Dissertation

Titel der Dissertation

Gesellschaftliche Werteorientierungen, ideologische Einstellungen und das Wahlverhalten in Österreich und Deutschland

Verfasser:

Daniel Janotta, Diplom-Kulturwirt Univ.

Angestrebter akademischer Grad:

Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (Dr. rer.soc.oec.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 084 121
Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:	Soziologie
Betreuerin:	Univ.-Prof. Dr. Hildegard Weiss

Inhaltsverzeichnis

Einleitung **1**

Teil 1: Theorie und Forschungsstand **8**

I. Die soziologischen Ansätze **10**

I.A. Der mikrosoziologische Ansatz der Columbia School 10
I.A.1. Parteibindung als Ergebnis der individuellen Sozialisation 10
I.A.2. Wählertypen 13
I.A.3. Wahlkämpfe & Medieneinflüsse 15
I.A.4. Opinion Leaders 19
I.A.5. Was bleibt vom mikrosoziologischen Ansatz? 20

I.B. Der makrosoziologische Ansatz 24
I.B.1. Die drei Säulen eines Cleavages 25
I.B.1.1. Die sozialstrukturelle Komponente bzw. die Entstehung der klassischen politisierten Sozialstruktur 25
I.B.1.2. Kulturelle bzw. Werte- Komponente: 29
I.B.1.3. Institutionelle Komponente 33
I.B.1.4. Verhaltensmäßige Komponente 34
I.B.2. Erosion und Wandel der klassischen Cleavage-Struktur 34
I.B.2.1. Sozialstrukturelle Komponente: Sozialstruktureller und demographischer Wandel 35
I.B.2.2. Kulturelle- bzw. Wertekomponente: Säkularisierung und Individualisierung, Wertewandel & neue Sinnvermittler 36
I.B.2.3. Nachlassende Bindekraft der Organisationen 41
I.B.3. „Cleavage reloaded“: Vom „Cleavage-Voting“ zum „Value Voting“? 41

II. Das sozialpsychologische Modell der Michigan-School **45**

II.1. Die Kernelemente des Michigan-Modells 45
II.2. Die Determinanten-Trias des Michigan-Modells: Rezeption, Forschungstand und systematische Ergänzung 49
II.2.1. Die langfristige(n) Determinante(n) des Wahlverhaltens 51
II.2.1.1. Die Parteiidentifikation des Michigan-Modells
II.2.1.2. Gesellschaftliche Werteorientierungen: Ein mögliches Äquivalent zur Parteiidentifikation? 54
II.2.1.3. Ideologien: Ein weiteres mögliches Äquivalent zur Partei-Identifikation? 56

II.2.1.4. Der Einfluss der Sozialisation auf politische Einstellungen und Bindungen 59
II.2.1.5. Langfristige politische Orientierungen aus der Makro-Perspektive – Von der „Normal Wahl“ und der Klassifizierung von Wahlen über Dealignment und Realignment zum Macro-Partisanship in Österreich und Deutschland 62
II.2.1.6. Der Einfluss der „Kognitiven Mobilisierung“ auf die Parteiidentifikation 75
II.2.1.7. Medieneinflüsse auf langfristige politische Orientierungen 79
II.2.1.8. … und die langfristige Determinante im „Integrierten Modell“ des Wahlverhaltens ist … 80

II.2.2. Die kurzfristig wirksamen Faktoren der Wahlentscheidung 84
II.2.2.1. Issue-Orientierungen 87
II.2.2.1.A. Entscheidung zwischen politischen Positionen bzw. Konzepten 92
II.2.2.1.B. Entscheidung zwischen wahrgenommenen Leistungen und Kompetenzen 99
II.2.2.2. Kandidatenorientierung 118
II.2.2.2.1. Die Bewertung von rollennahen politischen Eigenschaften 124
II.2.2.2.2. Die Bewertung von rollenfernen persönlichen Eigenschaften 128
II.2.2.2.3. Welche Eigenschaften entscheiden die Kandidatenpräferenz? 131
II.2.2.2.4. Personalisierung der Kandidatenbewertung und des Wahl-Verhaltens? 133
II.2.2.2.5. Die „Kulisse“ der Personalisierung der Kandidatenbewertung und des Wahlverhaltens 137

III. Das „Integriert Modell des Wahlverhaltens“ 151

Teil 2: Empirische Befunde 159

IV. Langfristige poltische Prädispositionen und ihr Niederschlag auf der ideologischen Links-Rechts-Achse in Österreich und Deutschland 159

IV.1. Vorüberlegungen und Untersuchungsdesign 159
IV.2. (Re-) Definition der zu untersuchenden Cleavages 163

V. Der „Konfliktlinien-Check“: Aktuelle Konfliktlinien Österreich und Deutschland 168

V.1. Der sozio-ökonomische Konflikt zwischen Links- und Rechtsmaterialismus 169

V.2. Der Konflikt zwischen libertären und autoritären Wertvorstellungen 172
V.2.1. Religiöse versus säkulare Wertorientierungen 173
V.2.2. Konfessionelle Konflikte 175
V.2.3. Geschlechterrollen- und Familienbilder 177
V.2.4. Toleranz gegenüber Immigranten 179
V.2.5. Der Konflikt zwischen Materialismus und Postmaterialismus 183
V.2.6. Der Konflikt zwischen Ökonomie und Ökologie 185
V.2.7. Der Konflikt zwischen Stadt und Land 187

VI. Überprüfung der Konsistenz ideologischer Einstellungen 192

VII. Geschlechter– und Alterskonflikte in Österreich und Deutschland 201

VII.1. Geschlechter-Konflikte? 201
VII.2. Alters-Konflikte? 207

VIII. Zusammenhänge zwischen Werteindizes, strukturellen Merkmalen und ideologischen Einstellungen 217

IX. Werteorientierungen, ideologische Einstellungen und die Parteien in Deutschland und Österreich. 225

IX.1. Ideologische Einstellungen und Wahlverhalten 226
IX.2. Wahlverhalten und einzelne Werteorientierungen 231
IX.2.1. Werteorientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland 232
IX.2.2. Werteorientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 252
IX.2.3. Werteorientierungen und Wahlverhalten in Österreich 271

X. Gesamtfazit und Ausblick 289

Literatur 297

Anhang 351

Abbildungen

Abbildung 1: Parteiidentifikation in West-Deutschland 1977-2009 69
Abbildung 2: Stärke der Parteiidentifikationen in West-Deutschland 1977-2009 70
Abbildung 3: Parteiidentifikation in Österreich 71
Abbildung 4: Parteiidentifikation in Ost-Deutschland 1991-2009 72
Abbildung 5: Stärke der Parteiidentifikation in Ost-Deutschland 1991-2009 72
Abbildung 6: Wählertypologie nach Dalton (1984b) 76
Abbildung 7: Das „Integrierte Modell des Wahlverhaltens“ 151
Abbildung 8: Skizze: Das Verhältnis der sozio-ökonomischen und der sozio-kulturellen Dimension zur Links-Rechts-Achse 161
Abbildung 9: Die Verteilung der Wähler auf den nationalen ideologischen Links-Rechts-Achsen 168
Abbildung 10: Verteilung sozio-ökonomischer Einstellungen 170
Abbildung 11: Sozioökonomie-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien 170
Abbildung 12: Verteilung der Kirchennähe bzw. –Ferne. 174
Abbildung 13: Kirchennähe bzw. –Ferne der einzelnen ideologischen Kategorien 174
Abbildung 14: Konfessionelle Zusammensetzung 176
Abbildung 15: Katholiken- bzw. Protestanten-Lastigkeit der einzelnen ideologischen Kategorien 176
Abbildung 16: Verteilung konservativer und progressiver Einstellungen 178
Abbildung 17: Progressive und konservative Einstellungen der einzelnen ideologischen Kategorien 178
Abbildung 18: Verteilung (in-)toleranter Einstellungen 181
Abbildung 19: Toleranz-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien 181
Abbildung 20: Verteilung von Materialisten und Postmaterialisten 184
Abbildung 21: (Post-)Materialismus-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien 184
Abbildung 22: Verteilung ökologischer Einstellungen 186
Abbildung 23: Ökologische Einstellungen der einzelnen ideologischen Kategorien 186
Abbildung 24: Stadt-Land-Verteilung der Populationen 189
Abbildung 25: Mittlere Ortsgröße der einzelnen ideologischen Kategorien 189
Abbildung 26: Mittlere ideologische Einstellung der verschiedenen Ortsgrößen 191
Abbildung 27: Sozioökonomie-Mittelwerte der einzelnen Toleranz-Kategorien 195
Abbildung 28: Verlauf der ideologischen Links-Rechts-Achsen im politischen Raum 198
Abbildung 29: Geschlecht-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien 204
Abbildung 30: Vergleich: Mittelwerte der ideologischen Einstellungen der einzelnen Geburtenjahrgänge 209
Abbildung 31: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in West-Deutschland 210
Abbildung 32: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in West-Deutschland nach Lebensalter 211

Abbildung 33: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in Ost-Deutschland 211
Abbildung 34: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in Österreich 212
Abbildung 35: Sozioökonomische Einstellungen und Geburtsjahr 212
Abbildung 36: (Post-)Materialismus und Geburtsjahr 213
Abbildung 37: Toleranz und Geburtsjahr 213
Abbildung 38: Kirchennähe und Geburtsjahr 214
Abbildung 39: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Geburtsjahr 214
Abbildung 40: Ökologie und Geburtsjahr 215
Abbildung 41: Politisches Interesse der einzelnen ideologischen Kategorien 220
Abbildung 42: Durchschnittliche formale Bildung der einzelnen ideologischen Kategorien 222
Abbildung 43: Durchschnittliche Einkommensklasse der einzelnen ideologischen Kategorien 223
Abbildung 44: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in West-Deutschland 228
Abbildung 45: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in Ost-Deutschland 229
Abbildung 46: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in Österreich 230
Abbildung 47: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland 234
Abbildung 48: Konfession und Wahlverhalten in West-Deutschland 235
Abbildung 49: Kirchennähe/-Ferne in West-Deutschland und Wahlverhalten 236
Abbildung 50: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in West-Deutschland 237
Abbildung 51: Ökologische Orientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland 238
Abbildung 52: (Post-)Materialismus und Wahlverhalten in West-Deutschland 239
Abbildung 53: (In-)Toleranz und Wahlverhalten in West-Deutschland 240
Abbildung 54: Wohnumfeld und Wahlverhalten in West-Deutschland 241
Abbildung 55: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in West-Deutschland 243
Abbildung 56: Geschlecht und Wahlverhalten in West-Deutschland 244
Abbildung 57: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in West-Deutschland 245
Abbildung 58: Formale Bildung und Wahlverhalten in West-Deutschland 247
Abbildung 59: Politisches Interesse und Wahlverhalten in West-Deutschland 248
Abbildung 60: Politisches Interesse und (Nicht-)Wahlverhalten in West-Deutschland 248
Abbildung 61: Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in West-Deutschland 249
Abbildung 62: Konfession und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 253
Abbildung 63: Kirchennähe/-Ferne und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 253
Abbildung 64: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 254
Abbildung 65: (In-) Toleranz und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 255

Abbildung 66: (In-) Toleranz und (Nicht-)Wahlverhalten in Ost-Deutschland 256
Abbildung 67: Toleranz-Mittelwerte der einzelnen (gerundeten) sozioökonomischen Kategorien 256
Abbildung 68: Nichtwähleranteile in den einzelnen ideologischen Kategorien 257
Abbildung 69: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 257
Abbildung 70: (Post-) Materialismus und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 258
Abbildung 71: (Post-) Materialismus und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland 259
Abbildung 72: Ökologische Orientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 260
Abbildung 73: Wohnumfeld und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 260
Abbildung 74: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 261
Abbildung 75: Geschlecht und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 262
Abbildung 76: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland 264
Abbildung 77: Haushaltseinkommen und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland 264
Abbildung 78: Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland 265
Abbildung 79: Politisches Interesse und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland 265
Abbildung 80: Kirchennähe/ -Fern und Wahlverhalten in Österreich 272
Abbildung 81: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in Österreich 273
Abbildung 82: (In-) Toleranz und Wahlverhalten in Österreich 274
Abbildung 83: (Post-) Materialismus und Wahlverhalten in Österreich 274
Abbildung 84: Ökologie und Wahlverhalten in Österreich 275
Abbildung 85: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in Österreich 276
Abbildung 86: Wohnumfeld und Wahlverhalten in Österreich 277
Abbildung 87: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in Österreich 278
Abbildung 88: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in Österreich 279
Abbildung 89: Geschlecht und Wahlverhalten in Österreich 281
Abbildung 90: Formale Bildung und Wahlverhalten in Österreich 282
Abbildung 91: Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in Österreich 283
Abbildung 92: Politisches Interesse und Wahlverhalten in Österreich 284
Abbildung 93: Politisches Interesse und (Nicht-) Wahlverhalten in Österreich 285
Abbildung 94: Wahlergebnisse der Parteien bei Bundestags- bzw. Nationalratswahlen in (a) West- und (b) Ost-Deutschland sowie (c) Österreich 292
Abbildung 95: Stärke der politischen Lager in (a) West- und (b) Ost-Deutschland sowie (c) Österreich 294
Abbildung 96: Wahlbeteiligung bei Bundestags- bzw. Nationalratswahlen in Deutschland und Österreich 295

Tabellen

Tabelle 1:	Sozioökonomische Konflikte	170
Tabelle 2:	Sozio-kulturelle Konflikte: Religiöse versus säkulare Orientierungen	174
Tabelle 3:	Sozio-kulturelle Konflikte: Konfession	176
Tabelle 4:	Sozio-kulturelle Konflikte: Geschlechterrollen- und Familienbilder	178
Tabelle 5:	Sozio-kulturelle Konflikte: Einstellungen gegenüber Immigranten	181
Tabelle 6:	Sozio-kulturelle Konflikte: Materialismus und Postmaterialismus	184
Tabelle 7:	Sozio-kulturelle Konflikte: Ökologie versus Ökonomie	186
Tabelle 8:	Ortsgröße und Werteorientierungen	189
Tabelle 9:	Konsistenztabelle 1.a. für West-Deutschland	192
Tabelle 10:	Konsistenztabelle 1.b. für Ost-Deutschland	193
Tabelle 11:	Konsistenztabelle 1.c. für Österreich	193
Tabelle 12:	Regressionsmodell 1: Werteindizes	197
Tabelle 13:	Geschlecht und Werteorientierungen: Korrelationen	203
Tabelle 14:	Geschlecht und Werteorientierungen: Mittelwertevergleich	203
Tabelle 15:	Korrelationen zwischen Geburtsjahr, Werten, ideologischen Einstellungen und Strukturmerkmalen	208
Tabelle 16:	Konsistenztabelle 2.a. für West-Deutschland	217
Tabelle 17:	Konsistenztabelle 2.b. für Ost-Deutschland	218
Tabelle 18:	Konsistenztabelle 2.c. für Österreich	218
Tabelle 19:	Regressionsmodell 2: Indizes und Demographie	219
Tabelle 20:	Ideologische Einstellungen und die Wahl der einzelnen Parteien	226
Tabelle 21:	Binäre logistische Regression	231
Tabelle 22:	Wahlverhalten und Einzelwerte in West-Deutschland	233
Tabelle 23:	Index-Mittelwerte der Parteien in West-Deutschland	233
Tabelle 24:	Wahlverhalten und Einzelwerte in Ost-Deutschland	252
Tabelle 25:	Index-Mittelwerte der Parteien in Ost-Deutschland	252
Tabelle 26:	Wahlverhalten nach Geschlecht und Konfession in Ost-Deutschland	263
Tabelle 27:	Mittelwertvergleich zwischen Nichtwählern und extrem-rechts-Wählern in Ost-Deutschland	266
Tabelle 28:	Wahlverhalten und Einzelwerte in Österreich	271
Tabelle 29:	Index-Mittelwerte der Parteien Österreich	272

Einleitung

Komparative Studien bezüglich des Wahlverhaltens sowie der politisch relevanten Einstellungen in Deutschland und Österreich sind insgesamt gesehen vergleichsweise Mangelware (Ausnahmen: Plasser et al. (1999)). Gelegentlich finden sich zwar auch aus neuerer Zeit Untersuchungen, welche sich zwar nicht exklusiv mit dem Wahlverhalten in Deutschland und Österreich beschäftigen, beide Länder jedoch inkludieren (vgl. z.B. Plasser & Seeber 2007). Untersuchungen, welche sich jedoch wiederum auf eine Vielzahl von Ländern ausweiten, verlieren unweigerlich an Tiefe und die möglichen Einflüsse, die von den verschiedener werdenden nationalen, kulturellen, historischen und institutionellen Rahmenbedingungen auf den eigentlichen Untersuchungsgegenstand Wahlverhalten ausgehen können nehmen zu.

Im Rahmen dieser Arbeit findet daher zunächst eine Konzentration der Untersuchung des Wahlverhaltens innerhalb der nationalen Kontexte von Österreich und Deutschland im Sine eines „*most similar designs*“ (vgl. Przeworski & Teune 1970) statt, wodurch etliche dieser möglichen Kontexteinflüsse minimiert werden, da beide Länder hinsichtlich zahlreicher Merkmale, wie der gemeinsamen Sprache (Deutsch), dem Regierungssystem (parlamentarische Demokratie), dem Wahlsystem (Verhältniswahl), dem föderale Staatsaufbau (Bund & Bundesländer), dem Zweikammersystem (Parlament & Ländervertretung), dem Rechtssystem (Normenhierarchie), dem Vielparteiensystem, dem Wirtschaftssystem ((soziale) Marktwirtschaft) sowie dem duale Mediensystem, eine hohe bis sehr hohe Ähnlichkeit aufweisen.

Dies würde wiederum bezogen auf den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit bedeuten, das empirische Erkenntnisse, welche Ähnlichkeiten im Wahlverhalten zwischen den Populationen beider Länder andeuten, möglicherweise kausal auf diese Kontextfaktoren zurück zu führen sind. Umgekehrt wären wiederum Unterschiede im Wahlverhalten wohl eher nicht auf diese Kontextfaktoren zurück zu führen – und gerade um die kausale Erklärung für die Unterschiede im Wahlverhalten, welche sich in strukturell unterschiedlich ausgeprägten Parteiensystemen in Deutschland und Österreich einerseits sowie innerhalb Deutschlands entlang der ehemaligen Ost-West-Grenze andererseits manifestieren, geht es im Rahmen der empirischen Untersuchungen im Speziellen, da die diesbezügliche Neugier letztlich den Autor zu dieser Arbeit inspiriert hat.

Es werden also effektiv drei Elektorate in zwei Ländern aus vergleichender[1] Perspektive untersucht, von denen zumindest das west-deutsche und das österreichische über einen langen Zeitraum während der Nachkriegszeit relativ ähnliche Ergebnisse für die verschiedenen Parteifamilien hervorgebracht haben (wenn auch mit zum Teil drastisch abweichenden Implikationen auf die jeweiligen Regierungskonstellationen).

