seiner Rolle als starker Vertreter der französischen Republik, was mit Sicherheit in seiner Bedeutung für die *Résistance* begründet liegt. „Frankreich in allen Ausdrucksformen des Widerstands, das konnte nur de Gaulle repräsentieren.“⁶⁸⁷ Der Autor Chirac widmet ein ganzes Kapitel der *Succession du général*, er nutzt also durchaus die Möglichkeit, sich in die **Gefolgschaft de Gaulles** einzuschreiben. De Gaulle gilt in nahezu allen untersuchten französischen Publikationen und so auch bei Chirac als die Referenz für gelungene Politik, er steht außerhalb eines potenziell kritisierbaren Personenkreises. Darum ist es nur logisch, wenn französische Politiker sich in seiner Gefolgschaft als Gaullisten bezeichnen und andere Attribute wie konservativ in der Selbstwahrnehmung dahinter zurücktreten.

Auf deutscher Seite ist **Adenauer** quantitativ noch sehr viel präsenter als de Gaulle in französischen Publikationen. Nahezu alle untersuchten Autoren beziehen sich auf ihn, der SPD-Politiker Schröder zwar deutlich dezenter als Unions-Politiker, bei allen jedoch ist Adenauer gegenwärtig. Allerdings ist es deutschen Autoren – zumal einem der Nachfolger Adenauers – durchaus möglich, Kritik an dessen Politik zu üben, sein Status als Lichtgestalt ist wesentlich weniger ausgeprägt als der de Gaulles in Frankreich. So äußert Kohl in seiner Veröffentlichung:

*Die Reaktion des Bundeskanzlers auf den Beginn des Mauerbaus bleibt mir bis heute unverständlich. Dass sich Konrad Adenauer nicht unmittelbar nach den ersten Meldungen über das Vorgehen des Ost-Berliner SED-Regimes in die geteilte Stadt aufmachte, werde ich niemals nachvollziehen können. Ich bin mir heute allerdings nicht sicher, ob Adenauer bei seinem Verhalten nicht dem drängenden Rat der amerikanischen Regierung nachgab.*⁶⁸⁸

Damit verbindet Kohl die Kritik am **Patriarchen** der Partei mit einem Stück Geschichte, der deutschen Teilung, das er später in seiner Amtszeit zu einem guten Ende führen konnte, und positioniert sich so als Politiker von einer Weitsicht und Unabhängigkeit, die nicht einmal Adenauer aufwies. Daneben schmückt sich Kohl als Autor mit einer detaillierten Innensicht

⁶⁸⁷ Hartmann (2007), S. 109

⁶⁸⁸ Kohl (2004), S. 134

den ersten deutschen Bundeskanzler betreffend; so erwähnt er dessen Verzicht auf eine Kandidatur für das Amt des Bundespräsidenten, nachdem Adenauer feststellen musste, „dass die Machtmöglichkeiten des Bundespräsidenten auch bei einer exzessiven Auslegung des Grundgesetzes sehr, sehr gering sind“⁶⁸⁹, erwähnt, dass der Patriarch sich mit seinem Verzicht auf eine weitere Kandidatur zur Bundestagswahl 1961 „sehr schwer tat“⁶⁹⁰ und der Meinung gewesen sei, „dass Ludwig Erhard nicht der geeignete Nachfolger als Bundeskanzler sein werde. Adenauer hielt Erhard für einen Wirtschaftsfachmann mit großen Qualitäten, hatte aber erhebliche Zweifel, ob er den umfassenden Aufgaben eines Bundeskanzlers, vor allem in der Außen- und Sicherheitspolitik, gewachsen sein würde.“⁶⁹¹ Auch, wenn Kohl Adenauers Handeln nicht immer guthieß, er inszeniert sich als Staatsmann, der die nötige **Einsicht** hat, um diese zu beurteilen. Auch verfasst er einen Nachruf auf Adenauer und erwähnt, dass dessen Tod ihn „persönlich ganz besonders“⁶⁹² getroffen habe, setzt also auch emotionalisierende Elemente ein. Schließlich nutzt er die Plattform seiner *Erinnerungen*, um sich in seiner Rolle als ehemaliger Mandatsträger von Adenauer zu distanzieren:

*Er war nie mein Vorbild, und ich sah mich auch nie als seinen Enkel. Aber ich habe ihn zu Lebzeiten und noch mehr am Ende seines Lebens als Glücksfall für Deutschland begriffen. Immer wieder werden Parallelen zwischen Adenauer und mir gezogen, doch sie sind allesamt unzutreffend. Adenauer gehörte einer anderen Generation mit einer völlig anderen Lebenserfahrung an. Kein Vergleich mit ihm stimmt wirklich.*⁶⁹³

Einen solchen Vergleich mit de Gaulle würde ein französischer Politiker wohl nicht so weit von sich weisen, wäre er aufgrund der historischen Umstände und des außergewöhnlichen Lebens des Generals auch immer mindestens ebenso unzulänglich wie der zwischen Kohl und Adenauer. Spätestens hier wird klar: Französische Politiker sehen es als Privileg, als **Erben de Gaulles** angesehen zu werden, während deutsche Politiker auf Abgrenzung zu anderen Amtsinhabern auf gleicher Ebene setzen und nicht einmal in Bezug auf den ersten Kanzler der Bundesrepublik eine Ausnahme machen. Dies mag in der Rolle begründet liegen, die Adenauer und de Gaulle im zweiten Weltkrieg spielten. De Gaulle ging aufgrund der **Kollaborationsregierung** Pétains ins Exil und organisierte von dort aus den Widerstand gegen die deutschen Besatzer. Seine Radioansprache an das französische Volk über die BBC

⁶⁸⁹ Kohl (2004), S. 126

⁶⁹⁰ ebd., S. 180

⁶⁹¹ ebd.

⁶⁹² ebd., S. 206

⁶⁹³ ebd., S. 210

gilt nach wie vor als eine seiner größten Reden. Er gründete die Widerstandsgruppe *La France libre*, versuchte, die zuvor verstreut operierenden Widerstandsbewegungen zusammenzufassen und setzte auf den Leitgedanken der *Grandeur* Frankreichs.⁶⁹⁴ Adenauer hingegen war während des Dritten Reichs nicht als **Widerstandskämpfer** aufgefallen, sondern hatte versucht, die Zeit mehr oder weniger in politischer Deckung zu überleben – erst nach Kriegsende wurde er wieder politisch aktiv. Deutsche Politiker müssen sich immer an ihrer Betätigung während der beiden Diktaturen (Drittes Reich und DDR) messen lassen; minimale Voraussetzung ist eine nicht nachweisbare politische Aktivität (vgl. auch bei Angela Merkel), im Idealfall würde aber wie bei de Gaulle aktiver Widerstand unter der Hinnahme von persönlichen Nachteilen das Bild des Politikers in der öffentlichen Meinung prägen. Diese Differenz zum Nationalhelden de Gaulle führt zu der oben festgestellten Kritisierbarkeit Adenauers und der Unantastbarkeit des Generals.

IV.4.4 Stilistische Besonderheiten des Bilanzbuchs

Auf sprachlicher Ebene weisen die Werke Kohls und Chiracs eine ganz unterschiedliche stilistische Färbung auf. So finden sich in den *Erinnerungen* des Öfteren etwas linkische Satzkonstruktionen wie „Wichtig war für mich vor allem, geistig auf dem Boden der Heimat zu stehen“⁶⁹⁵ oder „Das Gefühl der Katastrophe war 1945 durchaus vorhanden, aber natürlich erkannte ich als Fünfzehnjähriger nicht die ganzen Konsequenzen.“⁶⁹⁶ Darin ist ein Äquivalent zum Stil von Kohls Reden zu sehen, die er selbst wie folgt einschätzt: „Meine Reden zeichneten sich zwar weniger durch rhetorische Brillanz aus als durch gediegene Sachkenntnis, gewürzt mit Ironie und Spott, aber sie waren mittlerweile doch anerkannt.“⁶⁹⁷

Würde Kohl nun in seiner Rolle als Autor einen Stil anwenden, den der Rezipient in keiner Weise mit dem Duktus des Mandatsträgers in Verbindung bringen könnte, so wäre die Glaubwürdigkeit des Autors gefährdet und darüber hinaus sein Postulat, mit einem **eigenhändig verfassten Politikerbuch** an seine Leser heranzutreten. Sein Sprachstil ist grundsätzlich „eher umgangssprachlich altdeutsch und gemütsstark“.⁶⁹⁸ Diese Strategie steht ganz im Zeichen dessen, was er als gelungene politische Kommunikation definiert: „[...] den Bürgern eine berechenbare Politik zu präsentieren, die selbst für Laien einsichtig und nachvollziehbar [...]“⁶⁹⁹ ist. In der auf dieses Zitat folgenden Textpassage ruft Kohl seine

⁶⁹⁴ vgl. Schmale (2000), S. 278

⁶⁹⁵ Kohl (2004), S. 28

⁶⁹⁶ ebd., S. 45

⁶⁹⁷ Kohl (2004), S. 151

⁶⁹⁸ Pörksen, U. (2004), S. 13

⁶⁹⁹ Kohl (2004), S. 160

Verdienste rund um die Pressearbeit und den Aufbau von Kommunikationsstrukturen für die pfälzische CDU auf. Ein klarer, wenig elaborierter Stil, der möglichst breiten Bevölkerungsschichten zugänglich ist, bleibt auch Teil seiner Publikationsstrategie als Autor. Vergleichbar ist dies im Umkehrschluss mit Karl-Theodor zu Guttenberg – dieser war schon während seiner Zeit als Mandatsträger für überaus wohlformulierte Reden bekannt und behält diesen Stil aus Authentizitätsgründen auch in seinem Neupositionierungsbuch bei – sein Markenzeichen ist die absolute Einhaltung der *Puritas*.

Auch Chirac formuliert sprachlich einwandfrei. Seine Abweichung von klar strukturierten und effizient formulierten Politikerreden wird allerdings deutlich, wenn er **narrative Spannungselemente** einfügt und sein Text **romaneske Züge** erhält. Dieses Stilmittel verwendet er, wenn er z. B. Begebenheiten, in denen er vor einem Scheideweg stand, am Ende eines Absatzes abbrechen lässt und erst später auf die Entscheidung zurückkommt, anstatt chronologisch stringent abzuhandeln. Diese stilistische Eigenheit findet ihre inhaltliche Entsprechung, wenn der Autor an mehreren Stellen des Textes darauf hinweist, dass sein Leben auch anders hätte verlaufen können, sowohl familiär als auch beruflich und politisch. Es ist darin allerdings weniger ein Verstoß gegen das Gebot der *Perspecuitas* zu sehen, als vielmehr der Versuch, die Aufmerksamkeit der Leser durch Spannungselemente aufrecht zu erhalten. Im Gegensatz zu Kohl, der seinen Lebensweg nach seinem Eintritt in die Politik als geradlinig und mehr oder weniger zwangsläufig auf die Kanzlerschaft hinauslaufend darstellt, dadurch aber auch belehrend und weniger unterhaltsam wirkt, kokettiert Chirac mit dem Zufall. Unter anderem wird das durch die Verwendung der *points de suspension* an entscheidenden Stellen deutlich⁷⁰⁰ – so referiert er auf romaneske Textmuster und baut als einziger in dieser Arbeit untersuchter Autor Spannung auch sprachlich auf.

An dieser Stelle soll ein Element stellvertretend für alle in dieser Arbeit untersuchten Werke analysiert werden: Die **Verwendung von Zitaten** durch die Politautoren. Dabei sind **Eigenzitate**, die gerade in Veröffentlichungen von Politikern eine große Rolle spielen, von **Fremdzitaten** zu unterscheiden, weil sie unterschiedliche Funktionen einnehmen. Eigenzitate sind v. a. bei Kohl und Chirac unabdingbare Bestandteile ihrer Bücher. Sie bilanzieren ihr Lebenswerk, darum verwundert es nicht, dass sie häufig eigene Texte zitieren, dies ist eine Form des **Relevanznachweises**. Kohl setzt auf dem Gebiet des Eigenzitats vor allem auf die

⁷⁰⁰ vgl. Chirac (2009), S. 76 u. a.