So verfügten sowohl West-Deutschland als auch Österreich in der Zeit nach 1945/49 sehr lange über ein stabiles zweieinhalb Parteiensystem mit jeweils einer Christdemokratischen und einer Sozialdemokratischen Volkspartei sowie einer Liberalen bzw. Freiheitlichen Kleinpartei. In den frühen 1980er Jahren traten dann jeweils grün-alternative Parteien dem parlamentarischen Parteienspektrum hinzu. Spätestens seit der zweiten Hälfte der 1980er Jahre entwickelten sich dann jedoch die Parteiensysteme deutlich in unterschiedliche Richtungen. So führte die rechtspopulistische Transformation der FPÖ, welche in der frühen Nachkriegszeit zunächst stark in der Tradition der NSDAP stand und sich dann bis Mitte der 1980er Jahre als liberale Partei profilierte, zu einer drastischen Verschiebung der politischen Kräfteverhältnisse in Österreich, wonach die FPÖ bis 1999 zeitweise zur zweitstärksten politischen Kraft nach der SPÖ auf Bundesebene aufstieg. Der Eintritt als Juniorpartner in eine Regierung mit der nunmehr drittstärksten ÖVP führte jedoch 2005 zur Abspaltung des bisherigen Parteiestablishments und der Bildung des gemäßigten BZÖ, welches die Regierung mit der ÖVP bis 2006 fortsetzte, während die neue FPÖ-Führung klar zum rechtspopulistischen Kurs zurückkehrte. Bemühungen, bereits nach der rechtpopulistischen Wende der FPÖ 1986 und aus deren eigenen Reihen heraus eine originär liberale Partei in Gestalt des Liberalen Forums in Österreich zu etablieren, blieben dabei auf die Zeit zwischen 1994 und 1999 begrenzt. Aufgrund der Spaltung der FPÖ verfügt jedoch Österreich trotzdem seit 2006 über ein Fünfparteiensystem im Nationalrat.

[1] Die Entwicklung der Untersuchungsmethode des *Vergleichs* als Instrument zum systematischen Erkenntnisgewinns geht zurück auf den englischen Philosophen John Stuart Mill, der mit der „*method of agreement*“ und der „*method of difference*“ (Mill 1872: 648ff.) zwei sich grundlegend unterscheidende aber gleichzeitig ergänzende Vorgehensweisen beschreibt aus welchen Kleinsteuber (2003: 79) zwei Folgerungen ableitet, die die zentralen Aspekte eines jeden Vergleichs bilden: So sollten (1) die Vergleichsgegenstände weder durch vollständige Gleichartigkeit noch durch vollständige Unterschiedlichkeit gekennzeichnet sein und (2) muss ein Vergleich sowohl nach Ähnlichkeiten wie nach Unterschieden fragen, da eine Fokussierung auf eine der beiden Komponenten nicht ausreichend und daher nicht wissenschaftlich wäre.

In Deutschland bildete sich ein Solches bereits in Folge der Wiedervereinigung schon ab 1990 heraus. Fünfter Akteur war dabei die insbesondere in Ost-Deutschland gut verwurzelte Nachfolgeorganisation der ehemaligen „DDR"-Staatspartei SED, welche zunächst unter der Bezeichnung PDS firmierte. In West-Deutschland war diese PDS wiederum auch anderthalb Jahrzehnte nach der Wiedervereinigung unbedeutend. Als jedoch die SPD-geführte Regierung nach 2002 gezwungen war aufgrund struktureller Verkrustungen, Wirtschaftsflaute und Massenarbeitslosigkeit zahlreiche – von der klassischen SPD-Klientel als „neo-liberal" empfundene – Reformen einzuleiten, formierte sich wiederum insbesondere im Westen ideologisch links von der SPD zunächst die „Wahlalternative für Arbeit und soziale Gerechtigkeit (WASG)", welche später mit der ostdeutschen PDS zur LINKEN fusionierte und seit der Bundestagswahl 2009 viert-stärkste Partei ist. Bis zu dieser Bundestagswahl zeigte sich dabei das westdeutsche Vierparteiensystem auch nach der Wiedervereinigung recht stabil. In Ost-Deutschland existierte seit dem Beitritt zum deutschen Bundesgebiet praktisch ein Parteiensystem bestehend aus drei mittelmäßig starken Parteien (CDU, SPD, PDS), während Wahlerfolge und Wahlmisserfolge der kleinen Parteien FDP und Grünen eher unstetig und unterhalb der 10-Prozent-Marke statt fanden.

Wer wählt nun in West-Deutschland, Ost-Deutschland und Österreich wen – und vor allen Dingen warum? Um der Antwort auf diese zentrale Frage näher zu kommen, geht den empirischen Untersuchungen im zweiten Teil dieser Arbeit zunächst eine extensive theoretische Aufarbeitung voraus, welche die vielfältigen Ursache-Wirkungszusammenhängen der einzelnen wahlentscheidenden Faktoren, welche wiederum als Ergebnis eine individuelle wie kollektive Wahlentscheidung hervorbringen, zu beschreiben und in Beziehung zu setzen sucht. Hierbei findet zunächst eine ausführlich Darstellung und Auseinandersetzung mit den theoretischen Grundlagen des Wahlverhaltens und die Einbindung des neueren und neuesten Forschungsstandes statt. Im Mittelpunkt werden dabei sowohl der mikrosoziologischen Ansatz der Columbia School (Lazarsfeld et al. 1944 & Berelson et al. 1954,), der makrosoziologische Ansatz von Stein und Rokkan (1967), das sozialpsychologische Modell der Michigan School (Campbell et al. 1954, 1960) sowie ergänzend einzelne Modelle aus dem Bereich der Rational-Choice-Theorien (Downs 1957, 1968) stehen.

Gemein ist diesen verschiedenen Ansätzen zur Erklärung des Wahlverhaltens, dass sie die Wahlentscheidung als das Ergebnis eines Meinungsbildungsprozesses verstehen, welches

durch mehrere, sich gegenseitig beeinflussende kurz-, mittel- und langfristige Einflussfaktoren determiniert wird. Uneinigkeit besteht hingegen hinsichtlich der jeweiligen Stärke sowie den kausalen Wirkungsanordnungen dieser Einflussfaktoren (vgl. Bürklin & Klein 1998: 18).

Bemühungen diese Ansätze sinnvoll und logisch zu integrieren finden sich dabei vergleichsweise selten (Ausnahme: Paul 2006; 2006a). Der theoretische Teil wird daher zunächst diese Idee aufgreifen und zeigen, das sich die verschiedenen Erklärungsansätze im Lichte des neueren Forschungsstandes, unter Berücksichtigung der gegenüber den 1940er bis 1960er Jahren stark veränderten gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, welche auch zu einer höheren Fluidität der Parteiensysteme geführt haben sowie der gewachsenen Bedeutung massenmedialer politischer Kommunikation, sehr gut integrieren lassen.

Bis zum Ende des ersten Teils dieser Arbeit soll dabei ein Theoriegebäude entstehen, welches die Wirkungsmechanismen zwischen den einzelnen langfristigen und kurzfristigen Einflussfaktoren aufzeigt. Im zweiten – empirischen – Teil dieser Arbeit gilt dann das besondere Interesse den langfristigen Faktoren des Wahlverhaltens, da generalisierende Aussagen, welche auf einem Vergleich mehrerer Elektorate basieren, insbesondere dann interessant und aufschlussreich sind, wenn sie sich auf Faktoren stützen, welche hinsichtlich ihres Vorkommens, ihrer Ausprägung und Verteilung über eine einzelne Wahl hinaus wirksam und weitgehend stabil sind. Im konkreten Untersuchungszusammenhang könnte dabei insbesondere die Verteilung solcher – auch als *politische Prädispositionen* bezeichneten – langfristigen Determinanten des Wahlverhaltens, die Antwort darauf geben können, warum sich das Wahlverhalten – gemessen an den Ergebnissen für die jeweiligen Parteifamilien – in West-Deutschland, Ost-Deutschland und Österreich nicht erst seit gestern sondern mittlerweile *seit längerem* strukturell unterscheidet, da die Verteilung gleichgerichteter politischer Prädispositionen in einem Elektorat letztlich eine Art „Grundlinie“ bildet, um welche empirische Wahlergebnisse nach Maßgabe der jeweiligen Rahmenbedingungen (kurzfristiger Einflüsse durch Kandidaten und Themen sowie deren Vermittlung über politische Kommunikation) oszillieren können (vgl. Converse 1966: 140-145).

Von den – je nach theoretischem Ansatz verschiedenen – politischen Prädispositionen rücken dabei im zweiten, empirischen Teil dieser Arbeit schwerpunktmäßig die *kulturellen* Prädispositionen – also die ideologischen Einstellungen und die konkurrierenden gesellschaftli-

chen Werteorientierungen, in den Mittelpunkt der Untersuchung, da von diesen – wie ausführlich zu begründen sein wird – die größte Stabilität über die Zeit hinweg erwartet werden kann. Im Verlauf der empirischen Untersuchungen soll dabei insbesondere herausgearbeitet werden, ob und wenn ja wie sich die gesellschaftlichen Wertekonfliktstrukturen in West-Deutschland, Ost-Deutschland und Österreich darstellen, ähneln und unterscheiden, wie sich gesellschaftliche Werteorientierungen in allgemeinen ideologischen Orientierungen niederschlagen und welche Parteien vom Vorhandensein welcher gesellschaftlichen Werteorientierungen und ideologischen Einstellungen profitieren.

Da den kurzfristigen Faktoren somit, aufgrund der langfristigen Perspektive dieser Arbeit, im empirischen Teil dieser Arbeit keine herausragende Beachtung geschenkt wird, werden diese dafür im ersten Teil umso intensiver analysiert. Es sollen dabei insbesondere die komplexen Wirkungsmechanismen aufgezeigt werden, welche letztlich die Oszillation der empirischen Wahlergebnisse in die eine oder andere Richtung um die *„Grundlinie“* herbeiführen können. Im Zentrum der analytischen Betrachtung stehen dabei insbesondere die möglichen und sich zum Teil wechselseitig beeinflussenden Effekte durch Themen, Kandidaten, Medien und Wahlkämpfe auf die Meinungsbildung und Entscheidungsfindung der Wähler. Da sich hierbei wiederum von Wahl zu Wahl die Konstellationen von Themen und Kandidaten sowie die kommunikativen Verhaltensweisen und Fähigkeiten von politischen wie medialen Akteuren ohne jeden systematischen Trend verändern können und wir es somit hinsichtlich des relativen Einflussverhältnisses von kurz- und langfristigen Faktoren ohnehin mit einer Gleichung mit vielen Unbekannten zu tun haben, erscheint daher eine Vorgehensweise angebracht, die versucht die wichtigsten wenn-dann-Beziehungen aufzuzeigen, welche die individuelle Meinungsbildung und Entscheidungsfindung der Wähler auf deren mehr oder weniger langem und mehr oder weniger direktem Weg, ausgehend von den langfristigen politischen Prädispositionen durch die „BLACK BOX“ der politischen Kommunikation bis hin zur tatsächlichen Wahlentscheidung, beeinflussen können. Der empirische Teil soll wiederum hierzu implizit zahlreiche Informationen über die strukturelle Ausgangssituation – also Erkenntnisse über ungefähre Gestalt und Verortung der *„Grundlinie“* für Wahlergebnisse in den untersuchten drei Elektoraten – liefern.

Des Weiteren wird im Rahmen der empirischen Untersuchung hinsichtlich des Effekts, der von bestimmten kulturellen Prädispositionen auf die Wahl bestimmter Parteien ausgeht,

zudem ein struktureller und „kultureller“ Vergleich der Parteiwählerschaften möglich. Es wird sich dabei erhellen lassen, wer die ÖVP- SPÖ- und GRÜNE- Wähler sind und wie ähnlich (oder auch nicht) sie im Vergleich zu den Wählerschaften der deutschen „Schwesterparteien“ CDU/CSU- SPD- und DIE GRÜNEN sind. Gleiches gilt – unter selbigen Gesichtspunkten – auch für die Wähler der FPÖ, der FDP und der LINKEN. Bei einem solchen Vergleich schwingt jedoch stets auch die Frage mit, warum gerade diese Parteien jenseits der Landesgrenze über kein dauerhaft parlamentarisch etabliertes politisches Pedant verfügen. Gibt es entweder in Österreich (Deutschland) nicht genügend Wähler, die über die sozio-demographischen Merkmale, Werthaltungen und politischen Einstellungen von FDP- bzw. LINKE-Wählern (FPÖ-Wählern) verfügen (Nachfrage-Lag) oder mangelt es „ex negativo“ jeweils am Vorhandensein einer Partei, welche über ein ausreichend attraktives und kommunikationsfähiges Personal- und Thementableau verfügt, um ein grundsätzlich vorhandenes Wählerpotenzial anzusprechen (Angebots-Lag)? Dieser Aspekt schließt wiederum auch die Frage ein, ob es sich gerade bei den Wählern von FPÖ und LINKEN vornehmlich um ideologisch neutrale bis distante Protestwähler handelt, die mit ihrer Stimmabgabe in erster Linie den etablierten Parteien „eins auswischen wollen“ oder ob diese Wähler tatsächlich in gewissem Ausmaß über ein als rechts- bzw. linksextremistisch anzusehendes Einstellungssystem verfügen, welches sie mit ihrer Wahlentscheidung zum Ausdruck bringen. Ebenso wäre es gerade bei den Wählern dieser allgemein als rechts- bzw. linkspopulistisch angesehenen Parteien interessant zu wissen, ob es sich bei ihren Wählerschaften – unter bestimmten strukturellen Gesichtspunkten – eher um gesellschaftliche Randgruppen oder um Wähler aus „der Mitte der Gesellschaft“ handelt. Ebenso gilt es auch eine Betrachtung der Nichtwähler unter strukturellen und „kulturellen“ Gesichtspunkten vorzunehmen, da sich hier unter Umstanden die größten (Re-) Mobilisierungspotenziale der Politikanbieter befinden.

Den Blick in die Zukunft gerichtet, sind dabei insbesondere die, auf Basis der im Rahmen dieser Arbeit, zutage geförderten Erkenntnisse denkbaren, zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten der Parteiensysteme in den drei untersuchten Elektoraten von Relevanz: Annäherung oder Ausdifferenzierung? Gibt es in West- und/oder Ostdeutschland ein Wählerpotenzial für eine rechtspopulistische Partei nach dem Vorbild der österreichischen FPÖ bzw. in Österreich ein Solches für eine Linkspartei? Könnte die deutsche FDP – so, wie es immer mal wieder die Meinungsumfragen suggerieren (vgl. www.wahlrecht.de/umfragen) – dem Weg des österreichischen Liberalen Forums in die parlamentarische Bedeutungslosigkeit folgen?

Gäbe es in Österreich auch ein Wählerpotenzial für eine PIRATEN-Partei wie in Deutschland? Wird sich der politische Wettbewerb in der Zukunft wieder bzw. weiterhin zwischen den großen Volksparteien und ihren Wählern abspielen oder legen die aktuellen Konfliktkonstellationen langfristig eine Hauptrivalität zwischen anderen alten und/oder neuen Politikanbietern als Vertreter bestimmter Wählersegmente nahe?

Teil 1: Theorie und Forschungsstand

Eine Theorie ist die Grundlage nahezu jeder empirischen Forschung. Alles andere würde zu einem ziellosen Sammeln und Auswerten von Daten führen und dem Bau eines Hauses ohne vorherige Erstellung eines Bauplanes gleichen. Theorien, die versuchen das Wahlverhalten von Personen anlässlich politischer Wahlen zu erklären, entstammen bis dato der Soziologie, der Sozialpsychologie und der Ökonomie. Gegenwärtig dominiert dabei in der Wahlforschung insbesondere das sozialpsychologische „Michigan-Modell" von Campbell et al. (1954, 1960), welches das Wahlverhalten mittels langfristiger und kurzfristiger Faktoren erklärt und bei der die *Identifikation* des Individuums mit einer politischen Partei im Mittelpunkt steht (vgl. Kapitel II.). Ökonomische Rational-Choice-Modelle versuchen das Wahlverhalten unter Kosten-Nutzen-Gesichtspunkten zu erklären, finden jedoch in ihrer Reinform relativ wenig Anwendung in der gegenwärtigen Wahlforschung. Dennoch dienen sie gerade im Zusammenhang mit den kurzfristigen Komponenten des Michigan-Modells oftmals als sinnvolle theoretische Ergänzung.

Untersucht wird jedoch regelmäßig auch das Wahlverhalten bestimmter gesellschaftlicher Gruppen, da gerade die meisten europäischen Länder über lange Zeit von sogenannten „politisierten Sozialstrukturen" geprägt waren (vgl. Stein & Rokkan 1967 & Kapitel I.B.). Nach dieser makrosoziologischen Herangehensweise sind dabei letztlich die soziale Position des Individuums und die sich daraus ableitenden materiellen *Interessen* und/oder *gesellschaftlichen Werteorientierungen* entscheidend für dessen Parteipräferenz.

Weitgehend vernachlässigt wird hingegen die im folgenden Kapitel zuerst behandelte mikrosoziologische Herangehensweise der Pioniere der modernen Wahlforschung um Paul Lazarsfeld et al. (1944 & Kapitel I.A.), welche das Wahlverhalten zwar ebenfalls auf die soziale Position des Individuums zurückführt, hierbei jedoch insbesondere in der *Interaktion* des Individuums mit seinem sozialen Umfeld den entscheidenden Vermittlungsmechanismus sieht. Dieser Ansatz wird zwar insofern zurecht in der gegenwärtigen Wahlforschung vernachlässigt, als dass er zwar das Wahlverhalten kausal nur sehr unzureichend erklären kann, dafür jedoch bereits auf zahlreiche wichtige Zusammenhänge – insbesondere im Hinblick auf die

Wirkungen politischer Kommunikation, Sozialisation und politischer Involvierung – hinweist, an bzw. auf denen die moderneren Ansätze anknüpfen und aufbauen können.

In den nachfolgenden Ausführungen werden die einzelnen Ansätze zunächst ausführlich vorgestellt und mit den Erkenntnissen des neueren und neuesten Forschungsstandes ergänzt. Die Integration der einzelnen Ansätze ergibt sich dabei – sofern nicht explizit anders vermerkt – aus dem strukturellen Aufbau dieses theoretischen Arbeitsteils sowie speziell dem Kapitel III.

I. Die soziologischen Ansätze[2]

I.A. Der mikrosoziologische Ansatz der Columbia School

„A person thinks, politically, as he is, socially. Social characteristics determine political preference." (Lazarsfeld et al. 1944: 27)

Mit diesen Satz könnte man die Kernaussage des mikrosoziologischen Modells beschreiben, welches die Pioniere der Wahlforschung an der amerikanischen Columbia School um Paul Lazarsfeld in ihren Studien "The People's Choice" und „Voting" (Berelson et al. 1954) im Umfeld der US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfe in den 1940er Jahren entwickelt haben. Empirisch knüpft das Konzept an die Erkenntnisse der Wahlgeographie von André Siegfried (1913) sowie an die Erkenntnisse von Rice (1928) über die Verbreitung von politischen Ideen entlang großer Verkehrsverbindungen an (vgl. Roth 2008: 30).

Die Autoren bauen dabei ihr Konzept auf dem Gedanken auf, dass Menschen die sich sozial in einer vergleichbaren Situation befinden, nicht nur vergleichbare Bedürfnisse und Interessen entwickeln sondern auch ein vergleichbares Wahlverhalten aufweisen (Lazarsfeld et. al. 1944: 148). Der Vermittlungsmechanismus über den die Beziehung zwischen der sozialen Situation (definiert anhand von objektiven sozialstrukturellen Merkmalen) und dem Wahlverhalten hergestellt wird, ist die persönliche Interaktion zwischen einzelnen Individuen (vgl. ebd.: 137-138; Berelson et al. 1954: 298-300); von daher die Bezeichnung als „Interaktionsansatz".[3]

I.A.1. Parteibindung als Ergebnis der individuellen Sozialisation

Entscheidend für das Wahlverhalten des Individuums sind also nach der Columbia School die Interaktionspartner mit denen es im Laufe seiner Sozialisation in Kontakt kommt. Bei der Frage, wer diese Interaktionspartner vorzugsweise sind, argumentieren die Autoren mit Georg Simmels (1890) „Theorie der sozialen Kreise", wonach zunächst einmal objektive soziale Merkmale einer Person über deren soziales Umfeld entscheiden. Als soziale Kreise gel-

[2] Der Begriff „Ansatz" wird im Folgenden synonym zum Begriff „Theorie" verwendet. Der Vollständigkeit halber sei jedoch festgestellt, dass beispielsweise nach Zintl (2001: 37) ein „Ansatz" nur eine Herangehensweise ist, um mit verschiedenen Hilfsmitteln eine sozialwissenschaftliche Theorie zu errichten. Der Unterschied zum ebenfalls häufig in der Literatur alternativ verwendeten Begriff des „Modells" unterscheidet sich dabei vornehmlich nach dem Abstraktionsgrad. Ein „Modell" ist dabei der, auf die Kernaussagen und -zusammenhänge abstrahierte, Kern einer „Theorie" (vgl. Lindenberg 1985: 105-110).

[3] Im Folgenden werden die Begriffe „mikrosoziologische(r) Theorie bzw. Ansatz", „Columbia School-Ansatz" oder „Interaktions-Ansatz" synonym verwendet.

ten dabei insbesondere die Wohngegend, der Arbeitsplatz, die Religionsgemeinschaft oder die Alterskohorte. Strukturell sollten diese Kreise (bezogen auf das relevante Merkmal) homogen sein, das heißt, die Person kommt als also hauptsächlich mit „Ihresgleichen“ in persönlichen Kontakt. Durch persönliche Kontakte werden wiederum die politischen Einstellungen[4] geformt, aus denen schließlich die Wahlentscheidung hervorgeht.

Entscheidend für das persönliche Wahlverhalten sind also die politischen Präferenzen des sozialen Umfeldes, die über die zwischenmenschliche Kommunikation an das Individuum weiter-sozialisiert werden (vgl. Lindenberg 1985: 100-102; Meckling 1976). Die Vermittlung dieser Normen erfolgt dabei zum einen über den Weg des sozialen Drucks der abweichendes Verhalten mit Ausgrenzung des Individuums bestraft, hingegen konformes Verhalten durch Integration honoriert. Die innerhalb der sozialen Kreise herrschenden sozialen Normen üben so auf das Individuum eine individuelle Verhaltenssteuerung aus (vgl. Lazarsfeld et al. 1944: 154-155). Je kongruenter dabei die Normen der verschiedenen sozialen Kreise sind, desto stärker sollte die verhaltenssteuernde Wirkung des sozialen Kontextes sein. In seinem Bestreben, mit seiner sozialen Umwelt in einem spannungsfreien Verhältnis zu leben, wird das Individuum also gegebenenfalls seine persönlichen politischen Präferenzen an die der Gruppe anpassen (vgl. Campbell & Cooper 1956: 97-104). Stehen dagegen die persönlichen politischen Einstellungen bereits konform zur Gruppennorm, würden diese Einstellungen zusätzliche soziale Unterstützung erfahren und damit beibehalten und intensiviert werden (Berelson et. al.: 1954: 123-126).

Weisen hingegen die sozialen Kreise innerhalb derer sich das Individuum bewegt nicht-kongruente Wahlnormen auf, so gerät dieses in eine *„cross-pressure-“* Situation, welche die Herausbildung einer eindeutigen Parteipräferenz aufgrund der sich gegenseitig abschwächenden oder sogar aufhebenden Einflüsse behindert und daher bestenfalls zur Ausbildung einer schwachen Parteibindung führen sollte (vgl. Lazarsfeld et al. 1944: 56). Ebenso kann das Individuum im Lebensverlauf durch den Wechsel des sozialen Kontextes in eine (intertemporale) *„cross-pressure-“* Situation geraten, welche bei konfligierenden Wahlnormen zwischen altem und neuen Kontext zur Abschwächung einer vorhandenen Parteibindung und einer sukzessiven Annäherung an die Wahlnorm des neuen Kontextes führen sollte (vgl. zusammenfassend: Schoen 2005: 141).

[4] Als Einstellungen gelten nach Ajzen (1996: 4) Dispositionen auf bestimmte Bewertungsobjekte in einer bestimmten Art zu reagieren.

Empirisch lassen sich diese Postulierungen grundsätzlich auch für die Zeit lange nach 1944/1954 noch weitgehend belegen: So zeigen sich insbesondere Paar-Beziehungen (Campbell et al. 1960: 77; Lazarsfeld et al. 1968: 140-145; Huckfeldt & Sprague 1995: 197-203; McClosky & Dahlgren 1959; Robinson 1976a: 317f.; Landua 1991; Schmitt-Beck 2000) und Freundschaften (Berelson et al. 1954: 93-8; Campbell u.a. 1960: 77; McClosky & Dahlgren 1959; Laumann 1973; Fischer et al. 1977: 59-78; Schenk 1995: 107-49; Schmitt-Beck 2000) als politisch wesentlich homogener als weniger intime Beziehungs-Konstellationen (Berelson et al. 1954: 37-53, 93-98, 120-122; Campbell et al. 1960: 77; Simon 1976: 81-84, 88-94; Beck 1991: 377ff.; Myers 1994: 151ff.; Schmitt-Beck 2000). Weniger Einfluss scheint hingegen von der konkreten Thematisierung politischer Inhalte auszugehen, da kommunizierende Gruppenmitglieder unabhängig vom Umfang der politischen Diskussionsinhalte, tendenziell dieselbe politische Partei wählen (vgl. z.B. Beck 2002; Beck et al. 2002; Benney & Geiss 1950: 324-326; Berelson et al. 1954: 77-79; Huckfeldt & Sprague 1987, 1991, 1992; Zuckerman et al. 1994). Die Aussage von Lazarsfeld et al. (1944: 137) nachdem Leute, die zusammen leben, arbeiten oder spielen tendenziell auch dieselbe Wahlentscheidung treffen, ist also grundsätzlich auch heutzutage noch haltbar und deutet an, dass Individuen auch heute noch dazu neigen, sich bevorzugt mit Personen zu umgeben, die ihre politischen Orientierungen teilen (Homophilie) oder dass sich tatsächlich diskordante politische Einstellungen in persönlichen Netzwerken auf dem Wege der Sozialisation oder Persuasion tendenziell homogenisieren.

Ebenso lässt sich durch die vergleichsweise hohe politische Homogenität zwischen sich nahe stehenden Personen – insbesondere Ehepaaren – die Vererbung grundsätzlicher politisch relevanter Einstellungen an die nächste Generation erklären, welche auch heute noch weitgehend über die Primärsozialisation im Elternhaus begründet werden (vgl. Berelson et al. 1954; 155-157; Knoke 1990a, b: 1042-1043; Schmitt-Beck 2000: 266-274; Huckfeldt & Sprague 1991). Entgegen ursprünglicher Auffassungen sind diese politischen Orientierungen jedoch zum einen nicht mehr so stark, dass sie die Auswahl der Kommunikationspartner auch im weiteren Lebensverlauf vollständig steuern[5] und zum anderen gewinnen während der

[5] Als Gründe werden hierfür in der Literatur insbesondere die tendenziell erodierte politische Homogenität von Familien (vgl. z.B. Niemi & Jennings 1968, 1974, 1981; Tedin 1980; Zuckerman & Kotler-Berkowitz 1998), die eingeschränkten Möglichkeiten sich an (gegebenenfalls im Verlauf des Lebenszyklus wechselnden) Wohnorten und Arbeitsplätzen seine Interaktionspartner unter parteipolitischen Geschichtspunkten aussuchen zu können (vgl. Huckfeldt 1983; Huckfeldt & Sprague 1988, 1991; Huckfeldt et al. 1995) sowie der heutzutage eher nach-

Sekundärsozialisation weitere Sozialisationsagenten wie Freunde und Massenmedien zunehmend an Bedeutung (vgl. Barelson et al. 1954: 88-93; Schoen 2005: 141; und insbesondere Kapitel II.2.1.4.).

I.A.2. Wählertypen

Basierend auf den Überlegungen hinsichtlich der Wirkungen eines homogenen sozialen Kontextes bzw. cross-pressures sowie ihren empirischen Panel-Untersuchungen, konnten Lazarsfeld et al. (1944) in Abhängigkeit der Stabilität ihrer Parteipräferenzen vier Wählertypen identifizieren: Die erste Gruppe und damit den stabilsten Teil des Elektorats bilden dabei die sogenannten „*partisans*“. Hierbei handelt es sich um die parteitreuen Stammwähler, welche vermutlich in einem politischen sehr homogenen Umfeld leben und demzufolge auch keinen *cross-pressures* ausgesetzt sind. Von daher wissen sie von Anfang des Wahlkampfes an, wen sie wählen wollen und tun dies schließlich auch. Die zweite Gruppe bilden die sogenannten „*crystallizers*“. Diese wissen zu Beginn des Wahlkampfes zwar noch nicht genau wen sie wählen wollen, entscheiden sich jedoch schließlich für jene politische Alternative, die mit ihren *politischen Prädispositionen* korrespondiert. Diese Politischen Prädispositionen wiederum ermittelten Lazarsfeld et al. (1944) mit Hilfe eines „*Index of political Predispositions*“, welcher durch Kombination bestimmter langfristig konstanter sozialstruktureller Merkmale eines Individuums wie Wohnort, Einkommen, sozioökonomischer Status, Religionszugehörigkeit eine Prognose auf dessen Parteipräferenz ermöglichte. Die dritte Gruppe der „*waverers*“, verfügt zwar zu Beginn des Wahlkampfes über eine Wahlpräferenz, rückt jedoch im Laufe der Kampagne zunächst von dieser ab um dann doch wieder zu dieser zurückkehren. Bei dieser Gruppe scheinen demzufolge *cross-pressures* bereits eine Wirkung zu entfalten, jedoch noch nicht so stark dass sie eine Konversion bewirken können. Diese gelingt schließlich bei den „*party-changers*“, welche sich im Verlauf des Wahlkampfes tatsächlich für eine andere Wahlalternative entscheiden als jene, die sie zu Kampagnebeginn favorisiert haben.

Die Untersuchung zeigte dabei, dass die so identifizierten Stammwähler (*partisans*) am stärksten an politischen Fragen und Informationen interessiert und in ihrer Wahlentscheidung am frühesten festgelegt waren. Dagegen zeichnete sich insbesondere die Gruppe der Wechselwähler durch geringes politisches Interesse, geringe Motivation und geringe Ent-

---

rangigen Bedeutung der Parteipräferenzen im näheren sozialen Umfeld (vgl. Scheuch 1965: 209; Powell 1976: 17-18; Huckfeldt & Sprague 1987) angeführt.

scheidungskompetenz bei der Auswahl einer Wahlalternative aus. Lazarsfeld et al. (1944) schließen daraus, dass politische Involvierung offensichtlich zum einen für eine politische Mobilisierung und damit zum Anderen auch zur Entwicklung einer Parteibindung entscheidend beiträgt.

Die Differenzierung des Elektorats in verschiedene Wählertypen stellt dabei ebenfalls eine wichtige Pionierleistung der Columbai-School dar, wenn auch bezogen auf die heutigen Verhältnisse eine gewisse Abwandlung zwischen Ursache, Vermittlungsmechanismus und Ergebnis von Nöten scheint: So scheint es zunächst sinnvoll, davon auszugehen, dass nicht alle Wähler ihre Wahlentscheidung maßgeblich auf Basis einer langfristigen politischen Prädisposition treffen werden. Vielmehr sollten je stärker (schwächer) eine politische Prädisposition ausgeprägt ist, politische Kommunikation umso geringere (größere) Einflussmöglichkeiten haben und damit als Ergebnis ein wechselndes (stabiles) Wahlverhalten hervorbringen. Ebenso sollte eine Parteibindung nicht in erster Linie als Ursache politischen Interesses begriffen werden sondern als dessen Ergebnis. Leitet man bereits hier die Verabschiedung von dem Gedanken ein, dass Parteibindungen unabhängig von konkreten Policy-Präferenzen entstehen und betrachtet eine stabile Parteibindung beim Individuum als Resultat einer stabilen Politiknachfrage ergibt sich hieraus ein sinnvolleres Bild: Eine bestimmte Politiknachfrage würde dann – umso wichtiger sie für Ego ist – dessen politisches Interesse steigern, da er umso intensiver nach Möglichkeiten suchen wird einen geeigneten Politikanbieter zu finden, der diese Politiknachfrage befriedigen könnte und in diesem Sinne das politische Geschehen auch genauer verfolgen als eine Person ohne konkrete Politiknachfrage für die Politik folglich eher eine Nebensache darstellt. Findet Ego dabei einen Politikanbieter, der seine Politiknachfrage langfristig bedient wird er sich dementsprechend auch langfristig an diesen binden und dessen Agieren in der politischen Sphäre genau verfolgen, während sich sein uninteressiertes Pendant mit eher diffuser Politiknachfrage erst kurz vor einer anstehenden Wahl oberflächlich informieren und seine Entscheidung eher auf Basis kurzfristiger Faktoren treffen wird.

Hieraus folgt, dass (1) soziotropische Überlegungen alleine nicht zielführend sind, sondern auch ökonomische Mechanismen bei der Wahlentscheidung eine Rolle spielen (2) die kausale Ursache einer stabilen Parteibindung sollte in der Stabilität und der Stärke einer bestimmten Politiknachfrage gesucht werden, welche je nach deren Wichtigkeit für Ego, dessen poli-

tisches Interesse verstärkt, und bei einem stabilen, korrespondierenden politischen Angebot seitens einer politischen Partei in einer Parteibindung mündet und (3) dass die Wahlentscheidung auf langfristigen und kurzfristigen Faktoren basieren sollte, wobei der Einfluss kurzfristiger Faktoren umso größer sein sollte, je diffuser und schwächer die politische Nachfrage von Ego und dementsprechend umso niedriger dessen politisches Beschäftigungsinteresse ist. An diesen Punkten werden die Ausführungen im Zusammenhang mit dem makrosoziologische sowie dem sozialpsychologischen Ansatz (vgl. Kapitel I.B. & II.) anknüpfen.

Im Rahmen dieses Kapitels bleibt zunächst der Aspekt der politischen Kommunikation interessant, da über diese letztlich sowohl eine Stabilisierung, als auch eine Veränderung einer Parteipräferenz bewirkt werden kann. Als Hoch-Zeiten politischer Kommunikation gelten dabei auch heutzutage noch die Wahlkämpfe und als mächtigste Kommunikationskanäle die Massenmedien.

I.A.3. Wahlkämpfe & Medieneinflüsse

Von Wahlkampf und Medien gehen nach Lazarsfeld et al. (1944: 87ff.; vgl. auch Berelson et al. 1954: 240ff. sowie Klapper 1960) insgesamt nur *„schwache“*[6], also vornehmlich die vorhandenen Einstellungen aktivierenden oder verstärkenden Wirkungen aus, jedoch keine *„starken“* Effekte in Form einer persuasiven Veränderung vorhandener Prädispositionen im Sinne der bis dato lange Zeit vorherrschenden Vorstellung vom „Propaganda-, Injektionsnadel- oder Kanonen-Modell“ der Medienwirkungen (vgl. z.B. Miller 1991: 1; McQuail 1987: 260; Merten 1991: 37; Severin & Tankard 1997: 231)[7].

So zählten zwar die politisch interessierten *partisans* zu den eifrigsten, gleichzeitig aber auch zu den selektivsten Medienkonsumenten. Die *partisans* konzentrierten nämlich einerseits ihren Medienkonsum auf Organe, welche die ihre politische Richtung teilten und nahmen zudem aus deren Gesamtberichterstattung hauptsächlich jene Informationen auf, die mit den eigenen Prädispositionen konform gingen (vgl. zur *selektiven Mediennutzung* auch Klap-

[6] Brettschneider (2005: 479) bezeichnet die allgemeine Subsumierung von Aktivierungs- oder Verstärkereffekten unter die “schwachen” Medienwirkungen als „irreführend“, da auch diese Effekte wahlentscheidend sein können. Schließlich hängen Wahlsieg und –Niederlage einer Partei nicht nur von deren Überzeugungkraft gegenüber Wechselwählern sonder auch von der Mobilisierungsfähigkeit der eigenen Stammwählerschaften ab.

[7] Das sogenannte „Propaganda-Modell“ der Medienwirkungen basiert auf der Vorstellung eines psychologischen Stimulus-Response-Modells nachdem jedes Individuum – unabhängig von dessen persönlichen Dispositionen – in gleicher Weise und mit identischen Konsequenzen von massenmedial vermittelten Botschaften mit denen es in Berührung kommt beeinflusst wird (vgl. z.B. Schenk 1987: 22-28; Bineham 1988; Merten 1991: 37f., 1994: 294ff.).

per 1960; Rogers & Bhowmik 1970). Auf diese Weise haben Medieneinflüsse bei den *partisans* lediglich das Potenzial die vorhandenen Prädispositionen zu verstärken, kaum jedoch diese zu verändern.

Bei den *crystallizers* haben Medieneinflüsse dagegen das Potenzial, die bei dieser Gruppe latent vorhandenen Prädispositionen zu aktivieren, indem sie deren Interesse am Wahlkampf wecken und so wiederum deren weiteren Medienkonsum ankurbeln was zur entsprechenden Rezeption weiterer medialer Inhalte führt. Ähnlich den *partisans* nutzen jedoch auch die *crystallizers* Medieninhalte nur selektiv und es kommt auch bei ihnen nur selten zu Änderungen von vorhandenen Einstellungen. Schaffen es trotz selektiver Wahrnehmung dissonante Informationen zum *crystallizer* durchzudringen, ist höchsten mit einer geringeren Wahlbeteiligungswahrscheinlichkeit, nicht jedoch mit einem Wechsel der präferierten Partei zu rechnen.