Aufnahme eigener Reden⁷⁰¹, während Chirac im Fließtext vor allem Briefe, unter anderem an Valérie Giscard d'Estaing⁷⁰², aufnimmt. Komplette Transkripte bedeutender Reden gibt der Autor seiner Publikation in einem Anhang bei, um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen. Beide Autoren betonen ihren Anteil an der Geschichtsschreibung und liefern die eigenen Reden als Dokumente historischer Entwicklungen, weswegen diese nicht in inhaltlicher Zusammenfassung, sondern in langen wörtlichen Zitaten Teil der Publikationen werden. Beide Autoren unterscheiden sich eben nur in der Auswahl dieser Passagen; Kohls Aufnahme eigener, meist bereits öffentlich zugänglicher Reden im Text brechen mit dem **Lesefluss** und wirken wie Einschübe von historischen Quellen in einem Lehrbuch – der Autor will seine erbrachte Arbeit in ihrer ganzen Bandbreite darstellen, Zitate eigener Reden unterstreichen seine historische Bedeutung. Chirac hingegen verleiht seiner Publikation das Kaufargument der exklusiven Information, indem er persönliche Briefe an eine andere in der Öffentlichkeit stehende und kontrovers diskutierte Person dem Werk beigibt.

Was die Aufnahme von **Fremdzitaten** angeht, so ist auffällig, dass sowohl deutsche als auch französische Politiker ihre Werke gerne mit Zitaten von Literaten, Parteigrößen und Philosophen schmücken. Durch das Zitat wird einerseits eine Positionierung in einem bestimmten gedanklichen Kontext erreicht, darüber hinaus andererseits aber auch Belesenheit demonstriert. Diese letzte Komponente kommt dem Ideal des Philosophenregenten entgegen, nach der ein Volk sich die Legitimation seines Herrschers durch „[...] besondere Befähigung, namentlich Weisheit“⁷⁰³ wünscht. Eine bilaterale Tendenz ist zu erkennen: Deutsche Politiker präferieren Zitate von Philosophen, Wirtschafts- und Staatstheoretikern oder Größen aus der Politik. So zitiert Stoiber des Öfteren Bonmots von Franz-Josef Strauß, den Historiker Golo Mann und den Politiker Winston Churchill. Gerhard Schröder referiert auf Derrida und Habermas, Peer Steinbrück auf Wilhelm II, Helmut Schmidt u. a. auf Max Weber und Immanuel Kant. Diese Zitate dienen der Untermauerung eigener Thesen, der Darstellung des eigenen Einblicks in theoretische Konstrukte und der Demonstration der eigenen kulturellen Bildung. Französische Autoren hingegen appellieren sehr stark an das nationale kulturelle Erbe, und das auf schöngeistiger, weniger z. B. auf wirtschaftstheoretischer Ebene. So zitiert Hollande Montaigne, Du Bellay und Lamartine, Nicolas Sarkozy Ben Jelloun, Malraux und Baudelaire; Raffarin gibt immerhin französischen Politikern Raum. Die Konzentration auf die eigene Kultur ist überdeutlich. Chirac hingegen macht in seinen Memoiren eine überraschende Ausnahme, indem er den Worttitel *Chaque pas doit être un but* auf ein Zitat

⁷⁰¹ vgl. Kohl (2004), S. 253, 320, 474 u. a.

⁷⁰² vgl. Chirac (2009), S. 198–200 u. a.

⁷⁰³ beide Kloocks/Kohn/Przybylla (2006), S. 146

Goethes aus einem Gespräch mit Eckermann bezieht; ein etwas ausführlicherer Textauszug wird dem Leser vor der Lektüre als **Motto** des Textes vorgestellt. Zwar bewegt sich Chirac, wie es in Frankreich üblich scheint, auf dem Gebiet der Kultur, zitiert jedoch einen deutschen und keinen französischen Schriftsteller. Er positioniert sich in seiner gesamten Publikation wie auch während seiner Amtszeit als sehr interessiert an kulturellem Erbe auch und gerade anderer Nationen, sodass die Wahl von Titel und Diktum authentisch wirkt. Darüber hinaus zollt der Autor dem ausgeprägten Nationalstolz der *Gande Nation* Tribut, indem er dem zweiten Band der Memoiren, *Le temps présidentiel*, die **Werkszueignung** „den Franzosen“ beigibt. Bezeichnend ist die Wahl der Mittel je Band: Im ersten Teil der Bilanz geht es um den Privatmann, den Algerien-Kämpfer, den zunächst unerfahrenen Berufspolitiker Chirac, der als junger Mann seine Interessen sondiert und sich schließlich für ein ganz der Politik gewidmetes Leben entschied. Danach aber, während *Le temps présidentiel*, ist sein ganzes Leben und somit auch seine Publikation dem Wohl der Nation und eben der Franzosen untergeordnet, so suggeriert er.

Bereits oben wurde auf die besondere **Bedeutung der letzten Passagen** einer jeden Publikation hingewiesen – aus diesem Grund soll auch im Bereich der Bilanzbücher ein Vergleich dieser Textstellen vorgenommen werden. Sowohl Kohl als auch Chirac beenden den ersten Teil ihrer Memoiren inhaltlich mit der Wahl in das höchste Staatsamt. Darum sind auch die jeweils letzten Sätze ihrer Publikationen dem Wahlsieg gewidmet. Chirac schlägt auf emotionaler Ebene einen Bogen von seinen Wurzeln über das Volk, das ihn eben zum Staatschef gewählt hat, bis zum Lob der *Grande Nation*: „Cette victoire, je la dédierai, ce soir-là, à la mémoire de mes parents et à tous ‚les patriotes simples et droits‘ qui ont fait de la France une nation tolérante, fraternelle, inventive et conquérante. Celle en qui je crois depuis toujours.“⁷⁰⁴ Mit diesem Schlusssatz ist die Publikation endgültig abgeschlossen, es findet sich kein Verweis auf den zweiten Teil der Memoiren, die teilweise romanesk anmutende Geschichte von Jacques Chirac bis zu seiner Wahl ins Präsidentenamt ist in sich geschlossen. Weniger pathetisch, vielmehr pragmatisch analysierend geht Kohl im letzten Absatz seines Buches auf den Anteil des FDP-Chefs an seinem Wahlsieg ein: „Nach meiner Wahl hatte ich ein kurzes Gespräch mit Hans-Dietrich Genscher. Ich dankte ihm für seine Unterstützung. Ohne sein besonnenes Handeln seit dem 17. September 1982 und seinen unbeirrten Kampf gegen zahlreiche Widersacher wäre ich nicht der sechste Bundeskanzler der Bundesrepublik

⁷⁰⁴ Chirac (2009), S. 428

Deutschland geworden.⁷⁰⁵ Es erstaunt, dass der Machtmensch Helmut Kohl nicht seinen eigenen Erfolg feiert, sondern dem Anteil eines anderen daran die letzten Sätze seines Buches widmet. Eine mögliche Erklärung dafür mag das umstrittene **Misstrauensvotum** gegen Helmut Schmidt sein, das der ersten Kanzlerschaft Kohls vorausging – er kam eben nicht durch Neuwahlen, sondern zunächst über diesen Sonderweg der Verfassung ins Amt. Die emotionale Komponente wird durch das hinter diesem Abschnitt abgedruckte Gratulationsbild mit Hannelore Kohl eingeführt, auf verbaler Ebene analysiert Kohl jedoch scheinbar rational die Umstände seines Amtsantritts als Bundeskanzler.

Abschließend ist eine Besonderheit bei Kohl zu nennen, die mit dem oben beschriebenen Glaubwürdigkeitsverlust durch die Parteispendenaffäre zusammenhängt. Kohl zitiert im ganzen Buch auf eine Kommastelle genau angegebene Wahlergebnisse – nicht nur die eigenen, sondern beginnend mit den Wahlen Adenauers nach dem 2. Weltkrieg. Eine solche Häufung ähnlicher Fakten ist weder bei Chirac noch bei einem anderen Autor zu finden. Dies liegt nun nicht in der Tatsache begründet, dass Kohl ein Stück **Geschichtsschreibung** vorlegen und darum besonders genau argumentieren möchte. Es handelt sich vielmehr um einen Kunstgriff, der dem Wirkziel des *Probare*, des Beweisens dient. Historische Wahlergebnisse sind verlässliche, nicht manipulierbare und leicht nachprüfbar Fakten – mit dem Zitat solcher Daten suggeriert Kohl Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit auch für den restlichen Text, und vor allem auch an Stellen, die weniger leicht nachprüfbar sind bzw. an denen sich seine Darstellung mit der Auffassung anderer Personen nicht deckt. Dies ist klar als Tribut an das möglicherweise fehlende Vertrauen der Leserschaft in die Schilderungen des Autors Kohl anzusehen – notwendig gemacht hat es das Verhalten des Mandatsträgers Kohl.

Um ein Fazit zu diesem Kapitel zu ziehen, muss zwischen Bilanzbüchern an sich, für die Chiracs Werk ein prototypisches Beispiel ist, und der speziellen Konstellation im Falle Helmut Kohls unterschieden werden. Ganz grundsätzlich ist festzuhalten, dass Bücher sich als Medium zur Archivierung von bedeutenden Daten und Fakten anbieten. Wenn zu den bisher behandelten Genres von Politikerbüchern noch die Frage gestellt werden könnte, ob ihre Botschaften nicht auch oder vielleicht sogar effizienter über einen anderen medialen Kanal vermittelt werden können, so ist das im Fall des Bilanzbuchs gänzlich unmöglich. Zum einen liegt das in seiner **archivarischen Funktion** begründet, die Borges wie oben schon erwähnt als eine Art Stütze des kollektiven Gedächtnisses⁷⁰⁶ benennt. Auch und gerade im Zeitalter

⁷⁰⁵ Kohl (2004), S. 648

⁷⁰⁶ vgl. Borges (1982), S. 118

günstigster Datenspeicher und weltweiter Vernetzung verleiht das Festhalten im Druck dem Wort besonderes Gewicht. Darüber hinaus ist die Veröffentlichung eines Buches mit gewissem Prestige für den Autor verbunden; diese Komponente wäre im Fall eines Zeitungsinterviews, einer Online-Pressemeldung, eines Fernsehinterviews weniger ausgeprägt und vor allem sehr vergänglich. Weder Fernsehen noch Internet oder Radio sind in dieser Form zur Denkmalbildung geeignet wie das Medium Buch. Schließlich ist das Bilanzbuch weit von tagesaktuellen Geschehnissen entfernt, die historische Komponente ist so vordergründig, dass Aktualität nur eine untergeordnete Rolle spielt. Die größere Geschwindigkeit, mit der sich Botschaften über andere Medien verbreiten lassen, ist hier nicht relevant. Somit ist das Bilanzbuch als das Genre von Politikerbüchern einzuordnen, das am meisten mit dem Vermittlungskanal Buch kohärent ist, dessen Notwendigkeiten am besten zu den Vorteilen dieses Mediums passen und für das mögliche Nachteile am wenigsten ins Gewicht fallen.