Ebenso verfehlen Medieneinflüsse bei den *waverers* und *party changers* weitgehend ihre Wirkung. Einerseits nutzen diese Wählergruppen zwar die Medieninhalte weniger selektiv, andererseits jedoch auch in wesentlich geringerem Umfang. Die Gründe hierfür liegen insbesondere im geringen politischen Interesse sowie den auf diese Wählergruppe einwirkenden *cross-pressures*, welche ein geringes Wahlkampfinteresse sowie eine geringe Nutzung politischer Medieninhalte induzieren. Die wechselnde Wahlabsicht kommt also hier in der Regel nicht aufgrund von unmittelbaren Medieneinflüssen zustande. Vielmehr kann bei diesen Wählergruppen die interpersonale Kommunikation eine Veränderung der Wahlabsicht herbeiführen, da zum einen Familienmitglieder oder Freunde gegenüber den Massenmedien die höhere Glaubwürdigkeit genießen und zum anderen weil in persönlichen Gesprächen die Diskutanten flexibler auf ihre jeweiligen Argumente eingehen können (vgl. auch Brettschneider 2005: 476f.).

Für die Wahlkämpfer leitet sich hieraus die Erkenntnis ab, dass – wenn überhaupt – die *waverers* und die *party* changers, also jene Wählergruppen, die sich in *cross-pressure*- Situationen befinden und damit grundsätzlich beeinflussbar sind, als potenzielle Ziele politischer Werbemaßnahmen interessant sind (vgl. Berelson et al. 1954: 128-132, 285). Aufgrund der Überlegenheit der interpersonalen gegenüber der massenmedialen Kommunikation bei der Übertragung bzw. Veränderung von politischen Präferenzen, empfiehlt daher die Columbia-

School das „*canvassing*“ (also Straßen- oder Haustürwahlkampf) als erfolgversprechendste Wahlkampfmethode (vgl. Lazarsfeld et al 1944: 73-105; Berelson et al. 1954: 69-91).

Die Wahlkämpfe in der Zeit bis Mitte der 1940er Jahre könnte man dabei als *vormodern* bezeichnen (vgl. Blumler & Kavanagh 1999; Butler & Ranney 1992; Farrell 1996; Farrell & Webb 2000; Wring 2001; Norris 2002; Plasser 2003; Römmele 2005: 417). Die Kommunikation erfolgte in Europa fast ausschließlich über die ausdifferenzierten und verästelten Parteiorganisationen der Massenintegrationsparteien (vgl. Duverger 1964; Neumann 1956), welche in nahezu jeden Lebensbereich der Bürger hineinreichten (Gemmecke 1967; Hirsch-Weber & Schütz 1957; Rubin 1981; Salmore & Salmore 1985; Struve 1971). Demzufolge konnte die Wahlkampfkommunikation auch in jener nach der Columbia-School erfolgversprechendsten Form der persönlichen Interaktion erfolgen. Mit dem Siegeszug der elektronischen Massenmedien – insbesondere dem Fernsehen – bei gleichzeitiger Erosion von Stammwählerschaften und Parteiaktivisten (vgl. Seite 39ff.) änderten sich jedoch die Rahmenbedingungen für die Wahlkampfkommunikation grundlegend. Massenkommunikation, fokussiert auf den Kanal Fernsehen, geplant und organisiert von *Campaign Professionals* schien in den *modernen* Wahlkämpfen nun Trumpf zu sein (vgl. auch Seiten 146ff.)[8]. Akribische Analysen, wie beispielsweise jene von Schmitt-Beck (2000) zeigen jedoch, dass man auch im Zeitalter der Massenkommunikation den Einfluss der interpersonellen Kommunikation auf das Wahlverhalten nicht unterschätzen darf: So ist auch heute noch die interpersonale Kommunikation als einflussreicher auf das Wahlverhalten anzusehen als die Massenkommunikation und dies insbesondere im Bezug auf Wähler mit geringer politischer Involvierung, welches im Sinne der Columbia-School zudem die *wavrerer* sowie die *party-changer* waren (ebd. 357, 375-380; vgl. auch Robinson 1976a). Ebenso können jedoch auch Wähler, welche von Lazarsfeld et al. (1944) als *crystallizers* bezeichnet werden, durch interpersonale Kommunikation dazu gebracht werden, gemäß ihrer Disposition abzustimmen (vgl. Schmitt-Beck 2000: 319; siehe auch Berelson et al. 1954: 142-7; Huckfeldt & Sprague 1995: 81-99). Die größten Wirkungen gehen dabei insbesondere von Gesprächen im Rahmen von Paar- und Verwandtschafts- sowie von Freundschaftsbeziehungen aus (Schmitt-Beck 2000: 362).

[8] Die dritte Stufe dieser Wahlkampftypologie wäre der *postmoderne Wahlkampf*, welcher die ganze mediale Kanalvielfalt ausnutzt um auch kleine Zielgruppen mit spezifisch konstruierten Angeboten ansprechen zu können (vgl. zusammenfassend Plasser 2003: 241).

Bereits 1955 haben jedoch Katz & Lazarsfeld darauf hingewiesen, dass die Wirkungen von interpersonaler sowie Massenkommunikation nicht isoliert betrachtet werden sollten, da die Wirkungen, die von beiden Kommunikationsflüssen ausgehen, miteinander interagieren. Ganz im Sinne des Meinungsführerkonzepts (vgl. nächster Abschnitt), sollte danach die interpersonelle Kommunikation die Aufgabe der *Sekundärdiffusion* übernehmen, durch die die Inhalte der massenmedialer Kommunikation auch zu jenen Gesellschaftsmitgliedern getragen werden, die von ihr nicht direkt erreicht werden (vgl. Katz & Lazarsfeld 1955: 45; Erbring et al. 1980: 46)[9]. Diese These konnte jedoch Schmitt-Beck (2000) nicht bestätigen. Stattdessen scheint von der interpersonellen Kommunikation eher eine Wirkung gemäß der *Filterthese* auszugehen (ebd.: 403f.; Ebring et al. 1980: 41). Dabei werden die massenmedial vermittelten Informationen durch Diskussionen innerhalb des Primärumfeldes entsprechen den dort vorherrschenden politischen Präferenzen moderiert. Konkordante Botschaften erleben demzufolge eine Verstärkung, während diskordante Botschaften abgeschirmt werden (vgl. auch Schenk 1995: 64), wobei die Abschottungswirkung umso effektiver ist, je homogener die Kontaktkreise der Wähler sind[10]. Umgekehrt eröffnet ein heterogenes Umfeld eine Flanke für diskordante Medieneinflüsse. Berelson et al. (1954: 98-101) bezeichnet diese Wirkung auch als „breakage"-Effekt. Der Einflussreichtum, welcher dabei von den verschiedenen Kommunikationsquellen ausgeht, hängt im Wesentlichen von deren *Glaubwürdigkeit* ab, welche sich wiederum aus den Komponenten *Expertise* und *Vertrauenswürdigkeit* zusammensetzt (vgl. Lupia & Cubbins 1998: 45; Bentele 1988: 410). Diese Kombination aus *Experti-*

[9] Träfe diese These zu, dann würden von massenmedialer Kommunikation, welche über interpersonelle Kommunikation weiter diffundiert wird, insbesondere Politikanbieter profitieren, die über viele Anhänger verfügen, die diese Sekundärdiffusion betreiben. Diese würden bei entsprechend positiver Berichterstattung mit ausreichend Argumentations-„Munition" versorgt, während Anhänger einer Partei mit negativer Berichterstattung entsprechend weniger Überzeugungsbotschaften zur Verfügung haben. Ebenso würden kleine Politikanbieter aufgrund ihrer vergleichsweise kleinen Anzahl möglicher Multiplikatoren benachteiligt (vgl. Schmitt-Beck 2000: 96).

[10] Hierdurch erklärt sich nach Berelson et al. (1954: 100; 126f.) auch, warum Parteien in ihren traditionellen Hochburgen, also Regionen mit vergleichsweise homogenen parteipolitischen Orientierungen, herausragende Möglichkeiten besitzen, ihren Wählerstamm zu halten und neue Wähler für sich zu gewinnen (vgl. auch Klein & Pötschke 2000: 183). Der Vollständigkeit halber sei jedoch angefügt, dass dieser „Interaktionstheorie" auf Basis der Filterthese jedoch alternativ auch eine „Parteiaktivitäts"- sowie eine „Identifikationstheorie" gegenübergestellt werden kann. Erstere postuliert, dass Parteien in ihren Hochburgen intensivere Kampagnen fahren und so viele unentschlossene Wähler anziehen können. Das Wahlergebnis variiert auf diese Weise zwischen den verschiedenen Gebietseinheiten mit dem Umfang der Wahlkampfmaßnahmen (vgl. Klein & Pötschke 2000: 185; Pappi 1977: 204f; Falter 1978: 857; Putnam 1966: 640). Die zweite Alternative geht von einer Identifikation der Wähler mit ihrer regionalen Gebietseinheit aus. Die Wahlentscheidung erfolgt dann nach Maßgabe des perzipierten lokalen Meinungsklimas, welches jedoch in Widerspruch bzw. Konkurrenz zu den Wahlnormen innerhalb der verschiedenen sozialen Gruppen stehen könnte (vgl. Klein & Pötschke 2000:185; Falter 1978: 856). Verglichen mit der Interaktionstheorie wirkt in diesem Falle das soziale Umfeld über eine psychologische Beziehung statt über die gesellschaftliche Integration.

se und *Vertrauenswürdigkeit* wurde von der Columbia-School insbesondere den so genannten Meinungsführern zugeschrieben, welche deswegen auch einen besonders großen Einfluss im Rahmen der Sekundärdiffusion bzw. des „Zwei-Stufen-Flusses der politischen Kommunikation“ genießen sollten.

I.A.4. Opinion Leaders

Da im mikrosoziologischen Ansatz, die persönlichen Interaktion für die Vermittlung von politischen Einstellungen entscheidend ist, müssten folglich innerhalb der sozialen Gruppen jenen Personen, die über besondere kommunikative Fähigkeiten verfügen, auch ein größerer Einfluss auf die Meinungsbildung innerhalb der Gruppe zukommen. Lazarsfeld et al. (1944: 49-51, 151-152) und Berelson et al. (1954: 109-114) bezeichneten solche Personen, die grundsätzlich in jeder Gruppe vorkommen sollten, als „*opinon leaders*“. Kennzeichnend für diesen Personentypus waren dabei deren relativ höheres politisches Interesse, ihr höherer politischer Informationsstand sowie ihre zahlreichen Kontakte zu anderen Personen und ihr hohes Vertrauenskapital innerhalb der Gruppe. Ausgestattet mit diesen Eigenschaften, sollten diese Meinungsführer, auch ohne höheren persönlichen sozialen Status, in der Lage sein, andere Gruppenmitglieder in politischen Angelegenheiten beeinflussen zu können. (vgl. auch Noelle-Neumann, Haumann & Petersen 2000: 189-190).

Da die Meinungsführer für die politisch weniger Interessierten somit auch zur Hauptquelle politischer Informationen avancieren, vertreten Lazarsfeld et al (1944: 151-152) auch die These vom „*Zwei-Stufen-Fluss*“ der politischen Kommunikation. Demnach erreicht die Medienberichterstattung die einfachen Menschen nur vermittelt über deren jeweilige Meinungsführer. Aufgrund ihres höheren politischen Interesses nutzen diese die Massenmedien in wesentlich größerem Umfang als poltische Informationsquelle und können die so neu gewonnenen Informationen aufgrund ihres höheren politischen Kenntnisstandes auch besser einordnen und an ihr soziales Umfeld weitervermitteln (vgl. auch Schenk 1993; Weimann 1994: 72-76, 91-105).

Wie bereits im letzten Abschnitt beschrieben, ist jedoch der mögliche Einfluss der *Sekundärdiffusion* nach Schmitt-Beck (2000) zu relativieren. Noelle-Neumann & Petersen (2005: 184) halten jedoch das Meinungsführerkonzept als solches grundsätzlich auch heutzutage weiterhin für gültig. Nach beiden Autoren scheint es nämlich auch heute noch in der interpersonel-

len Kommunikation tatsächliche Meinungsführer zu geben: Dies zeichnen sich danach zunächst durch eine starke Persönlichkeit aus, sie

> „haben einen großen Bekanntenkreis, der auch übergreift in andere soziale Schichten und andere Altersgruppen als die eigene. Sie sind vielseitige Ratgeber, sie interessieren sich für Neues und besitzen es auch tatsächlich früher als der Durchschnitt. Sie sind hilfsbereit und interessieren sich für andere Menschen, eine Voraussetzung dafür, dass sie ihr Wissen und Können weitergeben. Sie lesen nicht schlechthin mehr, sondern insbesondere informationsreiche Zeitungen und Zeitschriften und Bücher" (Noelle-Neumann, Haumann & Petersen 1999: 188).

Diese Meinungsführer können ihre Wirkung jedoch nur im Rahmen von „normalen" Wahlkämpfen, die sich hauptsächlich um politische Sachfragen drehen, aufrecht erhalten. Wird der Wahlkampf jedoch durch „*human interest*"-Themen beherrscht, die über breit rezipierte Unterhaltungsformate transportiert werden, verlieren die Meinungsführer – in Ermangelung ihres Interesses an solchen Klatsch-Themen (vgl. Weimann 1994: 262) – ihren Informationsvorsprung. Die Informationen gelangen so direkt an das breite Publikum und der Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation ist ausgehebelt[11] (Noelle-Neumann & Petersen 2005: 181ff.).

Hierbei ist jedoch anzumerken, dass die meisten politischen Gespräche zwischen Personen mit vergleichbarer Expertise bezüglich des betreffenden Themas (also auf Augenhöhe) in Form eines Gedankenaustausches stattfinden (Trohldahl & van Dam 1965; Robinson 1976a; Schenk 1985, 1993). Dies hängt nach Chaffee (1972: 98f.) möglicherweise damit zusammen, dass ein starkes Wissensgefälle zwischen den Diskussionsteilnehmern einschüchternd auf den oder die weniger informierten Diskutanten wirken würde. „Novizen" lassen sich daher eher von „Novizen" und „Experten" eher von „Experten" beeinflussen (vgl. Schmitt-Beck 2000: 291f.).

I.A.5. Was bleibt vom mikrosoziologischen Ansatz?

Die großen Stärken des mikrosoziologischen Ansatzes sind zunächst einmal dessen Fähigkeiten, die Entstehung von Parteibindungen welche wiederum ein stabiles Wahlverhalten hervorbringen, erklären zu können. Der Ansatz stellt zudem eine wesentliche Verbindung zwischen sozialen Merkmalen und Wahlverhalten her, welche durch die prognostischen Fähigkeiten des „Index der politischen Prädispositionen" zum Ausdruck kommt. Der klassische

[11] Noelle-Neumann, Haumann & Petersen (1999: 213) vertreten ebenfalls die Auffassung, dass die „neuen" Meinungsführer, nicht nur ihr soziales Umfeld in dessen bestehenden Einstellungen bestärken und bestätigen können, sondern diesen Personenkreis auch zu neuen und anderen Einstellungen mitnehmen können. Das bedeutet, dass sie wenn, dann nicht allein das politische Lager wechseln sondern auch ihr Umfeld mitnehmen.

Ansatz der Columbia-School kann somit bei der Beantwortung der Frage nach dem „Wer wählt wen?“ auch heute noch weiterhelfen. Bei der Frage nach dem „Warum?“ bestimmte Personen bzw. Personengruppen bestimmte politische Präferenzen entwickeln, bringt er uns jedoch damals wie heute nicht viel weiter, da er das individuelle Wahlverhalten als *soziotropisch*, also letztlich als Gruppenerlebnis beschreibt, und nicht unter dem Gesichtspunkt, bestimmte *Policies* oder Kandidaten zu unterstützen. Diese Lücke wird sich jedoch durch die Einbeziehung eines weiteren soziologischen Ansatzes schließen lassen (vgl. Kapitel I.B.). Ein weiteres Manko des klassischen mikrosoziologischen Ansatzes besteht darin, dass wechselndes Wahlverhalten eines Individuums bei stabilem sozialem Kontext nicht erklärt werden kann. Dies ist lediglich „ex negativo“ (vgl. Schoen 2005: 144), also aufgrund des nicht-Vorhandenseins der Voraussetzungen für stabiles Wahlverhalten, möglich. Wechselndes Wahlverhalten würde demzufolge ein zielloses Changieren zwischen den verschiedenen Politikanbietern darstellen. Diese Erklärungslücke wird wiederum der sozialpsychologische Ansatz (Kapitel II.) schließen, indem neben langfristig wahlentscheidenden Faktoren auch kurzfristige Aspekte in die Entscheidungsfindung inkludiert werden. Hilfreich war diesbezüglich innerhalb des mikrosoziologischen Ansatzes jedoch bereits die Differenzierung des Elektorats in verschiedene Wählertypen. Dieser Gedanken wird – wenn auch basierend auf einem anderen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang – ebenfalls an mehreren Stellen wieder aufgegriffen, da eine Differenzierung der Wählerschaft im Hinblick auf deren Entscheidungsfindung auf Basis von mehr oder weniger lang- bzw. kurzfristigen Aspekten durchaus wichtige Implikationen auf das Volatilitätspotenzial von Wahlergebnissen, die ein Elektorat hervorbringen kann, liefern würde.

Als wichtigstes Destillat des mikrosoziologischen Ansatzes, kann jedoch der (mögliche) Einfluss der politischen Kommunikation angesehen werden, welche wiederum sowohl vom makrosoziologischen als auch vom sozialpsychologischen Ansatz weitgehend vernachlässigt wird. Politische Kommunikation kann dabei sowohl interpersonell wie massenmedial erfolgen, wobei von Lazarsfeld et al. (1944) sowie Berelson et al. (1954) stets der interpersonellen Kommunikation und hierbei insbesondere jener, die von den Meinungsführern ausgeht, die größere Wirkung zugesprochen wurde.