Gesondert betrachtet werden muss Helmut Kohls Reihe von Bilanzbüchern. In seinem Fall eröffnet sich auf der Ebene der Buchveröffentlichung ein neues Feld des Rechtfertigungszwangs und persönlicher Angriffe, die so für einen Bilanzbuchautor im Grunde nicht zu erwarten sind. Bei ihm hat nicht, wie z. B. bei Helmut Schmidt, zum Publikationszeitpunkt bereits das Vergessen politischer Niederlagen eingesetzt. Wenn die Ereignisse am Ende seiner Amtszeit rund um die Spendenaffäre in den Hintergrund rücken, dann nur vor ungeheuerlichen, aktuellen Enthüllungen rund um sein Privatleben. Dies gefährdet die **Denkmalbildung** über das Bilanzbuch und stellt die Publikation vor ein **Glaubwürdigkeitsproblem**. An diesem Beispiel wird festgestellt, dass das zu erreichende Ziel bei der Publikation von Bilanzbüchern mehr als bei anderen Genres von den realweltlichen Gegebenheiten rund um den Erscheinungszeitpunkt und darüber hinaus anhängig ist. Dass der Autor eines Skandalmanagementbuchs kontrovers diskutiert wird, ist nicht verwunderlich – der Autor einer Lebensbilanz sollte jedoch über Zweifel an seiner Integrität und Glaubwürdigkeit erhaben sein. Dies ist Kohl nicht gelungen, die Gegenpublikationen sprechen eine klare Sprache.

V Fazit

*Dann ist das Buch für euch! Lest! – Oder nein?
Seid ihr gar zu abgeklärt, ihr heutigen Knaben?*⁷⁰⁷

Um das Medium Politikerbuch zu analysieren, wurden in der vorliegenden Arbeit zwei Ebenen aufgespannt: Einerseits jene des Mediums Politikerbuch als Mittel zur politischen Kommunikation, das mit einer großen Anzahl an Konkurrenzangeboten konfrontiert ist, und andererseits eine inhaltliche Ebene, zu der sowohl der spezifische Inhalt des jeweiligen Buchs als auch der landesspezifische Hintergrund gehört, vor dem es publiziert wird.

Die Untersuchungen in dieser Arbeit haben gezeigt, dass Bücher auf eine andere Art und Weise, nämlich langsamer, scheinbar seriöser und nachhaltiger, den **Kommunikationsbedarf von Politikern** abdecken. Nachteilig wirken sich gerade im Vergleich mit dem Medium Fernsehen/TV-Talkshow der Mangel an (bewegten) Bildern und das Aktualitätsdefizit aus, positiv ist jedoch der defragmentierte Informationsfluss und die Archivierbarkeit und Überprüfbarkeit von Aussagen durch das Festhalten im Druck. Es gibt eine Schnittmenge aus einem tendenziell buchaffinen und einem tendenziell politikaffinen Publikum, was Politikerbüchern eine Rezipientenschaft verspricht. Aus kommunikationstheoretischer Perspektive bieten Bücher dem Politiker die Möglichkeit, ohne Vermittlung über Journalisten oder andere Gatekeeper, nur via Medium, mit ihren Inhalten an ihre Wähler heranzutreten. Problematisch ist die Tatsache, dass Kommunikation nur durch jene Bücher überhaupt stattfindet, die gelesen oder wenigstens wahrgenommen werden. Bereits im beschränkten untersuchten Textkorpus ist festzustellen, dass einige Politikerbücher Bestseller sind, während andere sehr geringe Auflagen aufweisen – ob durch sie **gelungene Kommunikation** betrieben wird, ist fragwürdig. Darüber hinaus sind auch Politikerbücher keineswegs frei von Inszenierung – diese ist im Gegenteil eine ganz zentrale Komponente, denn Politiker müssen auch in ihrer Rolle als Autoren auf ihre vorteilhafte Positionierung achten.

Sowohl das Verhältnis von Sender und Empfänger einer Nachricht als auch die Nachricht selbst verändern sich je nach Kanal, also je nach Medium, über das die Nachricht verbreitet wird. Das Buch suggeriert eine größere Konzentration auf Inhalte als bildfokussierte Medien – jedoch dienen auch Politikerbücher klar dem **Imageaufbau bzw. der Imagepflege** der Autoren. Diese sind nicht rein extrinsisch motiviert, wenn sie publizieren. Es geht ihnen bei der Buchveröffentlichung nicht ausschließlich, ja oft nicht einmal vorrangig, um politische

⁷⁰⁷ Stevenson, Robert Louis (2010): An den unentschlossenen Käufer. Vorangestellt dem Roman *Die Schatzinsel*. Ditzingen: Reclam.

Kommunikation um der Inhalte willen. Die Möglichkeit, die eigene Person über eine Buchveröffentlichung zu **profilieren**, weitere **Inszenierungsmechanismen** auszulösen und dadurch auch andere mediale Kanäle zu bespielen, darf nicht außer Acht gelassen werden, ebenso wenig der monetäre Aspekt eines gut abverkauften Titels. Auch Bücher sind Teil der Selbstdarstellung von Politikern und können nicht als isoliertes Kulturgut ohne weitere Funktionen angesehen werden; Politiker greifen hier ebenso wie in ihren öffentlichen Reden auf eine gezielte Themenauswahl und rhetorische Mittel zurück, um zu überzeugen. Ursache für die Instrumentalisierung von Politikerbüchern zur Inszenierung der eigenen Person ist jedoch auch das Nutzungsverhalten bzw. politische Verhalten der Bürger. In einer Demokratie, deren Vorhandensein Grundvoraussetzung für die hier untersuchten Politikerbücher ist, haben Wähler eine große Macht, sowohl politisch als auch als Teil der Öffentlichkeit, die z. B. Personalisierungstendenzen befördert und Inhalte weniger bereitwillig konsumiert als **Trivialmythen**. Selbstinszenierung ist in Mediendemokratien für Politiker leicht zu bewerkstelligen und auch notwendig, nimmt die **Inszenierung** jedoch überhand und wird aufgedeckt, ist der Imageschaden groß – die Wahl des richtigen Kanals für politische Kommunikation ist in einer Demokratie darum sehr wichtig. Das Politikerbuch kann helfen, Trivialmythen aufzubauen, ohne ostentativ den Inszenierungscharakter von politischer Kommunikation in den Vordergrund zu rücken. Angesichts der akuten Vermittlungsprobleme, denen sich die Politik in westlichen Demokratien des 21. Jahrhunderts gegenübersteht, muss eine solche Möglichkeit genutzt werden, um Wähler zu erreichen.

Der deutsche und der französische Buchmarkt profitieren gerade in Wahljahren von der Autorschaft von Politikern. Die große Bedeutung, die Spitzenkandidaten für den Ausgang von Wahlen in beiden Ländern haben, kommt ihrer Bedeutung als Autoren zugute. Die Marke eines Politikernamens ist ein verkaufsförderndes Element und kann die Neugier der Leser wecken, sodass die in beiden Ländern präsente Politikverdrossenheit dadurch überlagert wird. Ein sinnvoller Einsatz von Politikerbüchern zur politischen Kommunikation hängt in erster Linie von der Beachtung des *Aptums* ab. In welcher Phase seines **Produktlebenszyklus** der Politiker publiziert, welche äußeren Faktoren seine Strategie beeinflussen, welche Rezipientenschaft er gezielt ansprechen will und welche inhaltlichen und paratextuellen Elemente er verwendet, um seine Botschaft einzubetten, all diese Fragestellungen muss er berücksichtigen, um erfolgreich zu publizieren. Erfolgreich bedeutet in diesem Fall a) Leser mit politischen Inhalten zu erreichen und b) die positive Positionierung des Politikers als Mandatsträger voranzutreiben.

Die unterschiedlichen politischen Systeme in Deutschland und Frankreich bringen verschiedene Ausprägungen von Politautoren und Publikationstypen und -strategien hervor. Ein Faktor ist jedoch in beiden Ländern gleich: **Die primäre Botschaft von Politikerbüchern ist nicht Politik.** Das Ziel einer Publikation ist es nicht, Fakten vorzulegen und gegeneinander abzuwägen oder Richtungsentscheidungen voranzutreiben – das Printformat für solche Inhalte ist die Regierungserklärung oder das Parteiprogramm. Vielmehr tragen Politikerbücher den **Personalisierungstendenzen** moderner Demokratien Rechnung, Politiker schlüpfen in die Rolle des Autors, um sich selbst in ihrer Rolle als Mandatsträger aufzuwerten, um *Policy* zu betreiben. Dabei wird nicht vorrangig versucht, Zustimmung zur eigenen Politik, sondern vielmehr zum Politiker als Person zu generieren. Auch Wegweisungen und Bilanzen werden nur in zweiter Linie als Verschriftlichung von Expertenwissen oder Geschichtsschreibung angelegt, zuerst dienen sie zur Positionierung des Politikers als Publizist. Dieser Befund wird kenntlich durch diverse Inszenierungs- und teilweise auch **Instrumentalisierungsstrategien**, die in der vorliegenden Arbeit analysiert wurden. Die exponierte politische Funktion, die Politiker-Autoren einnehmen, kommt der Inszenierung zugute.

Abschließend ergab die Untersuchung, dass Politikerbücher kein Randphänomen sind. Sowohl die große Zahl an Autoren als auch die Verkaufserfolge von Autoren wie Helmut Schmidt, Lionel Jospin und Gerhard Schröder und das ungebrochen große Medienecho auf Buchveröffentlichungen belegen die Relevanz des Genres aus wirtschaftlicher Sicht. Inhalte und peritextuelle Elemente wirken zusammen, um den Verkaufs- bzw. Wahrnehmungserfolg des Buchs zu fördern.

Um die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit sinnvoll zusammenzufassen, wird im Folgenden auf ein antikes Regelwerk für eine bestimmte literarische Gattung referenziert und in Analogie dazu ein solches für das Politikerbuch erstellt: eine **Poetik des Politikerbuchs.**

Es geht dabei um Bestandteile solcher Werke, die konstituierend für die Textsorte sind und im Folgenden zusammengefasst werden. Aristoteles schreibt in seiner Poetik:

*Von der Dichtkunst selbst und von ihren **Gattungen**, welche **Wirkungen** eine jede hat und wie man die **Handlungen** zusammenfügen muß, wenn die Dichtung gut sein soll, ferner aus wie vielen und was für **Teilen** eine Dichtung besteht, [...] wollen wir hier handeln [...].*⁷⁰⁸

Die **Gattungen des Politikerbuchs** sind das Erst- und das Neupositionierungsbuch, das Rechtfertigungsbuch, das Wegweiserbuch und das Bilanzbuch. Es wurde herausgearbeitet, dass diese Gattungen sich entlang des Produktlebenszyklus eines Politikers als Mandatsträger entwickeln. Je weiter der Produktlebenszyklus des Politikers als (potenzieller, amtierender oder ehemaliger) Mandatsträger voranschreitet, desto dominanter wird sein **Profil als Publizist** und desto mehr nimmt sein Profil als Berufspolitiker ab, was mit dem Austritt aus der aktiven Politik bei Wegweiser- und Bilanzbuchautoren ganz natürlich ist. So ist also klar eine Grenze zwischen den Genrepaketen Positionierungs-/ Rechtfertigungsbuch und Bilanz-/ Wegweiserbuch und festzumachen, die parallel zu dem Zeitpunkt verläuft, an dem der Autor in seiner Rolle als Mandatsträger aus der aktiven Politik ausscheidet: Im ersten Fall ist der Politiker noch in erster Linie Mandatsträger, im zweiten Fall vorrangig Publizist. Dies wirkt sich auf die via Buch verbreiteten Inhalte und die Ausrichtung der Publikationen aus.