Auch wenn im Zeitalter der Massenkommunikation dabei stets den Massenmedien die größere Beachtung geschenkt wird, sollte die Bedeutung der interpersonellen Kommunikation

nicht unterschätzt werden, da selbst wenn die Inhalte der politischen Kommunikation weitgehend von den politischen und massenmedialen Akteuren vorgegeben werden (vgl. Seiten 103ff.), die sozialen Kreise dennoch einen großen Einfluss haben können, wie diese Inhalte auf der Individualebene verarbeitet, interpretiert und/oder gegebenenfalls rationalisiert werden. Es ist daher alles andere als Gewiss, dass beispielsweise eine massenmedial breit veröffentlichte Meinung automatisch auch zur öffentlichen Meinung wird. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dies auf der Individualebene insbesondere innerhalb jener Kreise gelingt, die ohnehin in eine konsonante politische Richtung tendieren. Politisch gegensinnige soziale Kreise werden sich hingegen vermutlich auch heute noch gegen dissonante Botschaften abschotten bzw. im Falle einer breit transportierten einstellungs-dissonanten veröffentlichten Meinung in Abhängigkeit vom jeweils strittigen politischen Inhalt enger zusammenrücken.

Als besonders relevant in Bezug auf das Wahlverhalten sind dabei auch heutzutage insbesondere die aktivierenden und mobilisierenden Wirkungen politischer Kommunikation zu betrachten, welche durchaus bei unterschiedlich motivierten politischen Lagern wahlentscheidend sein können. So legen die genannten Erkenntnisse des neueren Forschungsstandes nahe, dass auch heute noch, durch die dynamischen Effekte, welche – bei entsprechendem Anlass – innerhalb einer politisch weitgehend homogenen Gruppe entstehen können, Gruppenmitglieder die sonst keine Wahlmotivation gehabt hätten, doch zur Wahl zu bringen. Persuasive Wirkungen politischer Kommunikation sollten sich hingegen auch weiterhin auf Personen mit schwachen Parteibindungen, welche aus einem geringen politischen Beschäftigungsinteresse aufgrund diffuser oder schwacher Politiknachfrage resultieren beschränkt bleiben.

Das Kräfteverhältnis zwischen interpersoneller und massenmedialer Kommunikation in Bezug auf das Verhalten desinteressierter Individuen sollte dabei wiederum von deren individueller sozialer Eingebundenheit abhängig sein, das heißt dass die Wirkungen der massenmedialen Kommunikation umso größer wären, je kleiner das soziale Nahumfeld von Ego ist. Existieren jedoch persönliche Gesprächspartner mit denen auch über politische Sachverhalte diskutiert wird, sollte von diesen aufgrund deren größerer persönlicher Nähe (Unausweichbarkeit) auch weiterhin im Konfliktfall ein größerer Einfluss ausgehen als von den Massenmedien, welche zwar heutzutage von den politischen Desinteressierten nicht weniger aber

dafür anders genutzt werden als von den politisch Interessierten (vgl. Seiten 137ff.) und damit als Quelle für *politische* Botschaften zu relativieren sind.

Auf den Seiten 103ff. werden diesen Gedanken über die Rolle und den Einfluss der politischen Massenkommunikation fortführen und dabei den Schwerpunkt auf deren *Inhalte* richten, welche letztlich dazu geeignet sind, auch wechselndes Wahlverhalten (Kontext-unabhängig) kausal zu erklären. Zunächst gilt es jedoch, sich näher mit jenen langfristig stabilen Prädispositionen des Wahlverhaltens zu beschäftigen, welche im Idealfall ein stabiles Wahlverhalten bzw. im Zwischenschritt eine Parteibindung als Ergebnis hervorbringen. Durch die Inklusion eines weiteren soziologischen Ansatzes, wird dabei zunächst ein wichtiger Kausalzusammenhang hergestellt zwischen der sozialen Position eines Individuums und dessen langfristigen stabilen politischen Prädispositionen, welchen die Columbia School schuldig blieb.

I.B. Der makrosoziologische Ansatz

In ihrem Aufsatz über „Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments“ unternahmen Seymour Lipset und Stein Rokkan (1967; siehe auch Rokkan 1965, 1970) in erster Linie einen Anlauf, die historische Entstehung der westeuropäischen Parteiensysteme und deren Persistenz zu erklären. Sie argumentierten dabei, dass in den westlichen Gesellschaften grundsätzliche, in der Sozialstruktur verankerte gesellschaftliche Großkonflikte („Cleavages“) bestehen. Die von diesen Konflikten betroffenen sozialen Gruppen begründeten daher wiederum entsprechende Organisationen zur Vertretung ihrer jeweiligen Interessen. Im Zuge der Demokratisierung bildeten diese Interessenvertretungen wiederum eine Koalition mit einer politischen Partei, welche ihre Interessen im parlamentarischen Raum vertreten sollte. Als Gegenleistung für diese Interessenvertretung sollte die betreffende Partei wiederum bei Wahlen die Stimmen der jeweiligen Bevölkerungsgruppe erhalten.

Wie bei dem Columbia-School-Ansatz bestehen auch nach diesem Konzept Beziehungen zwischen sozialstrukturellen Merkmalen eines Individuums und dessen Wahlverhalten: Bestimmte, anhand sozialstruktureller Merkmale definierbare Personenkreise wählen tendenziell dieselbe Partei. Im Gegensatz zu Columbia-School tun sie dies jedoch nicht als uneigennütziges soziotropisches Gruppenerlebnis, weil sie sich hauptsächlich in denselben sozialen Kreisen unter ihres gleichen bewegen und hieraus ein entsprechender Gruppendruck entsteht (dies mag zwar zusätzlich so sein und auch eine verstärkende Wirkung haben, aber es ist nicht der entscheidende Grund), sondern weil sie unabhängig von einander über ein gemeinsames politisches Interesse verfügen, welches sich aus ihrer vergleichbaren sozialen Situation ergibt. Gleichgerichtetes Wahlverhalten erfolgt daher nicht in erster Linie seitens (lokaler) sozialer Interaktionskreise sondern seitens gesellschaftlicher Großgruppen, deren Mitglieder sich grundsätzlich über das gesamte Staatsgebiet verteilen können und nicht zwingend miteinander in persönlichem Kontakt stehen müssen. Wahlentscheidend ist das gemeinsame materielle und/oder ideelle Interesse; von daher die Bezeichnung dieser Theorie als „Interessensansatz“[12].

[12] Die Begriffe „makrosoziologische(r)/(s) Ansatz, Konzept bzw. Theorie“ sowie „Interessen- bzw. Cleavagesansatz bzw. –theorie oder -konzept“ werden im Weiteren zur Vermeidung von Wiederholungen synonym verwendet.

I.B.1. Die drei Säulen eines Cleavages

Wesentliches Kennzeichen einer so genannten Cleavage- bzw. „politisierten Sozialstruktur“ (vgl. Pappi 1986: 369) ist also der Niederschlag von gesellschaftlichen Großkonflikten im Parteiensystem eines Landes, welcher dadurch entsteht, dass die von bestimmten Konflikten betroffenen Bevölkerungssegmente eine Interessenkoalition mit einer politischen Partei eingehen und es so auf dem Wege eines politischen Dauerschuldverhältnisses in Form eines Austausches zwischen Interessenvertretung gegen Wählerstimmen zu einer Verbindung von Sozialstruktur und Parteiensystem kommt. Die damit implizierte Bevorzugung einer bestimmten politischen Partei durch die Mitglieder der gesellschaftlichen Konfliktgruppen ist jedoch nur eine Komponente eines klassischen Cleavages nach Lipset & Rokkan (1967). Neben dieser sozialstrukturellen Komponente muss zusätzlich auch eine gruppenbezogene organisatorische und politische Mobilisierung entlang des relevanten sozialen Merkmals betrieben werden, die idealerweise am Ende zu einer Segmentierung der betroffenen Bevölkerungsgruppen führt (vgl. Bartolini & Mair 1990; Mair 1993, 1999: 308-312).

Ein klassischer Cleavage hat folglich sowohl eine sozialstrukturelle, eine kulturelle und organisatorische Komponente, welche letztlich in einem gruppenspezifischen Wahlverhalten (Verhaltenskomponente) zum Ausdruck kommt (vgl. Knutsen & Scarbrough 1995: 494; Bartolini & Mair 1990: 216-225).

I.B.1.1. Die sozialstrukturelle Komponente bzw. die Entstehung der klassischen politisierten Sozialstruktur

a.) *Die Sozialstruktur*

Nach Lipset und Rokkan (1967) können territorial organisierte Gesellschaften, in Anlehnung an Talcott Parsons‘ Klassifikation sozialer Systeme[13], intern entlang einer territorialen sowie einer funktionalen Dimension differenziert werden.

Die territoriale Cleavage-Bildung unterscheidet dabei zwischen den beiden Polen Region und Nation und findet ihren Ursprung in der Nationalstaatsbildung während des achtzehnten und neunzehnten Jahrhunderts, während die funktionale Cleavage-Dimension zwischen den Polen Ökonomie versus Ideologie verläuft und als Nebenprodukt der industriellen Revolution

[13] Pappi (2002: 26) bezeichnet diesen Umstand als „aus heutiger Sicht mehr als Tribut an den sozialwissenschaftlichen Zeitgeist denn als einzig mögliche theoretische Herleitung“.

des neunzehnten Jahrhunderts anzusehen ist. Für die europäischen Gesellschaften lassen sich dabei im Wesentlichen vier zentrale Konfliktlinien ableiten (vgl. Lipset & Rokkan 1967; 9-26, 47; vgl. auch Flora 1999; Gallagher, Laver & Mair 2001; Lane & Ersson 1999; Mair 2006; Ware 1996):

Nation Der Konflikt zwischen *Arbeit* und *Kapital* repräsentiert auch heute noch den, in den meisten europäischen Gesellschaften vorhandenen, Klassengegensatz zwischen Kapitaleignern und abhängig Beschäftigten. **Ökonomie**	Der Konflikt zwischen *Kirche* und *Staat* bezieht sich zum einen auf historisch gewachsene Vorrechte der Kirche gegenüber den säkularisierenden Machtansprüchen des Staates und zum anderen auf Fragen von Werten und Moralvorstellungen (speziell in Bezug auf das Bildungs- und Erziehungswesen)
Dem Konflikt zwischen *ländlichen Gutsbesitzern* und städtischem Bürgertum liegt zum einen der ökonomische Widerspruch zwischen agrarischen und kommerziellen Interessen zugrunde. Zudem sah sich der in feudalistischen Vorstellungen verwurzelte Landadel mit seinen traditionellen Herrschaftsansprüchen und Lebensweisen kulturell herausgefordert.	**Ideologie** Der Konflikt zwischen *Zentrum* und *Peripherie* spaltet die herrschenden, nationalen Eliten von den Mitgliedern abhängiger ethnischer, sprachlicher oder religiöser Bevölkerungsminderheiten in den einzelnen Regionen **Region**

Bei den konfligierenden Bevölkerungsgruppen handelt es sich dabei in Anlehnung an Weber (1922) entweder um *Vergesellschaftungen*, welche Personen mit bestimmten gleichgerichteten generalisierten Positionen und/oder (zumeist ökonomischen) Interessen zusammenfassen oder um *Vergemeinschaftungen*, bei denen die betroffenen Individuen durch ein ideelles Zusammengehörigkeitsgefühl mit einander sozial verbunden sind (z.B. Familienbande, Ethnie, Religion, etc.). Die einzelnen Mitglieder einer Vergemeinschaftung können daher durchaus aufgrund unterschiedlicher politischer Positionen oder Interessenlagen verschiedenen Vergesellschaftungen zugeordnet werden (vgl. Pappi 2002: 27-28).

Neben der Art der sozialen Gruppe ist daneben auch die Art der von diesen Gruppen jeweils gestellten Ansprüche relevant. So richten Vergesellschaftungen in der Regel ihre Ansprüche auf Fragen der Ressourcenverteilung und betreiben somit Klassenpolitik, während Vergemeinschaftungen ihre Ansprüche auf die allgemeine Geltung ihrer moralischen und ideologischen Wertvorstellungen fokussieren und damit eine Statuspolitik verfolgen (vgl. Pappi 2002: 26-27; Weber 1922)[14].

b.) *Das Parteiensystem*

In zeitlicher Parallelität zu den beschriebenen klassischen gesellschaftlichen Großkonflikten gründeten sich in Europa die ersten Parteien. Da die Repräsentanten der von diesen Konflikten betroffenen Bevölkerungsgruppen bestrebt waren, die Interessenvertretung ihrer Mitglieder auch in die parlamentarische Sphäre auszudehnen, standen sie zunächst vor der Entscheidung, ob es zur Durchsetzung der jeweiligen Anliegen zielführender ist, eine eigene Partei zu gründen oder sich mit einer der bestehenden Parteien zu verbünden. Schließlich galt es auf dem Weg zur politischen Realisierung der eigenen Vorstellungen zunächst einige institutionelle Hürden zu überspringen (vgl. Lipset & Rokkan 1967: 27f.):

1. *Legitimation*: Die von den Gruppen artikulierten Interessen müssen in der Weise berechtigt sein, als dass sie von den anderen Parteien bzw. der herrschenden Elite nicht pauschal als unbegründet oder als Verschwörung stigmatisiert werden können.
2. *Integration*: Die betroffenen Personen mussten Inhaber des Bürgerstatuses sein und damit im Genuss politischer Rechte wie dem aktiven Wahlrecht sein.
3. *Repräsentation*: Schließlich stellt sich die Frage, ob die neue politische Bewegung mit ausreichender elektoraler Unterstützung rechnen kann um als eigenständige Partei den Einzug in die parlamentarischen Körperschaften zu schaffen oder ob dies nur in Kooperation mit einer anderen Bewegung oder Partei gelingen kann. Entscheidend ist hierbei auch die Ausgestaltung des jeweiligen nationalen Wahlrechtes, welches beispielsweise mittels Sperrklauseln Parteien, deren elektorale Unterstützung eine

[14] Pappi (2002: 27) weist darauf hin, dass Lipset vom Kompromisscharakter der Klassenpolitik bei der Verteilung von Gewinnen und Verlusten ausgeht. Würde eine Vergesellschaftung darüber hinaus den Anspruch auf ideologische Geltung ihres Gesellschaftsbildes anstreben, hätten wir es mit einer revolutionären Klassenpolitik zu tun. Dem gegenüber bezeichnet man es als Akkomodationspolitik, wenn Vergemeinschaftungen ihre Ansprüche auf Fragen der Ressourcenverteilungen abmildern würden, wie dies beispielsweise politische Eliten in segmentierten Gesellschaften exerzieren.

bestimmte kritische Größe nicht erreicht, von der parlamentarischen Repräsentation ausschließt.

4. *Mehrheitsmacht*: Um in die Lage zu kommen, die eigenen politischen Forderungen in gesamtgesellschaftlich verbindliche Regelungen umzusetzen ist zudem zu beachten, ob man als Partei alleine oder mit einem Koalitionspartner die nötigen Stimmenanteile erzielt um die jeweiligen institutionellen Schranken der Gewaltenteilung zu überwinden.

Naheliegenderweise könnten in einem politischen System auch die bereits bestehenden Parteien auf die politischen Inhalte und Forderungen von neuen Bewegungen rechtzeitig eingehen und damit eine Parteineugründung zu verhindern[15]. Praktisch handelt es sich jedoch bei etablierten Parteien in der Regel um schwerfällige sowie strukturell und personell hochgradig unflexible Großorganisationen, welche letztendlich zu der hohen Persistenz von bestehenden Parteiensystemen beitragen (vgl. Roth 2008: 34). So repräsentierten auch die europäischen Parteiensysteme der sechziger Jahre mit nur wenigen Ausnahmen die Konfliktstrukturen der zwanziger Jahre, weswegen Lipset und Rokkan (1967: 50) auch von „eingefrorenen Parteiensystemen“ sprechen. Neue Parteien könnten sich daher nach beiden Autoren scheinbar nur im Zuge revolutionärer Phasen etablieren (ebd.: 27-39).

c.) *Koalitionsbildung*

Durch Koalitionsbildungen zwischen politischen Parteien und sozialen Großgruppen bzw. deren Vertretern und dem damit implizierten Ausschluss der Mitglieder der jeweiligen Gegengruppe, werden die sozialen Spaltungen über politische Eliten in politische Konfliktlinien umgesetzt (vgl. auch Pappi 2002: 32). In der Folge sollten die Angehörigen der jeweiligen Konfliktgruppen bei Wahlen gemäß ihrer Position innerhalb der Sozialstruktur jene Partei wählen, die sich als Sachwalterin Interessen verpflichtet hat.

Basiert dabei die Gruppenzugehörigkeit auf einem Schicht- oder Klassengegensatz[16], votieren die betreffenden Mitglieder unabhängig von einander im Sinne ihrer kollektiven mate-

[15] Vorausgesetzt natürlich, dass diese „neuen“ Interessen nicht mit jenen bereits von derselben Partei repräsentierten Bevölkerungsgruppen konfligieren (vgl. Bürklin & Klein 1998: 75).

[16] Als Schichten werden nach Bürklin & Klein (1998: 81) soziale Kategorisierungen verstanden, welche auf Basis vergleichbarer sozioökonomischer Eigenschaften (z.B. Einkommen, formale Bildung, Berufsstand) der Individuen konstruiert werden. Bei der Kategorisierung nach Klassen wird dagegen eine Differenzierung anhand der Verfügungsgewalt über ökonomische Ressourcen (bzw. bei Marx: gesellschaftliche Produktionsmittel) vorgenommen. Mit Marx (1960: 198 zit. in Jagodzinski & Quandt 2000: 161-162) ist jedoch darauf hinzuweisen, dass

riellen Interessen für jene Partei, die sich ihrer Klassenpolitik verschrieben hat. Ergibt sich die Gruppenzugehörigkeit dagegen aus der Zugehörigkeit zu einer bestimmten ideellen Gemeinschaft, wählen die Personen unabhängig von materiellen Interessen jene Partei, von der sie die Durchsetzung der von ihrer Gemeinschaft proklamierten Wertvorstellungen, Normen und/oder Ideologien auf gesellschaftlicher Ebene erwarten (vgl. Lipset & Rokkan 1967: 13).

Als klassische Wähler-Parteien-Koalitionen bildeten sich dabei historisch in Österreich und Deutschland im Verlauf des 19. Jahrhunderts insbesondere jene zwischen der katholischen Minderheit im deutschen Kaiserreich und der Zentrumspartei als Ausdruck des Zentrum-Peripherie-Konflikts sowie den Industrie-Arbeiterschaften beider Länder und der jeweiligen Sozialdemokratie im Zuge des Arbeit-Kapital-Gegensatzes. Der Kirche-Staat-Konflikt manifestierte sich im Deutschen Reich in einer Verbindung zwischen laizistisch orientiertem Bürgertum und den liberalen Parteien während der Stadt-Land-Konflikt zu einer Koalition zwischen der ländlichen Bevölkerung in den protestantischen Gebieten mit den konservativen Parteien führte, während sich in Österreich der religiöse Teil der Bevölkerung hinter der Christlich-Sozialen Partei versammelte und der weltliche Teil sich ebenfalls von der Sozialdemokratie vertreten sah. Zudem bildete sich In Österreich eine dritte klassische Konfliktlinie zwischen deutsch-nationalen und Österreich-nationalen Orientierungen, welche zur Herausbildung eines „dritten“ deutschnational-liberalen Lagers führte (vgl. z.B. Winkler 2002; Plasser & Ulram 2006; Niedermayer 2000a, 2006; Pelinka & Rosenberger 2007).

I.B.1.2. Kulturelle bzw. Werte- Komponente:

Die zweite konstituierende Komponente eines Cleavages bildet neben der sozialstrukturellen Basis ein kultureller Aspekt, welcher in Form gegensätzlicher gesellschaftlicher Wertvorstellungen, die die Eigen- als auch die Fremdwahrnehmung der jeweiligen sozialen Großgruppe dominieren, entweder immanent vorliegt oder durch die Interessenvertreter durch Politisierung geschaffen werden sollte.

Durch Werte bekommt der Cleavage einen „Sinn“

Werte sind nach (Kluckholm 1951: 395) „Konzeptionen des Wünschenswerten“, also normative Maßstäbe, welche von Ego zum Einen zur Beurteilung der gesellschaftlichen Wirklichkeit

---

die Zugehörigkeit zu einer Sozialkategorie nicht zwingend gleiche Interessenlagen generiert und dass objektiv gleiche Interessenlagen nicht zwingend auch subjektiv als solche erkannt werden müssen.

und zum Anderen als Auswahlkriterium bei der Entscheidung zwischen alternativen Handlungsarten, -Mitteln und –Zielen herangezogen werden können. Zu differenzieren ist dabei zunächst zwischen *persönlichen Werten* und Werten, welche sich auf eine Idealvorstellung einer ganzen Gesellschaft beziehen. Bei letzteren handelt es sich nach Parsons (1980: 185) um *gesellschaftliche Werte*.

Bei Werten handelt sich also zunächst erst einmal um vornehmlich kulturelle Objekte, die per se weder direkt beobachtbar noch Bestandteil des persönlichen Einstellungssystems sind und von daher auch keinen direkten Einfluss auf das politische Handeln (einschließlich des Wahlverhaltens) des Individuums ausüben (vgl. Brody et al. 1996). Verhaltensrelevanz erlangen sie jedoch dadurch, dass innerhalb einer Gesellschaft in der Regel eine größere Anzahl von Werten existiert, deren Implikationen sich zum Einen widersprechen und zum Anderen von verschiedenen gesellschaftlichen Segmenten in unterschiedlichem Ausmaß Akzeptanz erfahren können. Diese verschiedenen, in einer Gesellschaft zunächst nur latent vorhandenen Wertemuster können jedoch dadurch, dass sie bei ihren jeweiligen Trägergruppen die Eigenschaft als Gegenstand individueller Orientierungen besitzen, unter bestimmten Voraussetzungen und Gelegenheitsstrukturen politisch mobilisiert werden. Dies geschieht dadurch, dass die Individuen Einstellungen gegenüber diesen einzelnen Werten entwickeln und auf diese Weise solche Werte(-muster) internalisieren. Die dadurch entwickelten Werteorientierungen werden dadurch in das persönliche Überzeugungssystem integriert und wirken so präskriptiv auf die individuelle Lebensführung (vgl. Reichard 1979: 24; Friedrichs 1968: 48f, 74; Roßteutscher 2002: 356; Arzheimer & Rudi 2007: 168f.; Klein 2005 424f.).

Werte und Wertorientierungen nehmen so eine Sonderstellung im „*Belief System*“ des Individuums ein und unterscheiden sich daher wesentlich gegenüber ähnlichen Konzepten wie sozialen Normen, Einstellungen und Bedürfnissen: Zum einen weisen Werte bzw. Wertorientierungen einen hohen Grad an Allgemeinheit und sozialer Verbindlichkeit auf, wodurch sie sich beispielweise von Normen unterscheiden, welche sich in der Regel auf bestimmte Situationen oder Verhaltensweisen beziehen. Von den Einstellungen unterscheiden sich Wertorientierungen insbesondere durch ihre tiefe Verankerung in der individuellen Persönlichkeits- Einstellungs- und Motivationsstruktur. Diese verleiht ihren eine sehr hohe Persistenz, welche durch entsprechende Deutungsleistungen seitens gesellschaftlicher Institutionen sowie durch Symbole noch weiter verstärkt werden kann. Opaschowski (1982: 7) spricht in

diesem Fall von einer „doppelten Verankerung von Werten in der Persönlichkeitsstruktur und in der Sozialstruktur“, welche die Verbindung von einer Gesellschaft mit ihren Mitgliedern herstellt. Zudem beziehen sich Werteorientierungen auf eine überschaubare Anzahl zentraler, abstrakter und sozial akzeptierbarer Standpunkte, welche der Vielzahl möglicher, subjektiv eher instabiler, Einstellungen gegenüber verschiedensten Objekten (z.B. Parteien, Politiker, Themen) konzeptionell und faktisch übergeordnet sind und diese aufgrund ihrer Eigenschaft als Beurteilungs- und Präferenzmaßstab strukturieren und – gegebenenfalls durch Umdeutungen von widersprüchlichen Erfahrungen und Einstellungen – in einen widerspruchsfreien Zusammenhang bringen. Von Bedürfnissen unterscheiden sie sich durch ihre kognitive Wahrnehmbarkeit sowie ihre kulturelle Bedeutung. (vgl. Rokeach 1973: 17ff.; van Deth & Scarbrouhg 1995: 41; Gabriel 1983: 156; Converse 1964: 208; Klein 2005: 425; Arzheimer & Rudi 2007: 168f.)

Gesellschaftliche Wertorientierungen entfalten also über ihre Eigenschaft als zentrales Beurteilungs- und Entscheidungskriterium ihre Wirkung auf politische Einstellungen und Verhaltensweisen. Diese gesellschaftlichen Wertorientierungen werden jedoch ihrerseits wiederum nicht unwesentlich durch die soziale Stellung des Individuums auf der Mikro- sowie durch gesamtgesellschaftliche Entwicklungen auf der Makroebene beeinflusst. Gesellschaftliche Wertorientierungen fungieren somit als eine Art Vermittlungsmechanismus zwischen sozialstrukturellen Merkmalen, makrosozialen und –politischen Rahmenbedingungen sowie persönlichem politischen Einstellungen und Verhalten; in diesem Fall speziell dem Wahlverhalten (vgl. Klein 2005: 425). Verändern sich im Laufe der Zeit die Zustände auf der gesellschaftlichen Makroebene und damit gegebenenfalls auch die sozialen Stellungen zahlreicher Individuen, könnte dies demzufolge auch zu einer Veränderung in den gesellschaftlichen Wertorientierungen und damit letztlich auch zu Veränderungen in den individuellen politischen Einstellungen und Verhaltensweisen größerer Bevölkerungssegmente führen.

Indem die Cleavage-Parteien sich nicht nur der Vertretung der materiellen Interessen einer Bevölkerungsgruppe verpflichten sondern zusätzlich auch die Repräsentation von deren gesellschaftlichen Wertvorstellungen übernehmen, kommt den gesellschaftlichen Wertvorstellungen ein doppelter Effekt auf das Wahlverhalten zu: Einerseits wirken gesellschaftliche Wertorientierungen ähnlich den materiellen Interessen (bzw. den Interaktionen im mikrosoziologischen Ansatz) als Vermittlungsmechanismus zwischen Sozialstruktur und Wahlverhal-

ten; andererseits können über gesellschaftliche Wertorientierungen dem interessenbezogenen Wählen eine moralische Rechtfertigung verliehen und damit verstärkt werden (vgl. Klein 2005: 427f.; Knutsen 1995). Die jeweiligen Repräsentationskoalitionen generieren auf diese Weise für von ihnen betriebene Interessenpolitik eine „Sinnkomponente" (Jagodzinski 1981: 170), wodurch diese auch moralisch aufgeladen wird. Werte werden dadurch zu „banners under which one can fight" (Rescher 1969: 9).

Geschlossene sozialmoralische Milieus als ideales Wertebiotop

Die Chance zur Kultivierung entsprechender Wertorientierung steigt dabei mit der Homogenität der sozialen Kreise von Ego auf der Mikroebene. Optimale Bedingungen für den Erhalt, die Festigung und die Vererbung gesellschaftlicher Wertvorstellungen wären demzufolge dann gegeben, wenn die Gruppenmitglieder auf der Mikroebene möglichst exklusiv untereinander interagieren, Freunde und Ehepartner auswählen, Vereine und Organisationen für verschiedene Lebensbereichen gründen, etc. (vgl. Pappi 1985: 281) – also in Anlehnung an den Interaktions-Ansatz der Columbia School (vgl. Kapitel I.A.), die sozialen Kreise der Individuen die Cleavage-Grenze nicht überschreiten. Ideale Wertebiotope wären folglich segmentierte Gesellschaften, welche die „Gefahr" *cross-pressures* ausgesetzt zu werden, für die einzelnen Mitglieder nahezu ausschließen (vgl. auch Lipset & Rokkan 1967: 15), wie es idealtypisch in der „versäulten" Gesellschaft der Niederlande bis in die 1960er ihre Verwirklichung fand (vgl. z.B. Lijphart 1968).

Das Ergebnis eines solchen gesellschaftlichen Segmentierungsprozesses wäre dabei die Herausbildung einer kleinen Anzahl sogenannter geschlossener sozialmoralischer Milieus (Lepsius 1966: 383) [17]. Hierin verbinden sich die Implikationen des mikrosoziologischen Interaktionsansatzes hinsichtlich der homogenisierenden Wirkungen eines politisch homogenen sozialen Nahumfeldes mit den makropolitischen Konfliktdimensionen, welche das Konzept der sozialen Kreise auf die überregionale Ebene übertragen und damit eine überregional gleich-

[17] Als Milieus sind dabei soziale Einheiten zu verstehen, die sich durch das Zusammentreffen mehrerer struktureller Dimensionen (z.B. Religion, regionale oder kulturelle Traditionen, ökonomische Situation, schichtbezogene Komposition der intermediären Gruppen) begründen (Lepsius 1993: 38). Die Merkmale der klassischen Milieus waren dabei die regionale Gebundenheit, die hohe Interaktion der Milieumitglieder untereinander, die Zugehörigkeit zu lokalen Organisationen, die Ähnlichkeit von Kleidung, Sprache, Aktivitäten, Interessen, Werten und Lebensstilen und damit auch die Verbundenheit zu einer bestimmten politischen Partei (vgl. Oedegaard 2000: 214-215).

förmige Entwicklung und zeitliche Stabilität dieser Milieus implizieren (vgl. Jagodzinski & Quandt 2000: 163) [18].

Zu den wichtigsten dieser sozialmoralischen Milieus zählten dabei in Österreich wie in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert zum einen das religiös katholische Milieu und zum anderem das laizistisch-sozialistische Arbeiter-Milieu, welche jeweils dominante Subkulturen mit starken emotionalen, ideologischen und organisatorischen Bindungen herausbildeten, welche bis weit in die Zweite Republik bzw. die Bundesrepublik fortdauerten (vgl. z.B. Winkler 2002; Plasser & Ulram 2006; Niedermayer 2000a, 2006; Pelinka & Rosenberger 2007).

I.B.1.3. Institutionelle Komponente:

Zur Vervollständigung eines klassischen Cleavages sollte neben der sozialstrukturellen und der kulturellen auch eine organisatorische Komponente existent sein. Es müssten demnach Organisationen vorhanden sein, welche im Rahmen des intermediären Systems für eine Institutionalisierung des zugrundeliegenden Konfliktes sorgen. Gallagher, Laver & Mair (2001: 236) nennen diesbezüglich insbesondere Gewerkschaften, Kirchen, Parteien sowie andere Organisationen, die den Interessen der jeweiligen Cleavage-Gruppe formell Ausdruck verleihen. Merkl (1988: 582) schließt darüber hinaus auch die nicht formell organisierten sozialen Bewegungen mit ein. Für Pappi (1977a: 195) ist sogar der Cleavage-Tatbestand erst dann erfüllt, wenn der zugrunde liegende Konflikt seinen Niederschlag im Parteiensystem gefunden hat. Stinchcombe (1975) betrachtet Cleavages sogar ganz konkret als Koalitionen zwischen sozialen Gruppen und Parteieliten. Lipset & Rokkan (1967: 9ff.) selbst sprechen jedoch schon Cleavages bevor die parteipolitische Organisation stattgefunden hat. Parteipolitische und gesellschaftliche Konfliktstrukturen können daher durchaus in zeitlicher Hinsicht von einander abweichen. Auch schlagen sich nach Lipset & Rokkan (1967: 26) gesellschaftliche Konfliktstrukturen aufgrund der oben aufgezählten *institutionellen Hürden* nicht automatisch in einem parteipolitischen Gegensatz nieder. Am Ende ihres Entstehungsprozesses sollten jedoch die Parteiensysteme ein Abbild der gesellschaftlichen Konfliktstruktur ergeben.

[18] Pappi (1977), Klein & Pötschke (2000) und Klein (2007) sprechen in diesem Zusammenhang von einer Cross-Level-Interaktion zwischen mikroanalytischer Interaktionstheorie und makrosoziologischer Cleavage-Theorie. Danach steigt mit dem Anteil der eigenen sozialen Gruppe an einer lokalen Wohnbevölkerung die Chance für Ego mit Personen dieser Gruppe in Interaktion zu treten was wiederum den Gruppendruck zur Befolgung der Wahlnorm entsprechend erhöht. Im Wahlverhalten sollten sich daher zwischen verschiedenen Gebietseinheiten sogenannte „random slopes“ zeigen, also unterschiedlich starke Effekte bestimmter struktureller Merkmale auf das Wahlverhalten.

I.B.1.4. Verhaltensmäßige Komponente

Als Ergebnis aus den drei bis hierher beschriebenen Cleavage-Komponenten sollte schließlich, als behavioristische Manifestation des Cleavages, eine überproportionale Unterstützung der Mitglieder der Konfliktgruppen an „ihre" Partei resultieren (Bartolini & Mair 1990: 225). Die Feststellung der Überproportionalität muss sich dabei gemessen anhand einer geeigneten Referenzgruppe ergeben. Hierfür kämen nach Pappi (2002: 34, 37) in Frage: (1) Der Vergleich mit jener Bevölkerungsgruppe, die zwar über die Selben sozialen Merkmale verfügt, deren Angehörige jedoch nicht organisiert sind (2) Der Vergleich mit der Gesamtwählerschaft. (3) Der Vergleich mit der gegnerischen Cleavage-Kerngruppe[19].

I.B.2. Erosion und Wandel der klassischen Cleavage-Struktur

Spätestens seit Mitte der 1990er Jahre wird in der empirischen Wahlforschung über den schwindenden Einfluss sozialstruktureller Merkmale auf das Wahlverhalten diskutiert (vgl. Schnell & Kohler 1995; Jagodzinski & Quandt 1997; Müller 1997, 1998, 2000; Schnell & Kohler 1995, 1997).

Auslöser hierfür sind insbesondere die nachfolgend ausführlich beschriebenen Gesamtgesellschaftliche Entwicklungen im Westeuropa der Nachkriegszeit, die zu einem Aufbrechen der traditionellen politischen Spaltungsstrukturen und damit auch der bis in die 1960er Jahre „eingefrorenen Parteiensysteme" (Lipset & Rokkan 1967) geführt haben. Leidtragende einer nachlassenden Prägekraft sozialstruktureller Merkmale auf das Wahlverhalten waren dabei insbesondere die politischen Parteien, deren starke Stellung sich über mehrere Jahrzehnte im Wesentlichen auf der politisierten Sozialstruktur aufbaute und ihnen jeweils einen erheblichen Anteil treuer und sicherer Stammwähler garantierte.

Im Folgenden wird daher erneut ein genauer Blick auf die drei konstitutiven Komponenten eines Cleavages geworfen und dabei die einzelnen gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen beschrieben, die jeweils dazu geführt haben, dass die Wirksamkeit der jeweiligen Cleavage-Komponente unterminiert wurde.

[19] Gemeint ist die Gruppe jener Personen, bei denen sowohl der strukturelle als auch der organisatorische Tatbestand erfüllt ist.

I.B.2.1. Sozialstrukturelle Komponente: Sozialstruktureller und demographischer Wandel

Um eine Sozialstruktur politisieren zu können müssen die relevanten Gruppen nach Weßels (2000) eine „kritische Größe“ haben. Schmelzen im Zuge gesamtgesellschaftlicher Veränderungen diese sozialen Gruppen, aus denen die Organisationen ihre Kerngruppen rekrutieren, sehr weit ab und/oder verteilen räumlich so weit, dass deren Mitglieder sich nicht mehr als Gruppe von Personen, welche sich in einer gemeinsamen existenziellen Lage befinden ab, fällt auch der Anreiz für politische Akteure weg, eine entsprechende Artikulierung und Politisierung der Interessen dieser Gruppe vorzunehmen[20].

Betroffen von den sozialstrukturellen Veränderungen ist hierbei insbesondere die Gruppe der traditionellen Arbeiterschaft, also Personen, die routinemäßige, manuelle Tätigkeiten ausführen. Aufgrund der sich seit der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts massiv veränderten wirtschaftlichen, technischen und sozialen Rahmenbedingungen, werden ihre Leistungen und damit Arbeitsplätze im sekundären Sektor in der „post-industriellen“ Wirtschaftswelt immer weniger nachgefragt (vgl. Huntington 1974). Hinzu kommt, dass sich aufgrund von Wirtschaftswachstum und Wohlfahrtsstaat der Lebensstandard der Arbeiterklasse dem der Mittelschicht derart angenähert hat, dass eine klare Abgrenzung unter Einkommensgesichtspunkten immer schwerer möglich ist. Soziale Ungleichheit hat sich so im Laufe der Zeit abgebaut und die soziale Mobilität hat zugenommen (Clark & Lipset 1991; Nieuwbeerta 1995). Goldthorpe et al.(1968) sowie Myles (1990) sprechen in diesem Zusammenhang vom „affluent worker“, Bartolini & Mair (1990: 221) von einem „Embourgeoisment“ der Arbeiterklasse, Bruce-Briggs (1979), Bell (1985) und Vidich (1995) von einer „Neuen Mittelklasse“ und Beck (1983) vom „Fahrstuhleffekt“.

Zudem gewannen aufgrund des Ausbaus des Wohlfahrtsstaates und der wachsenden Bedeutung des tertiären Wirtschaftssektors Bevölkerungssegmente, die in die traditionellen Cleavages nicht hinein vermittelt waren, zahlenmäßig ein relevantes Gewicht; genannt seinen dabei insbesondere die öffentlich Bediensteten und Beamten, die Angestellten im Dienstleistungsbereich sowie die Rentner und Pensionäre (vgl. z.B. Jagodzinski & Quandt 2000: 160).

[20] Elff & Roßteutscher (2009: 310) sehen dagegen die zahlenmäßige Verringerung der Kerngruppen in erster Linie als wichtig für die Wahlkampfaktivitäten der Parteien an, während dieselbe Entwicklung für die Überprüfung der Relevanz der Cleavage-Theorie bedeutungslos sei.