Die **Wirkungsabsicht von Politikerbüchern** liegt immer in der Überzeugung des Lesers und Wählers, jedoch, wie oben bereits festgehalten, nicht in erster Linie von politischen Sachverhalten, sondern vielmehr vom Autor und Politiker selbst. Politikerbücher werden als imagebildende Maßnahme eingesetzt, um Sympathien und Vertrauen zu generieren, zu festigen oder zurückzugewinnen. Dies ist sowohl für aktive Politiker als auch für politische Publizisten notwendig, die einen werben um Zustimmung zu ihrer Person in Ausübung des Amtes oder bei der nächsten Wahl, die anderen in Bezug auf die potenzielle Leserschaft ihrer Publikationen. Ihr erstes Ziel ist die **Persuasion**, darüber hinaus sind die Sprachhandlungen des **Werbens** und **Legitimierens** sehr präsent. Die rationalen Wirkziele des *Docere* und *Probare*, des Informierens und Argumentierens, stehen in ihrer Bedeutung für Politikerbücher hinter den Affektzielen zurück; die größte Bedeutung kommt dem zweckgebundenen Wirkziel des *Conciliare*, der Überzeugung der Rezipientenschaft von einem außertextuellen Gegenstand, zu. Der Politiker publiziert, um gewählt zu werden, um die Folgen eines Skandals abzumildern, um sich ein Denkmal zu setzen etc., nicht aus primär literarischen

⁷⁰⁸ Aristoteles, zitiert nach Fuhrmann (1994), S. 5

Motiven. Zu diesem Zweck setzt er unter anderem das zwecklose Affektziel des *Delectare*, des „ästhetischen Genu[sses] des Publikums“⁷⁰⁹ ein, indem er über narrative Elemente, Anekdoten, Bildblöcke usw. unterhaltende Elemente einfügt und ein angenehmes Leseerlebnis schafft.

Die aristotelischen **Handlungen**, die im Politikerbuch jeweils eingebaut werden müssen, sind länder- und genrespezifisch unterschiedlich. Dazu gehört unter anderem die Feststellung, dass französische Autoren in Positionierungs-, Rechtfertigungs- und Wegweiserbüchern selten ihre Kindheit/Biografie einbauen, während deutsche Politiker schon aufgrund der geringeren Publikationsdichte pro Autor oft Biografisches und Politisch-Programmatisches in einer Veröffentlichung abhandeln. Privates kommt in den untersuchten französischen Publikationen nur zur **Emotionalisierung**, weniger zur Imagebildung, vor, in Deutschland sind beide Varianten vertreten. Der **Stellenwert**, den die **eigene Partei** in Politikerpublikationen einnimmt, ist in Frankreich aufgrund der geringeren Bedeutung, die Parteien im politischen System zukommt, geringer als in Deutschland, wo die Partei trotz Personalisierungstendenzen immer noch wichtig für die Profilierung eines Politikers ist.

Im Wahlkampfbuch muss eine verbale Distanzierung vom politischen Gegner stattfinden, im Neupositionierungsbuch eine Erklärung und Relativierung des skandalisierten Faktums, im Rechtfertigungsbuch eine Demonstration großer Entscheidungsfreudigkeit und Zielstrebigkeit während der zu rechtfertigenden Legislaturperiode. Im Wegweiserbuch ist der Verweis auf kritische aktuelle Entwicklungen ebenso unabdingbar wie die Präsentation von Lösungsansätzen, und das Bilanzbuch muss aus biografischen und politischen Erinnerungen bestehen und jene historischen Gegebenheiten in den Fokus setzen, die den Status des Autors als Politiker von Weltrang stützen. Wegweiser- und Bilanzbuchautoren müssen ihrem Status als Externe des politischen Tagesgeschäfts Rechnung tragen, indem sie sich den Nimbus des überparteilichen Ratgebers geben.

Teile, aus denen Politikerbücher zusammengesetzt sind, sollen als Elemente verstanden werden, die allen Büchern, gleich welchen Genres, gemein sind. Wichtigstes Element ist der Aufbau von **Trivialmythen**. Alle Politautoren bauen solche Elemente ein, um ihrer Person in der Rolle als Mandatsträger Sympathien zu gewinnen, Personalisierungs- und Individualisierungstendenzen zu begegnen und Interesse zu generieren. Solche Mythen werden sowohl um das Privatleben und die Person des Politikers aufgebaut, als auch um

⁷⁰⁹ Plett (2001), S. 3

politische Entscheidungen und Ereignisse, die der Öffentlichkeit nicht zugänglich sind und sich darum zur Mythenbildung eignen.

Im Skandalmanagementbuch lässt sich direkt eine Stelle aus der Poetik des Aristoteles anwenden, die dieser für die Konzeption von Charakteren in der Tragödie vorschlägt und die der Art und Weise entspricht, wie sich Neupositionierungsautoren im Buch darstellen müssen: Sie müssen scheinen als jemand, „der nicht trotz seiner sittlichen Größe und seines hervorragenden Gerechtigkeitsstrebens, aber auch nicht wegen seiner Schlechtigkeit und Gemeinheit einen Umschlag ins Unglück erlebt, sondern wegen eines **Fehlers** [...]“⁷¹⁰ Dies ist als prototypische Anweisung für einen Autor des genannten Genres anzusehen: Ihm ist von einer Glorifizierung der eigenen Person abzuraten, er muss den skandalisierten Fakt als persönlichen Fehler darstellen, um rehabilitiert werden zu können. Im Falle zu Guttenbergs gelingt dies, im Falle Datis nur sehr mäßig – Wulffs Fall ist anders gelagert, da der skandalisierte Gegenstand zum Publikationszeitpunkt bereits ausgeräumt ist; er kann als Autor seine Person als Mandatsträger als absolut integer darstellen, weil er von einer übergeordneten Instanz von allen Vorwürfen freigesprochen wurde.

Auch in einem weiteren Punkt kann ein Element der Poetik/der Tragödie auf Politikerbücher angewendet werden: Aristoteles spricht davon, dass es sich bei dem im Text verhandelten Gegenstand um etwas „**Schaudervolles und Jammervolles**“⁷¹¹ handeln muss. Dies hat bei Aristoteles selbstverständlich andere Gründe als im Politikerbuch, allerdings werden auch hier kritische Situationen, Krisen, politische Ereignisse mit Zäsurcharakter, Katastrophen etc. vom Autor verwendet, um den Mandatsträger als Manager solcher Extremsituationen darzustellen und – evtl. noch wichtiger – das Interesse des Lesers wach zu halten. Schlechte Nachrichten haben einen höheren Nachrichtenwert, aktivieren ein höheres Aufmerksamkeitspotenzial als gute, das gilt für periodisch erscheinende Medien und das Fernsehen ebenso wie für das Politikerbuch. So werden Missstände im Wahlkampfbuch dramatisiert, Herausforderungen im Rechtfertigungsbuch hochstilisiert, aktuelle Probleme im Wegweiserbuch besonders dramatisch dargestellt, um dem Leser Aufmerksamkeit abzurufen und, vor allem im letzten Fall, die Autorschaft zu legitimieren.

Ein weiteres Element, das in französischen Publikationen nicht fehlen darf, ist der **Appell an den Nationalstolz**. Zeigt sich Frankreich noch immer von großem Nationalbewusstsein und der Idee des Philosophenregenten geprägt, so sind in Deutschland Volksnähe und Kompatibilität mit europäischen und weltweiten Partnern *en vogue*. Sicherlich spielt auch das

⁷¹⁰ Aristoteles, zitiert nach Fuhrmann (1994), S. 39

⁷¹¹ ebd., S. 33

unterschiedliche historische Erbe eine Rolle, wenn Politiker beider Länder zur Feder greifen: Deutsche Politiker schreiben im Untersuchungszeitraum zwischen 2002 und 2012 vor dem Hintergrund einer relativ jungen Demokratie, deren Gründung nach einem verheerenden, von Deutschland ausgehenden Krieg erfolgte und die lange durch die Teilung direkter Schauplatz des kalten Krieges war. Frankreich hingegen kann sich als Wiege der Menschen- und Bürgerrechte feiern und war mit den Begriffen Demokratie und Republik seit Jahrhunderten immer wieder konnotiert. So scheint es nur folgerichtig, wenn Politiker links des Rheins ihr Wahlvolk über Bücher ansprechen, indem sie auf die Folie der *Grande Nation* setzen und über die inkludierende Wirkung der französischen Kultur Volksnähe schaffen. In Deutschland funktioniert dies über Regionalität, die Betonung der eigenen regionalen Herkunft und Bodenständigkeit, also über eine direkte Identifikation mit der Person des Politikers und weniger über einen gemeinsamen Stolz auf die eigene Republik und ein Aufschauen zum Staatsherrn. Die Betonung **regionaler Identifikationsfolien** rührt mit Sicherheit auch vom föderalistisch aufgebauten Staatsgefüge in Deutschland her: Dort sind Bundeskanzler oft zuvor als Regierungschefs eines Bundeslandes erfolgreich und weiten von dort ihren Ruf als kompetente Politiker aus, während in Frankreich das politische Parkett in Paris von unumstrittener Bedeutung ist und die Regionalparlamente weniger Einfluss auf die nationale Regierung haben als das in Deutschland schon durch die Ländervertretung im Bundesrat der Fall ist. Das zentralistische System Frankreichs führt dazu, dass Entscheidungen von großer Tragweite auch für die Regionen in der Hauptstadt gefällt werden, während in Deutschland das Subsidiaritätsprinzip gilt und wichtige Bereiche wie das Bildungswesen Ländersache sind. So ist ein Politiker, der sich auf Landesebene qualifiziert und in seinem Buch die Erfolge in einem Bundesland herausstreicht, auch als Anwärter auf das höchste Staatsamt denkbar.

Ganz grundsätzlich muss aber festgehalten werden, dass das konstituierende Element aller Publikationen die **Suggestion** ist, egal, um welchen Gegenstand, um welche „Handlung“, um welchen „Teil“ es sich dreht. „Durchweg dominieren Verfahren, die auf Suggestion setzen, d.h. [sic!] auf Wirkungen, die die Rezipienten intuitiv fesseln und gleichzeitig an der kritischen Distanz zur Äußerung hindern sollen.“⁷¹² Dies ist das Credo von Politikerbüchern – sie müssen nicht buchhalterisch Wahrheiten aneinanderreihen, sondern den Leser und Wähler einfangen und im vom Autor intendierten Sinne steuern.

Aristoteles schreibt: „Man muß auch bei den Charakteren – wie bei der Zusammenfügung der Geschehnisse – stets auf die Notwendigkeit oder Wahrscheinlichkeit bedacht sein, d. h. darauf, daß es notwendig oder wahrscheinlich ist, daß eine derartige Person derartige sagt

⁷¹² Klein (2014), S. 39

oder tut, und daß das eine mit Notwendigkeit oder Wahrscheinlichkeit auf das andere folgt.“⁷¹³ Dieses Diktum lässt sich auch auf zwei Bereiche anwenden, die für Politikerbücher und für politische Kommunikation im Allgemeinen sehr wichtig sind: **Glaubwürdigkeit** und **Authentizität**. Ein latenter Inszenierungsverdacht aufseiten der Bürger/Leser wird übermächtig, wenn offensichtlich gegen eines dieser Kriterien verstoßen wird. Einerseits muss der Autor alle Taten des Mandatsträgers, die er abbildet, als stringent aufeinander folgend und konsequent darstellen. Andererseits muss er alle Elemente, die er zur Profilierung des Mandatsträgers verwendet, so wählen, dass sie zu der inszenierten Persönlichkeit des Mandatsträgers passen. Dies gilt für inhaltliche Aspekte des Buchs ebenso wie für dessen weiterführende Vermarktung – das Idealbeispiel dafür ist der bei seiner Buchpräsentation rauchende Helmut Schmidt im Thalia-Theater, der den Trivialmythos des unangepassten, aber hochgeschätzten, altersweisen Ratgebers verkörpert.

Schließlich muss in Bezug auf **weibliche Politautoren** ein Fazit gezogen werden. Da Politiker sich in ihren Büchern wie Charaktere eines Dramas verkaufen, sich selbst so darstellen, dass bestimmte Handlungen logisch erscheinen und bestimmte Schlüsse über ihren Charakter gezogen werden, soll auch in diesem Fall auf Aristoteles‘ Theorien zurückgegriffen werden. Dieser hielt in seiner Poetik folgenden Befund zum Stichwort der Angemessenheit fest, was weibliche Protagonisten angeht: „Eine Frau kann nämlich tapfer von Charakter sein, aber es ist nicht angemessen, daß sie in derselben Weise tapfer oder energisch ist wie ein Mann.“⁷¹⁴ Diese Vorstellung entspricht im 21. Jahrhundert nicht mehr dem Zeitgeist, jedoch muss gerade auf dem Feld der Politik immer noch eine unterschiedliche Positionierung durch und ein unterschiedlicher Umgang mit männlichen und weiblichen Politikern festgestellt werden – dies schlägt sich auch in Politikerbüchern nieder.

Betrachtet man die Publikationen genderspezifisch, so kann keine allgemeingültige Aussage mit Landesbezug getroffen werden. Einerseits ist die Anzahl an Publikationen weiblicher Autoren, die untersucht wurden, schon deswegen beschränkt, weil nur wenige Frauen auf dem für diese Arbeit festgelegten Niveau von politischer Macht agieren. Um belastbare Ergebnisse vorweisen zu können, müsste ein größerer Untersuchungsrahmen abgesteckt werden, der jedoch momentan mangels weiterer Autorinnen nicht gegeben ist. Eine Erkenntnis lässt sich jedoch aus der Politikforschung auch auf das Feld der Politikerbücher applizieren, nämlich die Tatsache, dass für weibliche Aspiranten auf höchste Ämter keine vorgeformten

⁷¹³ Aristoteles, zitiert nach Fuhrmann (1994), S. 49

⁷¹⁴ ebd., S. 47

Lösungsansätze für diverse Sachverhalte vorhanden sind. Da sie noch Ausnahmen in einem männlich dominierten Betätigungsfeld darstellen, können Politikerinnen bisher noch nicht auf den Erfahrungsschatz von Vorgängerinnen zurückgreifen. Dies gilt für den Wahlkampf und den Auftritt auf dem politischen Parkett an sich, aber auch für die Autorschaft von politischen Büchern. Angela Merkel wählt den Weg einer Nachahmung männlicher Publikationskonzepte, während Ségolène Royal auch weibliche Akzente zu setzen versucht. Es bleibt eine offene Forschungsfrage, wie sich weibliche Politiker in Zukunft positionieren, ob sie ihre Weiblichkeit ausspielen oder sie ignorieren – und wie sich diese Entwicklungen publizistisch auswirken.

Damit ist das Feld der möglichen weiteren Forschungsansätze erreicht. Das Thema „Politikerbücher“ lässt viele weitere Fragestellungen zu. Ein Forschungsansatz wäre in der komparatistischen Untersuchung von Politautoren anderer politischer Ebenen, z. B. im kommunalen Bereich, zu finden – dies würde auch für den eben verhandelten Genderzugang eine breitere Datenbasis schaffen. Dieser Ansatz könnte um eine Komponente aus dem angelsächsischen Sprachraum ergänzt werden, denn hier findet sich eine andere politische Mentalität und, im Falle der USA, eine ganz andere Art und Weise politischer Kommunikation schon aufgrund des nicht vergleichbaren Wahlsystems und der schieren Größe des Landes. Solche Fakten sollten sich in Politikerbüchern niederschlagen, das wäre zu beweisen.

Schlussendlich ist das Medium des Politikerbuchs eine mögliche Form von politischer Kommunikation, die jedoch nicht alleine steht und in andere mediale Kontexte eingebunden wird. Auch ein Forschungsansatz, der politische Kommunikation via Buch mit anderen Ausgabekanälen als den hier verhandelten TV-Talkshows unter bestimmten Voraussetzungen vergleicht, könnte gewinnbringend sein.

Alle weiteren Forschungsmöglichkeiten zeigen, dass das Medium Buch zu selten im länderübergreifenden Vergleich und darüber hinaus niemals als Mittel zur politischen Kommunikation untersucht wird. Beide Herangehensweisen haben sich in der vorliegenden Arbeit jedoch als gewinnbringende Ansätze erwiesen und sollten auch zukünftig weiterhin Beachtung finden.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

Deutschland

Guttenberg, Karl-Theodor zu/Lorenzo, Giovanni di (2011): Vorerst gescheitert. Freiburg: Herder.

Kohl, Helmut (2004): Erinnerungen. 1930–1982. München: Droemer.

Merkel, Angela/Müller-Vogg, Hugo (2004): Mein Weg. Hamburg: Hoffmann und Campe.

Schröder, Gerhard (2006): Entscheidungen. Mein Leben in der Politik. Hamburg: Hoffmann und Campe.

Schmidt, Helmut (2008): Außer Dienst. Eine Bilanz. München: Siedler.

Schmidt, Helmut/Steinbrück, Peer (2011): Zug um Zug. Hamburg: Hoffmann und Campe.

Steinmeier, Frank-Walter (2009): Mein Deutschland – Wofür ich stehe. München: C. Bertelsmann.

Stoiber, Edmund (2012): Weil die Welt sich ändert. Politik aus Leidenschaft – Erfahrungen und Perspektiven. München: Siedler.

Wulff, Christian (2014): Ganz oben, ganz unten. München: C.H. Beck.

Frankreich

Chirac, Jacques (2009): Mémoires. Chaque pas doit être un but. Paris: Nil.

Dati, Rachida/Askolovitch, Claude (2007): Je vous fais juges. Paris: Grasset.

Hollande, François (2012): Changer de destin. Paris: Robert Laffont.

Jospin, Lionel (2005): Le monde comme je le vois. Paris: Gallimard.

Raffarin, Jean-Pierre (2003): La France de mai. Paris: Grasset.

Royal, Ségolène/Colombani, Marie-France (2007): Maintenant. Paris: Hachette.

Sarkozy, Nicolas (2007): Ensemble. Paris: XO Editions.

Sekundärliteratur

- AG Soziologie (1992): Denkweisen und Grundbegriffe der Soziologie. Eine Einführung. Frankfurt/New York: Campus (= Campus Studium, Bd. 1064).
- Aleman, Ulrich von (1997): Parteien und Medien. In: Gabriel, Oskar W./ Niedermayer, Oskar/Stöss, Richard (Hg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 478–494.
- Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (o. J.): Methode. Online verfügbar unter <http://www.ifd-allensbach.de/awa/konzept/uebersicht.html>, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Altwegg, Jürg (2009): Die Märchen der Macht. Online verfügbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/geisteswissenschaften/politische-rhetorik-die-maerchen-der-macht-1754362.html>, zuletzt geprüft am 7.6.2015.
- Ammon, Günther/Hartmeier, Michael (1996): Zentralismus und Föderalismus – zwei prägende Strukturprinzipien der europäischen Raumordnung. In: Ammon, Günter et al. (Hg.): Föderalismus und Zentralismus: Europas Zukunft zwischen dem deutschen und dem französischen Modell. Nomos: Baden-Baden (= Schriftenreihe des Europäischen Zentrums für Föderalismus-Forschung, Bd. 11), S. 11–26.
- Amann, Melanie/Müller, Peter/Repinski, Gordon (2013): Auf der Schlussgeraden. In: Der Spiegel 36/2013 (S. 28–29).
- ARD/ZDF (o. J.): Methodensteckbrief zur ARD/ZDF-Onlinestudie. Online verfügbar unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=480>, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Ballet, Marion (2010): Campagnes présidentielles de 2002 et de 2007. Les documents pour comprendre. Paris: Direction de l'information légale et administrative.
- Bart, Christian le (1998): L'écriture comme modalité d'exercice du métier politique. In: Revue française de Science Politique, Vol. 48, Nr. 1 (S. 76–96).
- Bart, Christian le (2009): L'analyse des livres politiques. Les présidentiables de 2007 face à l'exigence de proximité. In: Questions de Communication 15/2009 (S. 323–344).
- Bart, Christian le (2012): La politique en librairie. Les stratégies de publication des professionnels de la politique. Paris: Armand Colin (Recherches).
- Bayerischer Landtag (2003): Bayerische Verfassung (Stand 11/2003). Online verfügbar unter https://www.bayern.landtag.de/fileadmin/scripts/get_file/Bayerische_Verfassung.pdf, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Bigalke, Katja (2009): Die Stylisten der Macht. Wie Politik im Zeitalter der Mediendemokratie inszeniert wird. Deutschland Radio, Sendung vom 21.9.2009. Transkript online verfügbar unter <http://www.deutschlandradiokultur.de/manuskript-die-stylisten-der-macht-pdf.media.26279e8e525f8c0abc445751d5cd226e.pdf>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Borges, Jorge Luis (1982): Le livre comme mythe. In: Le débat, 22/1982, S. 118–126.
- Börsenblatt (o. J.): Buchpreisbindungen und Mehrwertsteuersätze in Europa. Online verfügbar unter <http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Buchpreisbindung%20Fago.pdf>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Börsenblatt (2012): „Uns kennt man in ganz Deutschland.“ In: Börsenblatt 39/2012, S. 30.
- Börsenblatt (2014): Bücher kosten zwei Prozent mehr. Preisentwicklung im KNV-Langzeitvergleich. Online verfügbar unter <http://www.boersenblatt.net/684298/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Börsenverein des deutschen Buchhandels (2005): Buchkäufer und Leser 2005 – Profile, Motive, Wünsche. Verbraucherstudie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und Sinus Sociovision. Online verfügbar unter http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Verbraucherstudie_Presse%20neu.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

- Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hg.) (2012): Buch und Buchhandel in Zahlen 2012. Frankfurt: Börsenverein des deutschen Buchhandels.
- Börsenverein des deutschen Buchhandels (o. J.): Preisbindung. Online verfügbar unter <http://www.boersenverein.de/preisbindung>, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Brettschneider, Frank (2002): Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich (Diss.). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Brettschneider, Frank/Deth, Jan van/Roller, Edeltraut (2004): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. In: Brettschneider, Frank/van Deth, Jan/ Roller, Edeltraut (Hg.) (2004): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften (Schriftenreihe des Arbeitskreises "Wahlen und politische Einstellungen", Bd. 10), S. 9–19.
- Brettschneider, Frank (2005): Bundestagswahlkampf und Medienberichterstattung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (51/52), S. 19–26.
- Brettschneider, Frank (2006): Politiker als Marke: Warum Spitzenkandidaten keine Gummibärchen sind. In: Balzer, Axel/Geilich, Marvin/Rafat, Shamim (Hg.): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: LIT, S. 101–112.
- Brettschneider, Frank (2013): „Die Deutschen wünschen sich einen bodenständigen Superhelden als Bundeskanzler“. Interview mit dem Magazin 1980. Online verfügbar unter <http://www.newscomm.de/pm/93413/die-deutschen-wuenschen-sich-einen-bodenstaendigen-superhelden-als-bundeskanzler.html>, zuletzt geprüft am 1.5.2015.
- Buchreport (2014 a): Die 100 größten Verlage. Online verfügbar unter http://www.buchreport.de/analysen/100_groesste_verlage.htm?no_cache=1, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Buchreport (2014 b): Ermittlung der Bestseller. Online verfügbar unter http://www.buchreport.de/bestseller/ermittlung_der_bestseller.htm, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Buchreport Bestsellerarchiv (2010): Platzierungen von Helmut Schmidt/Giovanni di Lorenzo: Auf eine Zigarette mit Helmut Schmidt. Online verfügbar unter <http://www.buchreport.de/bestseller/buch/isbn/9783462040654.htm>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Buchreport Bestsellerarchiv (2012): Platzierungen von Edmund Stoiber: Weil die Welt sich ändert. Online verfügbar unter [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?no_cache=1&tx_bestseller_pi1\[isbn\]=9783827509783](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?no_cache=1&tx_bestseller_pi1[isbn]=9783827509783), zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Buchreport Bestsellerarchiv (2013): Platzierungen von Schmidt/Steinbrück: Zug um Zug. Online verfügbar unter [http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?no_cache=1&tx_bestseller_pi1\[isbn\]=9783455509783](http://www.buchreport.de/bestseller/bestseller_einzelansicht.htm?no_cache=1&tx_bestseller_pi1[isbn]=9783455509783), zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Bundestag (2012): Das Misstrauensvotum gegen Helmut Schmidt. Online verfügbar unter: https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2012/40797914_kw40_misstrauensvotum_kalenderblatt/209576, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2013 a): Wahlbeteiligung 1949–2009. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/politik/wahlen/bundestagswahl-2013-mobil/169270/wahlbeteiligung-1949-2009>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2013 b): Verwaltungsgliederung. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/internationales/europa/frankreich/164960/verwaltungsgliederung>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Bundeszentrale für politische Bildung (o. J.): Timeline Bildungssystem. Online verfügbar unter <http://www.bpb.de/fsd/timeline/bildungssystem/index.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Wien u. a.: Böhlau/UTB.