I.B.2.2. Kulturelle- bzw. Wertekomponente: Säkularisierung und Individualisierung, Wertewandel & neue Sinnvermittler

Eine Schwächung der kulturellen Cleavage-Komponenten käme insbesondere dadurch zum Ausdruck, dass die sozialen Milieus, deren intermediären Organisationen sowie deren Koalitionsparteien nicht mehr in der Lage sind, durch entsprechende Sinnstiftung die Aufrechterhaltung einer geschlossenen Gruppenidentität zu gewährleisten.

Als Auslöser einer solchen Entwicklung sind neben dem gestiegenen gesellschaftlichen Wohlstand, dem Ausbau des Wohlfahrtsstaates[21], der Bildungsexplosion, dem gestiegenem politischen Interesse, der Ausbreitung der elektronischen Massenmedien, dem technologischen Fortschritt, der Urbanisierung, der oben beschriebenen Wandel der Berufsstruktur sowie die nachfolgend beschriebenen Individualisierungstendenzen anzuführen (Brettschneider, van Deth & Roller 2002; Hallin & Mancini 2003). All diese sozialen, wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen begünstigten die politische Emanzipation von weiten Teilen der Bevölkerung von ihren Herkunftsmilieus. In der Folge verloren die Parteien und die sozialen Milieus in ihrer Eigenschaft als Deutungsinstanz an Einfluss gegenüber anderen Akteuren – und hierunter insbesondere den Massenmedien (vgl. z.B. Maurer 2008: 75ff; Swanson & Mancini 1996: 255; Dalton 1984a). Diese Entwicklung wurde zudem verstärkt durch die, insbesondere von Ronald Ingelhart (1977, 1981, 1998) beobachtete, sukzessive Veränderung der individuellen und gesamtgesellschaftlichen Werteorientierungen in den westeuropäischen Gesellschaften.

Individualisierung/Pluralisierung

Als Konsequenz dieser zahlreichen gesellschaftlichen Veränderungen erhöhte sich die soziale und räumliche Mobilität der Individuen. Dies führte dazu, dass sich eine wachsende Anzahl an Menschen im Verlauf ihres Lebens gleichzeitig oder konsekutiv den Einflüssen verschiedener sozialer Kontexte mit jeweils eigenen politischen Vorlieben ausgesetzt sah (vgl. z.B. Esser 1999: 423). Durch diese parallele oder im Lebenszyklus wechselnde Zugehörigkeit zu verschiedenen Sozialkategorien – man könnte in Anlehnung an Simmel (1890) sowie Lazarsfeld et al. (1944) auch von einer zunehmenden Überschneidung der sozialen Kreise sprechen

[21] Der Ausbau des Wohlfahrtsstaates, welcher im Kern die Absicherung diverser Lebensrisiken umfasst, hat insofern einen Effekt, als dass das Individuum nunmehr unabhängiger von seinem unmittelbaren sozialen Umfeld wird und sich daher auch dessen Beeinflussbarkeit durch persönliche Kontakte verringert (Esser 1999: 416f.)

– sinkt bei den betroffenen Individuen zunehmend, aufgrund von cross-pressure-, Inkonsistenz- und Dissonanz-Situationen (vgl. Jagodzinski & Quandt 2000: 164), der vorherrschende Einfluss *einer* bestimmten Gruppennorm (vgl. z.B. Schnell & Kohler 1995: 635). Aufgrund der wachsenden Anzahl an individuellen Statusinkonsistenzen, lies sich somit die organisatorische Segmentierung der Gesellschaft nicht mehr aufrecht erhalten, die einstmals abgeschlossenen sozialmoralischen Milieus (Lepsius 1973) lösten sich sukzessive auf und es vollzog sich ein Prozess der Individualisierung[22] und Diversifizierung der persönlichen Lebenslagen und –stilen[23] (vgl. Beck 1983, 1986a, Schnell & Kohler 1995).

Nach der sogenannten Individualisierungsthese (vgl. z.B. Berger 1997; Hradil 2001; Vester 2001) bildeten sich dabei innerhalb der einstmals wenigen klassischen Soziallagen als auch über deren Grenzen hinweg, eine Vielzahl dieser neuartigen Lebensstile heraus, die jeweils über eigene Interessenlagen und Wertvorstellungen verfügen. Als Folge dieser fortschreitenden Ausdifferenzierung der Lebensstile wurde es folglich zunehmend schwerer einen Menschen aufgrund dessen individueller Sozialmerkmale einem bestimmten Lebensstil zuzuordnen und mit einem passenden Politikangebot zu versorgen, was letztendlich zu einer wachsenden Distanz zwischen der politischen Klasse und den zahlreichen neuen Mikro-Milieus führt (vgl. z.B. Vester et. al.: 13).

Postmaterialistischer Wertewandel

Das kulturelle Korrelat dieser Individualisierungstendenzen und den dahinterstehenden sozialen und ökonomischen Entwicklungen, stellen nach Inglehart (1977, 1981, 1998) Verän-

[22] Gemeint ist hierbei der objektivistische Individualisierungsbegriff, der sich auf die Loslösung des alltäglichen menschlichen Handelns von den Imperativen, die sich aus der sozialen Lage des Individuums ergeben würden, ergibt (vgl. Esser 1989: 58). Dem gegenüber inkludiert der subjektivistische Individualisierungsbegriff die Überzeugungen, Motive, Selbstwahrnehmungen und Attributionsstile der Individuen wodurch es zu einer Verlagerung des „locus of control" von außen nach innen kommt (vgl. z.B. Jagodzinski & Quandt 1997: 762).

[23] Als Lebensstil beschreiben Zapf et al. (1987: 14) dabei „ein relativ stabiles Muster der Organisation des Alltags im Rahmen gegebener Lebenslagen, verfügbarer Ressourcen und getroffener Lebensplanung. Bestimmungsgründe der Lebensplanung sind Werteinstellungen und individuelle wie kollektive Lebenserfahrungen, Bestimmungsgründe der Ressourcen die vielfältigen Lebenschancen und –risiken. Die Lebenslage umfasst die objektiven Lebensbedingungen sowie deren subjektive Wahrnehmung und Bewertung. Lebensstile sind individuelle Gestaltungsleistungen (auf der Mikroebene) im Rahmen milieuspezifischer Wahlmöglichkeiten und Zwänge (mittlerer Ebene) sowie gesamtgesellschaftlicher Niveaus und Erfahrungen (Makroebene). Lebensstile ordnen und entlasten das Alltagsleben."

derungen in den persönlichen und gesellschaftlichen Wertevorstellungen, weg von vornehmlich materialistischen und hin zu eher postmaterialistischen[24] Werthaltungen dar.

Diese Theorie eines sukzessiven „Wertewandels" gründet dabei zum einen auf der *Mangelhypothese*, welche die höhere Wertschätzung knapper Guter durch ein Individuum postuliert und zum anderen auf der *Sozialisationshypothese*, welche die hohe Bedeutung der „formativen Phase[25]" im Lebenszyklus einer Person für die Herausbildung ihrer Werteprioritäten betont (vgl. auch Kap. II.2.1.4.). In Kombination ergibt sich aus beiden Hypothese die Theorie des Wertewandels, welche besagt, dass die sozio-ökonomischen (materiellen) Bedingungen, die während der formativen Phase eines Individuums herrschten, prägend für die Entwicklung von dessen Wertesystems sind (Inglehart 1971, 1977, 1981, 1984, 1998: 191; vgl. auch Dalton 1996). Wächst also ein Individuum im Umfeld relativen Wohlstandes und/oder Sicherheit (relativer Armut und/oder physischer Bedrohung) auf, so wird dieses mit hoher Wahrscheinlichkeit postmaterialistische (materialistische) Wertorientierungen entwickeln, welche auch bei einer Veränderung der persönlichen Wirtschafts- und/oder Sicherheitslage im Lebensverlauf vergleichsweise stabil - bzw. wenn, dann nur mit zeitlicher Verzögerung veränderbar - sein sollten.

Auf der Makroebene vollzieht sich so aufgrund des Nachwachsens jüngerer, im Umfeld wachsenden ökonomischem Wohlstandes und physischer Sicherheit während der Nachkriegszeit aufgewachsener und damit von postmaterialistischen Wertvorstellungen geprägter, Altersgruppen und dem sukzessiven Aussterben älterer und noch von materiellen Wertvorstellungen geprägter, Geburtskohorten, eine Veränderung der Verteilung von gesellschaftlichen Wertvorstellungen (ebd.; vgl. auch Flanagan 1982, 1987).

Hieraus ergeben sich zum einen in zunehmenden Maße Wertedifferenzen zwischen den verschiedenen Generationen und zum anderen eine sukzessive Ablösung der klassischen, in der

[24] Bei materiellen Wertvorstellungen handelt es sich bei Inglehart insbesondere um solche Orientierungen, die im Sinne der von Maslow (1970) konzipierten Bedürfnispyramide, der Befriedigung (fundamentaler) ökonomischer und physischer Bedürfnisse, wie wirtschaftlichem Wohlstand bzw. Wachstum und/oder (innere & äußere) Sicherheit den Vorzug bei der Befriedigung einräumen. Postmaterialistische Wertvorstellungen umfassen hingegen alle höherrangigen menschlichen Bedürfnisse nach Sozialität, Wertschätzung und intellektueller und/oder ästhetischer Selbstverwirklichung. Hierunter lassen sich insbesondere Bestrebungen nach Partizipation, Redefreiheit oder Umweltschutz subsummieren.

[25] Die sogenannten „formativen Phase" wird von der Sozialisationsforschung zwischen Kindheit und Erwachsenenalter im Lebenszyklus verortet, während dieser Phase verfügt das Individuum über eine hohe Empfänglichkeit für äußere Einflüsse. Die während dieser Phase entwickelten Wertvorstellungen und Attitüden werden sich daher im weiteren Lebensverlauf als sehr Veränderungsresistent zeigen (vgl. Arzheimer 2006: 218).

Sozialstruktur verwurzelten, Cleavages durch neue Werte-Cleavages[26], welche quer zu den traditionellen Konfliktlinien verlaufen. Die Sozialstruktur verliert auf diese Weise nach und nach ihre Bedeutung für die Begründung politischer Loyalitäten. Stattdessen werden in zunehmendem Maße (postmaterielle) Werteorientierungen für die Herausbildung politischer Präferenzen relevant.

Medien als neue Sinnvermittler und Deutungsagenturen

Als wesentlicher Akzelerator und Nutznießer der bisher beschriebenen Individualisierungs- und Säkularisierungsprozesse sind insbesondere die Massenmedien anzusehen (vgl. z.B. Maurer 2008; Mazzoleni & Schulz 1999). So führte insbesondere die Verbreitung des Mediums Fernsehen und die damit einhergehende massive Ausweitung des politischen Informationsangebots zu einem signifikanten Anstieg des politischen Interesses in der Bevölkerung (vgl. Noelle-Neumann 1977, 1979; Schulz 1995; Peiser 1999; Schulz, Zeh & Quiring 2000; Berg & Ridder 2002; Ohr 2005). Im gleichen Zeitraum vollzog sich auf dem Zeitungsmarkt ein Konzentrationsprozess, welcher insbesondere den Niedergang der Richtungspresse zu Folge hatte. Hierdurch verloren einerseits die Parteien einen wichtigen Kanal durch den sie ihre Klientel gezielt ansprechen und mit entsprechenden Deutungsmustern bedienen konnten[27] und andererseits die Leser eine Möglichkeit sich selektiv mit einstellungskonfor-

[26] Die Differenzierung zwischen Cleavages im klassischen Sinne und Werte-Cleavages erscheint aufgrund der doch gravierenden Inhaltlichen Unterschiede als gerechtfertigt. Gerade dem von Inglehart postulierten Materialismus-Postmaterialismus-Konflikt sprechen dabei Autoren wie Knutsen & Scarbrough (1995) den klassischen Cleavage-Status ab indem sie darauf hinweisen, dass erstens Materialismus und Postmaterialismus nicht in sozialen Gruppen, die sich personell eindeutig anhand sozialstruktureller Merkmale abgrenzen lassen, und dies auf Gruppenebene auch gegeneinander tun, verankert ist. Stattdessen bilden beide Konzepte jeweils selbst die Basis zur Entstehung neuer Sozialgruppen, die zwar grundsätzlich durch sozialstrukturelle Merkmale charakterisierbar sind, sich jedoch nicht gegeneinander abschotten. Zudem ist hinsichtlich der Träger postmaterieller Einstellungen vielfach die Kausalität zwischen Werthaltungen und sozialer Position unklar. Beispielsweise ist nicht eindeutig zu erklären, ob bestimmte Werthaltungen beim Individuum sich auf dessen Zugehörigkeit zu einer „neuen" Berufsgruppe zurückführen lassen oder ob nicht stattdessen umgekehrt bestimmte Werthaltungen Grund für eine bestimmte Berufswahl waren. Zweitens bildet bei einem Cleavage die Wertekomponente bekanntlich den kulturellen Überbau eines sozialstrukturell begründeten Interessensgegensatzes. Im Falle von Materialismus und Postmaterialismus bildet jedoch der Werteaspekt selbst den Kern des eigentlichen Konflikts, aus welchem heraus sich wiederum weitere Konflikte entwickeln. Drittens fehlt in dieser Konfliktkonstellation der organisatorische Überbau, da weder die mannigfaltige Gruppe der Materialisten über eine eigene Interessenvertretung geschweige denn über einer Partei verfügt, die dezidiert ihre Interessen vertritt, noch können die Postmaterialisten abgesehen von grün-alternativen Parteien auf institutionalisierte Interessenvertretungen zurückgreifen. Viertens und letztens ist darauf hinzuweisen, dass Materialismus und Postmaterialismus eigentlich weder auf individueller noch auf politischer Ebene Gegensätze sind, die einander ausschließen.

[27] Gleichzeitig erlebten in Deutschland und Österreich gerade die großen traditionellen Volksparteien SPÖ und ÖVP bzw. SPD und CDU (nicht jedoch die CSU) einen empfindlichen Mitgliederschwund und die Teilnahme am innerparteilichen Leben verlor für die verbliebenen Mitglieder an Bedeutung. Ebenso ging in puncto Kommunikationsfähigkeit die „Lufthoheit über den Stammtischen" verloren (vgl. z.B. Müller 2000; Gabriel & Niedermayer 2002: 274).

men Informationen zu versorgen (vgl. z.B. Kepplinger & Maurer 2000, 2005; Plasser & Lengauer 2010a; Plasser & Ulram 2004a). Ebenso mussten sich politisch oder konfessionell orientierte Journalisten und die politischen Redakteure mit den neuen Rahmenbedingungen arrangieren, welche in Folge der Dualisierung und der damit verbundenen Kommerzialisierung des Mediensystems seit Mitte der 1980er Jahre in Deutschland und 2001 in Österreich eine weitere Entwicklungsstufe vollzogen. So fanden insbesondere in Deutschland ehemalige Mitarbeiter sozialdemokratischer Zeitungen sowie APO-Mitglieder bei den unabhängigen Medien Lohn und Brot, was nach Kepplinger & Maurer (2000: 447) mit zu deren Ideologisierung während der 1970er geführt haben soll. In Österreich vollzog sich hingegen eine außergewöhnliche „Boulevardisierung" des Zeitungsmarktes, welcher insbesondere im enormen Aufstieg des Boulevard-Blattes „die Kronen Zeitung" zum Ausdruck kam (vgl. z.B. Plasser & Ulram 2004a). Diesen veränderten Rahmenbedingungen mussten sich nun insbesondere die Politiker anpassen. Wollten sie sich auch weiterhin an die Wähler adressieren, waren sie in zunehmendem Maße von den Medien abhängig, was wiederum zu einer sukzessiven Orientierung der Politiker an der Medienlogik und damit effektiv zu einer Medialisierung der Politik führte (vgl. z.B. Kepplinger & Maurer 2000).

Zum Wettbewerbsvorteil gegenüber den klassischen Kommunikationskanälen gereichte den Massenmedien dabei insbesondere ihre Aufgeschlossenheit und Reaktionsfähigkeit für bzw. auf die aufkommende Nachfrage nach neuen sozialen, kulturellen und politischen Inhalten im Vergleich zu den eher strukturkonstanten und wertstabilen Parteien (vgl. Maurer 2008: 78; Jarren 1994: 26-27). Durch die verstärkte Thematisierung von postmaterialistischen Inhalten, waren sie dabei nach Mazzoleni & Schulz (1999: 253) möglicherweise zudem in der Lage, den Wertewandel weiter voranzutreiben.

Ebenso waren auch die „neuen" gebildeten sowie politisch interessierten und kompetenten Bürger nicht vollkommen unabhängig von Deutungsmustern („*cues*"), welche es ihnen ermöglichten politische Ereignisse einordnen und bewerten zu können. Diese Nachfrage konnte ebenfalls durch die Massenmedien bedient werden. Schließlich waren diese bestens in der Lage, die politisch interessierten Bürger bequem und kostengünstig mit vermeintlich unvoreingenommenen Informationen zu versorgen[28]. Zudem verfügten die Medien im Vergleich zu den Parteien, Interessengruppen und Gewerkschaften über ein weitaus höheres

[28] Dies hatte auch zur Folge, dass die persönlichen Gespräche sowie die Orientierung an Meinungsführern im persönlichen Umfeld an Bedeutung verloren (vgl. Kepplinger & Maurer 2000).

Vertrauen in der Bevölkerung, was deren Ablösung als vorherrschende Vermittlungs- und Sinngebungsinstanz weiter beförderte (vgl. Maurer 2008: 79; Jarren 1994; Flanagan & Dalton 1990: 240-242.).

Hallin & Mancini (2003: 44) fassen daher zusammen,

> „dass die wachsende Verbreitung elektronischer Medien zusammen mit steigender Kommerzialisierung und wachsendem Selbstbewusstsein der Journalisten die Medien selbst zunehmend in eine soziale Institution von zentraler Bedeutung verwandelt hat. In ihrer Rolle als eigener, besonderer Institutionentypus haben die Medien die traditionellen Vermittlungsorganisationen der Zivilgesellschaft – Kirchen, Parteien, Gewerkschaften – als wichtigstes Verbindungsorgan der Bürger mit ihrer weiteren sozialen und politischen Umwelt weitgehend verdrängt."