- Cautrès, Bruno/Muxel, Anne (Hg.) (2009): *Comment les électeurs font-ils leur choix? Le Panel électoral français 2007*. Paris: Les Presses Sciences Po.
- Charaudeau, Patrick (2008): *Entre populisme et peopolisme. Comment Sarkozy a gagné*. Paris: Vuibert.
- Chavelet, Elisabeth (2013): *Le classement des personnalités politiques*. In: Paris Match, 12.9.2013. Online verfügbar unter <http://www.parismatch.com/Actu/Politique/Sondage-Le-phenomene-Valls-527322>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Czöppan, Clarissa (2012): *Emotionen am Markt. Zur Funktion der Emotionen im Bereich des Buchmarketings (Diss.)*. Hamburg: Verlag Dr. Kovac (= Poetica. Schriften zur Literaturwissenschaft, 120).
- Dahlkamp, Jürgen (2012): *Schwarz-Rot-Geld*. In: Der Spiegel 38/2012, online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-88656040.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Delorme-Montini, Bénédicte (2002): *La campagne présidentielle à travers les livres*. In: Le Débat Nr. 121 (S. 19–36).
- Drake, Helen/Gaffney, John (Hg.) (1996): *The language of leadership in contemporary France*. Aldershot: Dartmouth Publishing Company.
- Duden online (2013 a): *Definition von „Strategie“*. Online verfügbar unter <http://www.duden.de/rechtschreibung/Strategie>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Duden online (2013 b): *Definition von „Politik“*. Online verfügbar unter <http://www.duden.de/rechtschreibung/Politik>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Endres, Helene (2010): *Helmut Schmidt und Thilo Sarrazin führen Bestsellerliste der Politikerbücher an*. Online verfügbar unter <http://www.manager-magazin.de/politik/deutschland/a-724079.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Eppler, Erhard (2000): *Privatisierung der politischen Moral?* Frankfurt: Suhrkamp (= Edition Suhrkamp, Bd. 2185).
- Eppler, Erhard (2003): *Sprache und politische Moral*. In: Burkhardt, Armin/Pape, Kornelia: *Politik, Sprache und Glaubwürdigkeit. Linguistik des politischen Skandals*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, S. 13–21.
- Fahr, Annette (2009): *Politische Talkshows aus Zuschauersicht*. Baden-Baden: Nomos/Edition Reinhard Fischer (= Angewandte Medienforschung, Schriftenreihe für die Kommunikationswissenschaft, Bd. 43).
- Faux, Emmanuel/Legrand, Thomas/Perez, Gilles (1991): *Plumes d'ombre. Les nègres des homes politiques*. Paris: Ramsey.
- Franck, Georg (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Carl Hanser Verlag.
- Frankfurter Allgemeine Media Solutions (2013): *AWA Leserschaftsdaten 2013*. Online verfügbar unter https://filebox.faz.de/public/505F4B6E505D5D56545C54585F/Mediaportal/Nutzerdaten/AWA_Leserschaftsdaten.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Frankfurter Buchmesse (2012): *Länderinformationen zum Buchmarkt Frankreich*. Online verfügbar unter http://buchmesse.de/pdf/infos_buchmarkt_frankreich_2012.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Frankfurter Buchmesse (2013): *Länderinformationen zum Buchmarkt Frankreich*. Online verfügbar unter http://www.buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2014/buchmarkt_frankreich_dt_2014_42925.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Freese, Gunhild/Vorholz, Fritz/Michael, Bernd M. (1999): *„Seine Marke muss man pflegen“*. In: Zeit Online. Online verfügbar unter http://www.zeit.de/1999/38/Seine_Marke_muss_man_pfleger, zuletzt geprüft am 15.9.2015.
- Friedlaender, Ernst (1947): *Föderalismus und Zentralismus*. In: Die Zeit, 2.1.1947. Online verfügbar unter <http://pdf.zeit.de/1947/01/foederalismus-und-zentralismus.pdf>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Fuhrmann, Manfred (1994) (Hg.): *Aristoteles. Poetik. Griechisch/Deutsch*. Reclam: Stuttgart.

- Gabriel, Oscar W./Völkl, Kerstin (2004): Auf der Suche nach dem Nichtwähler neuen Typs. Eine Analyse aus Anlass der Bundestagswahl 2002. In: Brettschneider, Frank/van Deth, Jan/Roller, Edeltraut (Hg.) (2004): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Deutsche Vereinigung für Politische Wissenschaft. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften (Schriftenreihe des Arbeitskreises "Wahlen und politische Einstellungen", Bd. 10), S. 221–248.
- Genette, Gérard (2014): Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Frankfurt: Suhrkamp (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Bd. 1510).
- Geyer, Christian (2011): Reisen Sie eigentlich genug, Peer? In: Frankfurter Allgemeine Feuilleton, 26.10.2011. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/sachbuch/helmut-schmidt-und-peer-steinbrueck-zug-um-zug-reisen-sie-eigentlich-genug-peer-11505789.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- GfK Verein (2013): Pressemitteilung: Die Deutschen schenken der Regierung wieder mehr Vertrauen. Online verfügbar unter <http://www.hwk-oberfranken.de/viewDocument?onr=72&id=813>, zuletzt geprüft am 10.9.2015.
- Gouvernement français (o. J.): Jean-Pierre Raffarin. Online verfügbar unter <http://www.gouvernement.fr/jean-pierre-raffarin>, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Grande, Edgar (2000): Charisma und Komplexität. Verhandlungsdemokratie, Mediendemokratie und Funktionswandel politischer Eliten. In: Leviathan – Zeitschrift für Sozialwissenschaft 28 (4), S. 122–141.
- Grieswelle, Detlef (1978): Rhetorik und Politik. Kulturwissenschaftliche Studien. München: Minerva Publikation (= Beiträge des Instituts für empirische Soziologie, Bd. 2).
- Hamann, Götz (2011): Unerhört hoch, aber nicht unerhört. In: Zeit Online, 12.3.2011. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2011/11/Buch-Schroeder>, zuletzt geprüft am 14.9.2015.
- Hanreich, Hanspeter/Kuschej, Hermann/Grohall, Günther (2010): Buchpreisregelung in Europa. Kulturpolitik und ökonomische Bedeutung. Berlin/Wien/Graz: Berliner Wissenschaftsverlag.
- Hartmann, Jürgen (2007): Persönlichkeit und Politik. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hartmann, Jürgen (2012): Politische Theorie. Eine kritische Einführung für Studierende und Lehrende der Politikwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hartmann, Jürgen/Kempf, Udo (2011): Staatsoberhäupter in der Demokratie. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Herzog, Roman (1998): Rhetorik in der Demokratie. In: Ueding, Gert/Vogel, Thomas (Hg.): Von der Kunst der Rede und Beredsamkeit. Tübingen: Attempto (S. 205–215).
- Hoffmann und Campe Verlag (o. J.): Verlagsgeschichte: 1945–1981. Online verfügbar unter <http://www.hoffmann-und-campe.de/verlag/verlagsgeschichte/1945-1981/>, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Holtz-Bacha, Christina (2001): Das Private in der Politik: Ein neuer Medientrend? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (41-42), S. 20–26.
- Holtz-Bacha, Christina (2006): Personalisiert und emotional: Strategien des modernen Wahlkampfes. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (7), S. 11–19.
- Holtz-Bacha, Christina (2009): Politikerinnen-Bilder im internationalen Vergleich. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (50), S. 3–8.
- Holly, Werner (2012): Sprache und Politik. Pragma- und medienlinguistische Grundlagen und Analysen. Frank & Timme, Berlin (= Sprachwissenschaft, Bd. 10).
- Ifop/Le journal de dimanche (2014): Les indices de popularité. Septembre 2014. Online verfügbar unter http://www.ifop.com/media/poll/2770-1-study_file.pdf, zuletzt geprüft am 22.9.2015.
- INSEE (2006): Le recul du livre et de la presse dans le budget des ménages. Online verfügbar unter http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1253#inter3, zuletzt geprüft am 10.9.2015.

- INSEE (2007): Participation aux élections présidentielle et législative de 2007 selon âge. Online verfügbar unter http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1169&page=graph#graphique2, zuletzt geprüft am 21.9.2015.
- INSEE (2012 a): Lecture d'un livre selon l'âge et le sexe en 2012. Online verfügbar unter http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&id=397, zuletzt geprüft am 11.9.2015.
- INSEE (2012 b): L'internet de plus en plus prisé, l'internaute de plus en plus mobile. Online verfügbar unter http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1452, zuletzt geprüft am 12.9.2015.
- Internaute (2010 a): Top : „Le monde comme je le vois“ de Lionel Jospin. Online verfügbar unter <http://www.linternaute.com/actualite/politique/ventes-livres-politiques/lionel-jospin.shtml>, zuletzt geprüft am 1.8.2015.
- Internaute (2010 b): Top: „Je vous fais juges“ de Rachida Dati. Online verfügbar unter <http://www.linternaute.com/actualite/politique/ventes-livres-politiques/rachida-dati.shtml>, zuletzt geprüft am 1.8.2015.
- Jagodzinski, Wolfgang/Kühnel, Steffen (1997): Werte und Ideologien im Parteienwettbewerb. In: Gabriel, Oscar W./Niedermayer, Oskar/Stöss, Richard (Hg.): Parteiendemokratie in Deutschland, Bd. 338. Opladen: Westdeutscher Verlag (338), S. 209–232.
- Jakobson, Roman (1960): Linguistics and Poetics: Closing Statement. In: Sebeok, Thomas (Hg.) (1960): Style in Language. New York Jacobson (1960). Online verfügbar unter http://akira.ruc.dk/~new/Ret_og_Rigtigt/Jakobson_Eks_15_F12.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Verständnis, Rahmen und Strukturen. 2 Bände. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (= Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bd. 1).
- Jun, Uwe (2005): Die ‚Kohabitation‘: Auswirkungen einer spezifischen Regierungsform auf Verfassungsinstitutionen der V. Republik. In: Schild, Joachim/Uterwedde, Henrik: Frankreichs V. Republik. Ein Regierungssystem im Wandel. Festschrift für Adolf Kimmel. Wiesbaden: VS (= Frankreichstudien, Bd.11), S. 41–60.
- Kalle, Matthias (2011): Plaudern auf hohem Niveau. In: Der Tagesspiegel Online, 24.10.2011. Online verfügbar unter <http://www.tagesspiegel.de/medien/jauch-schmidt-steinbrueck-plaudern-auf-hohem-niveau/5651138.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Kallinich, Daniela (2013): Rechtsruck in Frankreich? Über die „droitisation“ der französischen Gesellschaft. In: Hensel, Alexander et al. (Hg.): Politische Kultur in der Krise. Stuttgart: Ibidem (= Jahrbuch des Göttinger Instituts für Demokratieforschung, Bd. 2013), S. 35–37.
- Karmasin, Matthias (2006): Die gesteuerten Selbstläufer: Kommunikationswissenschaftliche Anmerkungen zum komplexen Verhältnis von Medien und Politik. In: Filzmaier Peter/Karmasin, Matthias/Klepp, Cornelia (Hg.): Politik und Medien – Medien und Politik. Wien: Facultas, S. 104–122.
- Keil, Annette/Holtz-Bacha, Christina (2008): Zielgruppe Frauen – ob und wie die großen Parteien um Frauen werben. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Frauen, Politik und Medien. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 235–265.
- Kellerhoff, Sven Felix (2011): Diplomaten warnten früh vor Gadaffis Wahnsinn. In: Die Welt. Online verfügbar unter <http://www.welt.de/politik/ausland/article12730218/Diplomaten-warnten-frueh-vor-Gaddafis-Wahnsinn.html>, zuletzt geprüft am 2.9.2015.
- Kepplinger, Hans Mathias (2012): Die Mechanismen der Skandalisierung: Zu Guttenberg, Kachelmann, Sarrazin & Co.: Warum einige öffentlich untergehen – und andere nicht. München: Olzog.
- Klein, Markus/Ohr, Dieter (2000): Gerhard oder Helmut? ‚Unpolitische‘ Kandidateneigenschaften und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In: Politische Vierteljahresschrift, 41. Jahrgang. Heft 2, S. 199–224.
- Klein, Markus/Rosar Ulrich (2009): Sie, Sie, Sie oder Er? Die Kanzlerkandidatur Angela Merkels im Spiegel der Daten einer experimentellen Befragung. In: Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard/Falter, Jürgen W. (Hg.): Wahlen

und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 346–357.

Klein, Josef (2014): Grundlagen der Politolinguistik. Ausgewählte Aufsätze. Frank & Timme, Berlin (= Sprachwissenschaft, Bd. 23).

Klocks, Klaus/Kohn, Vera I./Przybylla, Tom (2006): Glaubwürdigkeit in der Politik: Ein Paradoxon. In: Balzer, Axel/Geilich, Marvin/Rafat, Shamim (Hg.): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: LIT, S. 134–147.

Koch, Thomas (2007): Immer nur die Frisur? Angela Merkel in den Medien. In: Holtz-Bacha, Christina/König-Reiling, Nina (Hg.): Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen. Wiesbaden: VS, S. 146–166.

Köcher, Renate (2012): Frauenwelten 2012. Institut für Demoskopie Allensbach. Online verfügbar unter http://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA_Praesentationen/2012/lfd_AWA2012_Frauenwelten.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

Kolboom, Ingo (2013): Das Jahr, das Frankreich veränderte: Der französische Mai '68. In Erinnerung an Lothar Baier (1942–2005). Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/internationales/europa/frankreich/152656/der-franzoesische-mai-68>, zuletzt geprüft am 2.7.2015.

Kronacher, Michael (2002): Härte mit Stil: Politik inszenieren. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik-Medien-Wähler. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 49–55.

Kühnert, Jürgen (2009): Die Geschichte der Buchpreisbindung in Deutschland: Von ihren Anfängen bis ins Jahr 1945. Wiesbaden: Harrassowitz (Diss.). (= Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd. 79).

Kurbjuweit, Dirk (2013): Das Bild der Kanzlerin. In: Der Spiegel 15/2013, S. 152-155.

La documentation Française (2012): 1962: l'élection du Président de la République au suffrage universel direct. Online verfügbar unter: <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/elections-presidentielles-cinquieme-republique/election-president-suffrage-universel.shtml>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

Larousse, Dictionnaires de Français (o. J. a): Définition de „Politique“. Online verfügbar unter <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/politique/62192#WCHXjTdXyP8ehX8f.99>, zuletzt geprüft am 2.5.2015.

Larousse, Dictionnaires de Français (o. J. b): Définition de „Stratégie“. Online verfügbar unter <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/strat%C3%A9gie/74818>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

Larroutou, Paul (2012): En librairie, Sarkozy met François Hollande KO. Online verfügbar unter <http://lelab.europe1.fr/en-librairie-nicolas-sarkozy-met-francois-hollande-ko-4289>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

Leidenberger, Jacob/Koch, Thomas (2008): Bambi und der böse Wolf. Ségolène Royal und der französische Präsidentschaftswahlkampf in der deutschen und französischen Presse. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Frauen, Politik und Medien. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 122–150.

Lehnartz, Sascha (2014): Hollande provoziert neuen Geschlechterkampf. In: Welt Online, 15.2.2014. Online verfügbar unter www.welt.de/124152589, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

Lejeune, Philippe (1996): Le pacte autobiographique (1). Paris: Seuil.

Lenk, Kurt/Franke, Berthold (1987): Theorie der Politik. Eine Einführung. Frankfurt: Campus (= Campus Studium, Bd. 567).

Lesiourd, Quentin (2012): Les 8 règles du best-seller politique. In: GQ, 27.1.2012. Online verfügbar unter <http://www.gqmagazine.fr/presidentielle-2012/culture-politique/diaporama/les-8-regles-du-best-seller-politique/5184/image/384038>, zuletzt geprüft am 9.4.12.

Liedtke, Frank (2003): Entschuldigung – ein sprachliches Ritual für Skandalisierte. In: Burkhardt, Armin/Pape, Kornelia: Politik, Sprache und Glaubwürdigkeit. Linguistik des politischen Skandals. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Libération Économie (2012): 2082 euros: le salaire net moyen en France. Online verfügbar unter http://www.liberation.fr/economie/2012/10/25/2082-euros-le-salaire-net-moyen-des-francais_855945, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Livres Hebdo/Meilleures Ventes (2014): Platzierungen von *De l'intérieur: Voyage au pays de la désillusion*. Online verfügbar unter [http://www.livreshebdo.fr/recherche/c%C3%A9cile%20duflot/c%C3%A9cile%20duflot?f\[0\]=ss_type_for_search%3AAmeilleure%20ventes](http://www.livreshebdo.fr/recherche/c%C3%A9cile%20duflot/c%C3%A9cile%20duflot?f[0]=ss_type_for_search%3AAmeilleure%20ventes), zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Livres Hebdo Redaktion (2012 a): Les Français lisent 21 minutes de moins par semaine. Online verfügbar unter <http://www.livreshebdo.fr/article/les-francais-lisent-21-minutes-de-moins-par-semaine>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Livres Hebdo Redaktion (2012 b): Le bilan du candidat Sarkozy à découvrir en librairie. Online verfügbar unter <http://www.livreshebdo.fr/article/le-bilan-du-candidat-sarkozy-decouvrir-en-librairie?xtmc=le+bilan+du+candidat+Sarkozy+%C3%A0+d%C3%A9couvrir+en+librairie&xtcr=1>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Livres Hebdo Redaktion (969/2013): Les 200 premiers éditeurs français. Classement 2013. In: Livres Hebdo, Ausgabe 969, 11.10.2013, S. 14–22.
- Livres Hebdo Redaktion (983/2013): Le marché du livre en 2013: Toujours en rattrait. In: Livres Hebdo, Ausgabe 983, 31.1.2014, S. 14–16.
- Livres Hebdo Redaktion (993/2014): Dossier poche. In: Livres Hebdo, Ausgabe 993, 11.4.2014, S. 58–63.
- Livres Hebdo Redaktion (2014): Trierweiler – les questions qui se posent. Online verfügbar unter <http://www.livreshebdo.fr/article/trierweiler-les-questions-qui-se-posent>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Lobinger, Katharina (2009): Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Text-Bild-Interaktion. In: Petersen, Thomas/ Schwender, Clemens (Hg.) (2009): Visuelle Stereotype. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 109–123.
- Machnig, Matthias (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. In: Machnig, Matthias (Hg.): Politik-Medien-Wähler. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 145–152.
- Mannstein, Coordt von (2000): Von Popularität bis Polarisierung. Zum Stellenwert des Plakativen in der politischen Kommunikation. In: Altendorfer, Otto/Wiedemann, Heinrich/Mayer, Herrmann (Hg.): Der moderne Medienwahlkampf. Professionelles Wahlmanagement unter Einsatz neuer Medien, Strategien und Psychologien. Handbuch. Eichstätt: Media Plus Verlag, S. 359–370.
- Marketing-Lexikon Online (o. J.): Recency-Effekt. Online verfügbar unter http://www.marketing-lexikon-online.de/index.php?option=com_content&view=article&id=89:recencyeffekt&catid=1:lexikon, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Meckel, Miriam (2002): Das Mismatch der Mediendemokratie: Anmerkungen zu den Spielregeln der politischen Kommunikation. In: Schatz, Heribert/Rösler, Patrick/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 277–284.
- Meiritz, Annett (2012): Stoiber-Buchvorstellung mit Merkel: „Ein wenig an der Semmel genagt“. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/edmund-stoiber-praesentiert-in-berlin-mit-angela-merkel-seine-memoiren-a-857752.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Minkmar, Nils (2009): Die Innenwelt der Außenministerwelt. Steinmeiers Deutschland-Buch. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/sachbuch/steinmeiers-deutschland-buch-die-innenwelt-der-aussenministerwelt-1767493.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Morell, Thomas (2011): „Schmidt, Steinbrück und der Zorn über die Foto-Frage. Online verfügbar unter <http://www.abendblatt.de/politik/deutschland/article2076221/Schmidt-Steinbrueck-und-der-Zorn-ueber-die-Foto-Frage.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Moritz, Rainer (2011): Boulevard Moritz: Politikerbücher. RadioBremen, 22.12.2011. Da online nicht mehr verfügbar, wurde die mp3-Datei dieser Arbeit auf CD beigegeben.

- Nadjar, Sabrina/Tancrède, Caroline (2007): Interview de Rachida Dati. Online verfügbar unter <http://www.femmeactuelle.fr/actu/le-magazine/interview-de-rachida-dati-01073/%28page%29/20>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Neukirch, Ralf (2013): Der Weisheit letzter Stuss. In: Der Spiegel 51/2013, S. 28-31.
- Observatoire de la laïcité (o. J.): La Laïcité aujourd'hui. Online verfügbar unter http://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piece-jointe/2014/07/note-d-orientation-la-laicite-aujourd'hui_0.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Olivennes, Denis (2010): Frankreich will Könige. Wie Nicolas Sarkozy so unbeliebt werden konnte. In: Die Zeit, 30/2010. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2010/30/P-oped-Frankreich>, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Perrineau, Pascal (Hg.) (2008): Le vote de rupture. Les élections présidentielle et législatives d'avril-juin 2007. Paris: Presses de la fondation nationale des sciences politiques.
- Piault, Fabrice (2013): L'internationale du „buy local“. Étude. In: Livres Hebdo 956, 31.5.2013, S. 14–18.
- Plett, Heinrich F. (2001): Einführung in die rhetorische Textanalyse. Hamburg: Helmut Buske Verlag.
- Podschuweit, Nicole (2012): Warum Wahlwerbung schaden kann. Wirkung von Parteienwerbung im Kontext der Medienberichterstattung. Konstanz: UVK.
- Pöppel, Ernst (2009): Was geschieht beim Lesen? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (42/43), S. 40–45.
- Pörksen, Bernhard/ Detel, Hanne (2012): Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter. Köln: Halem.
- Pörksen, Bernhard/Krischke Wolfgang (Hg.) (2013): Die gehetzte Politik. Die neue Macht der Medien und Märkte. Köln: Halem (= edition medienpraxis, 9).
- Pörksen, Uwe (2004): Was ist eine gute Regierungserklärung? Grundriss einer politischen Poetik. Wallstein, Göttingen.
- Pütz, Christine (2005): „Wenn der Teufel im Beichtstuhl sitzt ...“ – Präsidentschaftswahlen, Parteien und Stabilität in der V. Republik. In: Schild, Joachim/Uterwedde, Henrik: Frankreichs V. Republik. Ein Regierungssystem im Wandel. Festschrift für Adolf Kimmel. Wiesbaden: VS (= Frankreichstudien, Bd.11), S. 127–144.
- Radunski, Peter (1996): Politisches Kommunikationsmanagement. Die Modernisierung der Wahlkämpfe. In: Bertelsmann Stiftung (Hg.): Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analysen und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Reese-Schäfer, Walter (2011): Klassiker der politischen Ideengeschichte: von Platon bis Marx. München: Oldenbourg.
- Rhomberg, Markus (2009): Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Rippel, Philipp (2007): Niccolò Machiavelli: Il Principe/Der Fürst. Italienisch/Deutsch. Stuttgart: Reclam.
- Rohr, Mathieu von (2012): Die Königstochter. In: Der Spiegel 46/2012, S. 110–111.
- Rudzio, Wolfgang (2006): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: VS.
- Rumeau, Édouard (2012): „En politique, si t'as pas écrit un livre à 50 ans t'as raté ta vie“, 22.1.2012. Online verfügbar unter <http://www.atlantico.fr/decryptage/hommes-politiques-livres-obsession-ecrit-edouard-rumeau-271580.html>, zuletzt geprüft am 14.9.2015.
- Sarcinelli, Ulrich (2006): Elite, Prominenz, Stars? Zum Politischen Führungspersonal in der Mediendemokratie. In: Balzer, Axel/Geilich, Marvin/Rafat, Shamim (Hg.): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Berlin: LIT, S. 62–82.
- Schmitz, Christoph (2012): Leben zwischen Pappdeckeln. Was Verlage an Politikerbiografien verdienen. Günter Berg im Gespräch mit Christoph Schmitz (Kultur heute). Deutschlandfunk, 12.1.12. Online verfügbar unter <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/kulturheute/1651396/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

- Schäfer, Albert (2012): Wolfratshausener Zauberer. Edmund Stoiber: Weil die Welt sich ändert. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/aktuell/politik/edmund-stoiber-weil-die-welt-sich-aendert-wolfratshausener-zauberer-11933314.html>, zuletzt geprüft am 15.9.2015.
- Schmale, Wolfgang (2000): Geschichte Frankreichs. Stuttgart: Ulmer (= UTB Wissenschaft: Uni-Taschenbücher, Nr. 2145).
- Schneider, Vanessa (2003): Raffarin, l'homme qui ne suscite rien. In: Libération, 9.6.2003. Online verfügbar unter http://www.liberation.fr/societe/2003/06/09/raffarin-l-homme-qui-ne-suscite-rien_436160, zuletzt geprüft am 5.9.2015.
- Schneider, Wolfgang (2013): Ein Blick hinter die Kulissen. In: Börsenblatt Spezial, Heft 22/2013, 29.5.2013, S. 12–15.
- Schubert, Klaus/Klein, Martina (2011): Das Politiklexikon. Bonn: Dietz.
- Schuller, Moritz (2009): Die Heuchler sind wir. Politikerbücher. In: Der Tagesspiegel, 22.6.2009. Online verfügbar unter <http://www.tagesspiegel.de/kultur/literatur/politikerbuecher-die-heuchler-sind-wir/1541986.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Schultz, Tanjev (2006): Geschwätz oder Diskurs? Die Rationalität politischer Talkshows im Fernsehen. Herbert von Halem Verlag, Köln.
- Sénat français (o. J.): Dossier d'histoire : Les lois scolaires de Jules Ferry. Online verfügbar unter <http://www.senat.fr/evenement/archives/D42/>, zuletzt geprüft am 30.6.2015.
- Siedler Verlag (o. J.): Der Verlag. Online abrufbar unter <http://www.randomhouse.de/siedler/verlag.jsp?pub=17000>, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Simonin, Anne (2000): Écrire le politique. In: Mollier, Jean-Yves et al. (Hg.) (2000): Où va le livre? Paris: La dispute, S. 143–157 (= Kap. VIII).
- Simons, Stefan (2014): Die Frauen des Präsidenten (2014). In: Spiegel Online, 13.1.2014. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/ausland/fran-ois-hollande-angebliche-afaaere-mit-schauspielerin-gayet-a-943134-druck.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Sinus-Institut (2014): Die Sinus-Milieus. Online verfügbar http://www.sinus-institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/2014-01-01_Infoblatt_Sinus-Milieus_Studentenversion_01.pdf, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Sinus-Institut (o. J.): Fakten. Online verfügbar unter <http://www.sinus-institut.de/unternehmen/fakten.html>, zuletzt geprüft am 15.9.2015.
- Spiegel-Redaktion (2013 a): „Frau Merkels Gespür für Pfannekuchen“. In: Der Spiegel 35/2013, S. 54–58.
- Spiegel-Redaktion (2013 b): Bundestagswahl 2013 Special. In: Der Spiegel, Sonderveröffentlichung 25.9.2013, S. 12–15.
- Spiegel Online (2014): Landtagswahl in Thüringen und Brandenburg: Alle Ergebnisse. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/landtagswahl-in-thueringen-alle-ergebnisse-a-990402.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statista (2011) Sollte Karl-Theodor zu Guttenberg Ihrer Meinung nach ganz aus der Politik ausscheiden oder sollte er nach einer Pause wieder in die Politik zurückkehren? Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/180826/umfrage/meinung-zu-einer-rueckkehr-von-karl-theodor-zu-guttenberg-in-die-politik/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statista (2012): Durchschnittsalter der Mitglieder der politischen Parteien in Deutschland am 31. Dezember 2012. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/192255/umfrage/durchschnittsalter-in-den-parteien/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statista (2013 a): Deutschland. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/faktenbuch/84/s/laender/deutschland/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.

- Statista (2013 b): Beliebteste Fernsehformate und -genres in Deutschland nach Geschlecht im Jahr 2013. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/291182/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-den-beliebtesten-fernsehformaten-nach-geschlecht/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statista (2014 a): Arbeitslosenquote in Deutschland im Jahresdurchschnitt von 1995 bis 2014. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1224/umfrage/arbeitslosenquote-in-deutschland-seit-1995/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statista (2014 b): Internetnutzer in Deutschland von 2001 bis 2013. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001/>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statistiques de la culture (2012): Chiffres clés 2012. Online verfügbar unter http://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.culturecommunication.gouv.fr%2Fcontent%2Fdownload%2F25334%2F212610%2Ffile%2F11-Livre-2012.pdf&ei=QNvAU_HYIoWPOPbggegM&usg=AFQjCNG15GJjrieTeCZABZOMODJC-6xJ8A&bvm=bv.70810081,d.ZWU&cad=rja, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Statistisches Bundesamt (2012): Einkommen, Einnahmen und Ausgaben. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/EinkommenKonsumLebensbedingungen/EinkommenEEinkommenEinnahm/Tabellen/Haushaltsnettoeinkommen.html>, zuletzt geprüft am 29.6.2014.
- Strauch, Rüdiger (2002): Politiker an der Bücherfront. Die Waffen der Visionäre. In: Spiegel Online, 2.8.2002. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,207606,00.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Straßner, Erich (1992): Dementis, Lügen, Ehrenwörter. Zur Rhetorik politischer Skandale. In: Dyck, Joachim/Jens, Walter/Ueding, Gert (Hg.) (1992): Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch. Band 11. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, S. 1–32.
- Stein, Timo (2011): Ein Visionchen namens Steinbrück. In: Cicero. Online verfügbar unter <http://www.cicero.de/berliner-republik/ein-visioenchen-namens-steinbrueck/46343>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Strohschneider (2013): Die Qual des Polittalks. In: Neues Deutschland, 30.7.2013. Online verfügbar unter <http://www.neues-deutschland.de/artikel/828812.die-qual-des-polittalks.html>, zuletzt geprüft am 13.9.2015.
- Tenscher, Jan (2009): Bundestagswahlkampf 2005 – Strategische Rationalität versus personalisierte Emotionalität. In: Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard/Falter, Jürgen W. Falter (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 117–145.
- Veldhoen, Henrik (2011): Kluger Zug von Schmidt und Steinbrück. Medien-Monitor – Online-Magazin für den aktuellen Medienjournalismus. Online verfügbar unter <http://www.medien-monitor.com/Kluger-Zug-von-Schmidt-und-Ste.1808.0.html>, zuletzt geprüft am 15.9.2015.
- Walter, Franz (2008): Umbruch in der SPD: Abschied vom Loser-Image. 2. Teil: Warum die Wahl des Kanzlerkandidaten gar nicht so entscheidend ist. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/umbruch-in-der-spd-abschied-vom-loser-image-a-576808-2.html>, zuletzt geprüft am 30.7.2015.
- Walter, Franz (2009): Charismatiker und Effizienzen. Porträts aus 60 Jahren Bundesrepublik. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wegener, Claudia (2002): Wo steht eigentlich Schröder? Zum Verhältnis politischer und medialer Realität. Online verfügbar unter https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/wegener_schroeder/wegener_schroeder.pdf, zuletzt geprüft am 2.7.2015.
- Weßels, Bernhard (2009): Parteien und Kanzlerkandidaten bei den Bundestagswahlen 2002 und 2005 – was, wenn sie zusammenpassen, was, wenn nicht? In: Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard/ Falter, Jürgen W. (Hg.)

(2009): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 258–379.

Wilking, Thomas/Müchler, Sabine/Ostermann, Christoph (2012): Taschenbücher versammeln sich an der 10-Euro-Schwelle. In: buchreport.magazin Juli 2012, S. 34–39.

Wittmann, Reinhard (2011): Geschichte des deutschen Buchhandels. München: C.H.Beck, 2011 (= beck'sche Reihe, Bd. 1304).

Zelle, Carsten (1995): Der Wechselwähler. Politische und soziale Erklärungsansätze des Wählerwandels in Deutschland und den USA. Opladen: Westdeutscher Verlag (= Studien zur Sozialwissenschaft, 160).

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1	Bundeskanzleramt Berlin (Foto: Stefan Müller) Quelle: www.bundesregierung.de/ContentArchiv/DE/Archiv17/Artikel/2009/10/2009-09-22-bk-dienstsitze.html;jsessionid=5F7611FECBDF1021CC44D778CA615555.s3t2?nn=391346	33
Abb. 2	Elysée-Palast Paris (Foto: AP) Quelle: www.sueddeutsche.de/politik/frankreich-waehlt-einen-neuen-praesidenten-das-begehrteste-gefaengnis-der-welt-1.1338136-2	33
Abb. 3	Rhetorische Wirkziele, eigene Darstellung nach Plett (2000), S. 2–4	36
Abb. 4	Kommunikationsmodell nach Roman Jakobson, eigene Darstellung	46
Abb. 5	Sinus-Milieus in Frankreich (2013). Quelle: Hauser (o. J.), Folie 4	63
Abb. 6	Sinus-Milieus in Deutschland. Quelle: Sinus-Institut	63
Abb. 7	Eigene Darstellung der Genres von Politikerbüchern nach Rainer Moritz und Christian Le Bart	110
Abb. 8	Cover von <i>Entre deux Feux</i>	132
Abb. 9	Verlauf des Skandals und Zuordnung des Textkorpus, eigene Darstellung	182

Tab. 1	Textkorpus	87
Tab. 2	Übersicht zur Titelgebung des Textkorpus	90
Tab. 3	Zusammenstellung der Covers des Textkorpus	93–95