I.B.2.3. Nachlassende Bindekraft der Organisationen

Um einen Cleavage aufrecht zu erhalten ist für Bartolini & Mair (1990) insbesondere die durch die Organisationen betriebene soziale Segmentierung, also die Aufrechterhaltung der sozialmoralischen Milieus maßgeblich. Ein Cleavage könnte so auch dann Fortbestehen, wenn die zugrundeliegenden sozialen Unterschiede im Zeitverlauf an Kontrast verlieren oder sich sogar vollständig auflösen. Möglich wäre dies durch die gezielte Politisierung von Wertaspekten durch die politischen Eliten, denn für die Persistenz eines Cleavages ist der wertgeladene Überbau entscheidend, da er dem zugrundeliegenden Konflikt eine stärkere Intensität verleiht (Pappi 1979: 470) und sich ideelle Fragen im Gegensatz zu Verteilungsfragen wesentlich schlechter mit Kompromissen befriedigen lassen (vgl. Pappi 2002: 26-27). In dem Maße indem jedoch die Organisationen in sich funktional differenzierenden Gesellschaften die Fähigkeit verlieren, die Angehörigen ihrer klassischen sozialen Koalitionsgruppen an sich zu binden bzw. diese nach zu rekrutieren und gegenüber Einflüssen aus anderen Gruppen abzuschließen, erodiert auch das organisatorische Cleavage-Standbein.

I.B.3. „Cleavage reloaded": Vom „Cleavage-Voting" zum „Value Voting"?

Auf Basis der bisher dargestellten gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, die seit der „Geburt" des Cleavage-Konzepts von Lipset & Rokkan (1967) stattgefunden haben, kann folglich nicht mehr generell davon ausgegangen werden, dass Wertorientierungen zwingend eine sozialstrukturelle Verankerung aufweisen müssen (vgl. z.B. Stöss 1997: 151; Klein 2005: 428). Ebenso muss davon ausgegangen werden, dass sich im Zuge derselben gesellschaftlichen Modernisierungs- und Wandlungsprozesse neue Konfliktlinien gebildet haben, bei dem

sich die Antagonisten nicht anhand von sozialstrukturellen Merkmalen sondern über gegensätzliche Wertorientierungen identifizieren lassen (vgl. auch Niedermayer 2009: 32f.)[29].

Lipset (2001: 7) unterstützt dabei generell eine Enthistorisierung des Cleavage-Konzepts indem er im Zusammenhang mit dem von Inglehart beschriebenen vermeintlichen Materialismus-Postmaterialismus-Konflikt von „new cleavages" spricht. Unangebracht erscheint jedoch Inglehart's Konzeptionalisierung zwischen politisch-kulturellen Werten auf der postmaterialistischen und ökonomisch *sowie* politisch-kulturellen Werten auf der materialistischen Konflikt-Seite. Hieraus ergibt sich kein eindimensionaler Konfliktraum, da – wie bereits von Knutsen & Scarbrough (1995) kritisiert (vgl. Anmerkung 26) – sowohl materiellen als auch postmateriellen Werten vom Individuum durchaus gleichzeitig eine hohe Priorität vom Individuum eingeräumt werden kann (vgl. auch Niedermayer 2009: 33f.).

Zielführender scheint dagegen die Differenzierung von Wertorientierungsmustern nach Flanagan (1979, 1982a, b, 1987; Flanagan & Lee 1988; sowie Hellevik 1993) wonach das Elektorat zunächst einmal nach Materialisten und Nichtmaterialisten[30] bzw. „Alter" vs. „Neuer Politik" zu differenzieren ist. Innerhalb der Materialisten erfolgt eine weitere Differenzierung zwischen Alter Rechter (Mittelstand) und Alter Linker (Arbeiterklasse) nach Maßgabe des in einen Wertekonflikt transformierten traditionellen Klassengegensatzes. Auf Seiten der Nichtmaterialisten findet ebenfalls eine weitere Differenzierung zwischen Neuen Linken und Neuen Rechten bzw. den Trägern vornehmlich libertärer[31] bzw. autoritärer[32] Wertorientierungen statt.

Knutsen (1988: 323) wiederum konnte belegen, dass auch in den fortgeschrittenen (postindustriellen) westeuropäischen Gesellschaften das materialistische Links-Rechts-Cleavage den größten Einfluss ausübt. Hierbei handelt es sich um ein Werte-Cleavage, welches sich

[29] Übersetzt auf traditionelle Konfliktlinien in den beiden zu untersuchenden Staaten würde dies bedeuten (1) den traditionellen Staat-Kirche-Konflikt zukünftig unter dem Gesichtspunkt eines Wertekonflikts zwischen religiösen und säkularen Wertvorstellungen zu betrachten und (2) den traditionellen Klassen-Konflikt künftig eher als Wertkonflikt zwischen marktliberalen und an Aspekten der sozialen Gerechtigkeit orientierten Wertvorstellungen einzuordnen (vgl. Niedermayer 2009: 33).

[30] Materialistische Wertvorstellungen beziehen sich bei Flanagan (1987) ausschließlich auf wirtschaftliche Belange.

[31] Als libertäre Wertvorstellungen definiert Flanagan (1987: 1304) insbesondere Gleichheit, Toleranz gegenüber Minderheiten und Andersdenkenden, Offenheit für neue Ideen und Lebensstile, Umweltschutz, Lebensqualität, Nachgiebigkeit und Selbstverwirklichung.

[32] Als autoritäre Wertvorstellungen definiert Flanagan (1987: 1305) dagegen insbesondere solche nach Sicherheit und Ordnung, Respekt gegenüber Autoritäten, Disziplin und Pflichtgefühl, Patriotismus, Intoleranz gegenüber Minderheiten, Konformität gegenüber Gebräuchen sowie der Unterstützung religiöser und moralischer Werte.

auf Kontroll- und Verteilungsaspekte innerhalb der Produktionssphäre bezieht (vgl. ders. 1989: 499) und damit Flanagan's Konzept auf die wirtschaftliche Dimension komprimiert (vgl. Niedermayer 2009: 35).

Da es sich bei vielen potenziellen gesellschaftlichen Konflikten der heutigen Zeit letztendlich in erster Linie um Wertekonflikte handelt, die mehr oder weniger stark in der Sozialstruktur verankert sind (Niedermayer 2009: 45), empfiehlt es sich daher, für die künftige Untersuchungen die Definition für einen gesellschaftlichen Cleavage etwas großzügiger auszulegen und hierunter

> „eine tief greifende, über eine längere Zeit stabile, konflikthafte und im Rahmen des intermediären Systems organisatorisch verfestigte Spaltungslinie zwischen Bevölkerungsgruppen, die über ihre sozialstrukturelle Positionierung und die hieraus abgeleiteten materiellen Interessen und Wertorientierungen bzw. primär über ihre unterschiedlichen Wertvorstellungen definiert sind"

zu betrachten (ebd.: 35). Diese Definition trägt der Überlegung Rechnung dass sich das ursprüngliche „Cleavage-Voting" im Zuge der beschriebenen gesellschaftlichen Modernisierungsprozesse sukzessive zum reinen „Value Voting" (Knutsen 1995) entwickelt hat. Gesellschaftliche Werteorientierungen könnten demzufolge in der Gesellschaft von heute auch ohne strukturelle Basis als „kulturelle politische Prädispositionen" die vorherrschende und zeitlich stabilste Determinante sein, welche das persönliche politischen Einstellungssystem und damit letztlich auch das Wahlverhalten strukturiert und präjudiziert.

Die zentrale Aufgabe, welche es im empirischen Teil dieser Arbeit für die Elektorate in Deutschland und Österreich daher zunächst zu untersuchen gilt, wäre dementsprechend (1) herauszufinden, welche gesellschaftlichen Werte-Konflikte sich in diesen Gesellschaften mit Hilfe zur Verfügung stehender Daten und Indikatoren diagnostizieren lassen und (2) wie sich diese Konflikte bzw. die ihnen zugrunde liegenden gegensinnigen gesellschaftlichen Werteorientierungen auf das Wahlverhalten auswirken.

Allein mit Wertorientierungen ließe sich jedoch auch im „Integrierten Modell" das Wahlverhalten nicht vollständig erklären, da insbesondere wechselndes Wahlverhalten nur durch Veränderungen auf der politischen Angebotsseite erklärbar wäre – also beispielsweise dadurch, dass bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen nicht mehr von den bisherigen parteipolitischen Vertretern in der politischen Sphäre (ausreichend) repräsentiert werden bzw. dass neue Parteien in den politischen Wettbewerb eintreten bzw. andere vorhandene Politikanbieter durch eine veränderte programmatische Ausrichtung, diese gesellschaftli-

chen Werteorientierungen plötzlich besser, intensiver oder glaubwürdiger vertreten bzw. verkörpern als der ursprüngliche politische Verbündete. Ebenso können gesellschaftliche Werteorientierungen nur in dem Maße Einfluss auf das Wahlverhalten ausgehen, wie sie von Parteien und Politikern durch inhaltliche Angebote, (kontroverse) Positionen und symbolische Politik auch politisiert und damit die Träger dieser Werteorientierungen aktiviert werden. Dies kann sich jedoch aus den verschiedensten Gründen von Wahl zu Wahl ändern, wodurch sich das Wahlverhalten im Aggregat in die eine oder andere Richtung um die „Grundlinie" des Wahlverhaltens – welche annahmegemäß die Verteilung gleichgerichteter gesellschaftlicher Werteorientierungen bilden würde – verändert. Aus der gedanklichen Weiterentwicklung des mikrosoziologischen Modells (vgl. Kapitel I.A.5.) kann diesbezüglich bereits die politische Kommunikation als kurzfristiger Faktor herangezogen werden. Wahlentscheidend sollten jedoch die Inhalte – also Themen und Kandidaten – sein, welche *mittels* politischer Kommunikation auf *unterschiedlich erfolgreiche Weise* von den politischen Parteien insbesondere *über massenmediale Kanäle* – und damit immanent *der Beeinflussung durch mediale Akteure ausgesetzt* – an die Wähler herangetragen werden.

Die komplexen Zusammenhänge und wenn-dann-Beziehungen die sich hieraus von Wahl zu Wahl ergeben können, sowie ihre Implikationen auf das Wahlverhalten auf der Individual- sowie der Aggregatebene, sollen dabei im Rahmen des nächsten Kapitels entlang der Rezeption des gegenwärtig in der Wahlforschung (noch) vorherrschenden „Michigan-Modells" erläutert werden, da dieses seit seiner Entstehung ein Zusammenspiel von einer langfristigen politischen Prädisposition sowie zwei kurzfristigen Faktoren vorsieht wodurch sowohl langfristig stabiles als auch wechselndes Wahlverhalten erklärbar wird.

II. Das sozialpsychologische Modell der Michigan-School

Die Kernidee des sozialpsychologischen Ansatzes zur Erklärung des Wahlverhalten, der von den Forschern um Angus Campbell an der University of Michigan in Ann-Arbor entwickelt wurde, lag darin die Wahlentscheidung des Individuums nicht in erster Linie auf dessen soziale Position und Kontext zurückzuführen, sondern auf dessen Einstellungen[33] und Wahrnehmungen zu Parteien, Sachfragen und Kandidaten als entscheidende Vermittlungsmechanismen (vgl. Miller 1953: 45-46; Campbell et al. 1954: 1-3, 80, 85-86; Miller & Shanks 1996: 117)[34]. Den Kern des Modells bildet dabei der Gedanke, dass ein Individuum seine Präferenz für eine Bestimmte Partei nicht aufgrund von Interaktionsbeziehungen mit seinem unmittelbarem sozialen Umfeld oder aufgrund bestimmter Interessenlagen begründet, sondern durch die Entwicklung eines subjektiven Zugehörigkeitsgefühls in Sinne einer Identifikation zu dieser Partei, welche hier als Äquivalent zu einer Bezugsgruppe gesehen wird (Campbell et al. 1954: 88); von daher die Bezeichnung als „Identifikationsansatz".

II.1. Die Kernelemente des Michigan-Modells

a.) Der Kausalitätstrichter

Um hierbei dem Vorwurf des psychologischen Reduktionismus (vgl. Rossi 1959: 40-41)[35] zu entgehen, entwickelten Campbell et al. (1960) hinsichtlich der Entstehung der wahlentscheidenden politischen Einstellungen, die Metapher des „*Funnel of Causality*" (ebd.: 24-32), in dem die, über das bisherige Leben vom Individuum gesammelten, relevanten politischen Erfahrungen und politischen Orientierungen, einschließlich der im Zusammenhang mit den soziologischen Ansätzen ausführlich diskutierten Einflüssen des sozialen Kontextes, zu einem System vernetzter politischer Einstellungen verdichtet werden. Je weiter man sich bei diesem Bild von der Mündung des Trichters entfernt, desto weiter liegen die wahlrelevanten Faktoren in der Vergangenheit. An der Mündung erhält man schließlich – in Anlehnung an

[33] Ajzen (1996: 4) definiert im Rahmen seiner „Theory of reasoned Action" Einstellungen als „a disposition to respond favorably or unfavorably to an object, person, institution or event."
[34] Als weitere Einstellungen zählen Campbell et al. (1954: 85f) das Wahlpflichtgefühl, die Einschätzung der „political efficacy" (politische Einflussmöglichkeit) sowie den, im mikrosoziologischen Ansatz bedeutenden, sozialen Kontext auf, verfolgen diese Punkte jedoch analytisch nicht weiter.
[35] Rossi (1959) argumentiert zum einen, dass bei der Erklärung von Wahlverhalten aufgrund von Einstellungen Explanas und Explanandum logisch sehr nahe beieinander lägen und von daher eine hohe Erklärungsleistung wenig überraschend sein kann. Zum anderen waren die Einstellungen ursprünglich von Campbell et al. (1954) als intervenierende Variablen vorgesehen, wurden aber dann als Unabhängige behandelt, wodurch die Beziehung zwischen Kontext und Wahlverhalten ungeklärt bleibt.

Lewin's Feldtheorie (vgl. z.B. Lück 2001) – als Destillat aus diesen vorgelagerten Faktoren die politischen Einstellungen, welche wiederum das Wahlverhalten unmittelbar determinieren (vgl. Campbell et al. 1960: 34).

Nach Campbell et al. (1960) haben also über dieses Trichter-Modell bereits sämtliche vorgelagerten sozialstrukturellen, institutionellen und kommunikativen Kontextbedingungen Eingang in das Einstellungssystem gefunden und müssen folglich auch nicht mehr explizit untersucht werden. Die Erklärung des Wahlverhaltens allein auf Basis der politischen Einstellungen betrachten die Autoren folglich als gerechtfertigt (ebd.: 117-119).

In der Rezeption des Michigan-Modells kommt dieses Konstrukt jedoch weitgehend unter die Räder, für die weitere Theorieentwicklung liefert es jedoch zwei wichtige Anknüpfungspunkte für die Einbindung weiterer theoretischer Ansätze und Konzepte: Zum einen erkennen die Autoren die Bedeutung der persönlichen und massenmedialen Kommunikation in Bezug auf die Steuerung der Wahrnehmung von politischen Sachverhalten durch die Bürger an (ebd.: 31) und zum anderen können über den Kausalitätstrichter Ideologien, welche Campbell e al. (1960: 192-204) als exzellente Mittel zur Politisierung von politischen wie unpolitischen Ereignissen sehen, in das Modell integriert werden.

b.) Das Konstrukt der Parteiidentifikation

Die zentrale Determinante im sozialpsychologischen Modell des Wahlverhaltens bildet das Konstrukt der Parteiidentifikation[36]. Campbell et al. (1954) konstruierten dieses Konzept auf Basis der Bezugsgruppentheorie und der Kleingruppenforschung (z.B. Hyman 1942; Merton 1957); also aufbauend auf dem Gedanken, dass eine Person, unabhängig von ihrer objektiven Mitgliedschaft, ein subjektives Zugehörigkeitsgefühl zu einer bestimmten Gruppe entwickeln kann und sich deshalb auch deren Zielen und Normen unterwirft. Das Individuum erwirbt danach eine „psychologische Parteimitgliedschaft" (vgl. Campbell et al. 1960: 295, 297), die über die bloße Parteisympathie hinaus zu einem Bestandteil der persönlichen Identität wird (vgl. z.B. Converse & Pierce 1987: 143; Miller 1976: 22, 1991: 558) und analog zur Bezugsgruppentheorie als langfristig stabil und gegenüber anderen Faktoren als relativ stark anzusehen ist (Campbell et al. 1954, 1960: 34).

[36] Im Folgenden auch synonym als „Parteibindung" oder „Parteiloyalität" bezeichnet.

Aufgrund dieser Zentralität und Stabilität hat die Parteiidentifikation auch einen großen Einfluss auf die Wahrnehmung von politischen Sachverhalten. Sie wirkt dabei als „Wahrnehmungsfilter“ (Campbell et al. 1960: 128-136), der zum einen das politische Geschehen für das Individuum als wichtig erscheinen lässt (ebd.: 142-145) und zum anderen das gegenwärtige politische Geschehen im Sinne der Identifikationspartei „färbt“ (vgl. Miller 1976: 27) und auf diese Weise kurzfristig variable und periphere Einstellungen mit der Parteiidentifikation in Einklang bringt (Stokes 1966a: 126f.). Mit Intensität und Dauer der Parteiidentifikation nimmt diese Selektionswirkung entsprechend zu (vgl. u.a. Bulter & Stokes 1969: 58; Wattenberg 1991, 1996). Ihre Wirkung erstreckt sich dabei auch auf die Einstellungen gegenüber den Kandidaten und Sachthemen, was zur Folge hat, dass bei Vorliegen einer entsprechenden Parteiidentifikation ein Individuum auch die Standpunkte seiner Identifikationspartei und ihrer Kandidaten positiver und jene der Konkurrenzparteien negativer beurteilt. Die Parteibindung wirkt auf diese Weise als Mittel zur Komplexitätsreduktion und als Orientierungshilfe für das Individuum in der politischen Sphäre (vgl. Goldberg 1969; Shively 1979).

Erworben wird die Parteiidentifikation im Laufe der Primärsozialisation im Elternhaus[37] (Campbell et al. 1960: 146-149) und wird durch die eben genannten Mechanismen, die für kognitive Konsistenz im Einstellungssystem sorgen, sowie die Teilnahme an Wahlen im weiteren Lebensverlauf intensiviert (vgl. Campbell et al. 1960; 161-165; Converse 1969, 1976). Die Parteiidentifikation determiniert die menschliche Wahrnehmung jedoch nicht völlig. Eine Veränderung der Parteiidentifikation zu Gunsten einer anderen Partei sei zwar grundsätzlich möglich, wenn dann aber in Folge von bedeutenden Veränderungen im Leben des Individuums oder aufgrund außerordentlicher politischer Ereignisse (vgl. Campbell et al. 1960: 134-135, 149-160, 165; Miller & Shanks 1996: 129-131).

Grundsätzlich stabilisiert sie jedoch das Wahlverhalten in Form einer „*standing decision*“ (Key & Munger 1959: 286) zugunsten der Identifikationspartei (vgl. Campbell et al. 1960: 136-142). Wirken zudem auch die Einstellungen zu Sachthemen und Kandidaten in dieselbe parteipolitische Richtung, begünstigt dies zum einen eine häufigere Wahlentscheidung zugunsten der Identifikationspartei; also zu einer „*normal vote*“ (Converse 1966), während

[37] Hinweise hierfür sind insbesondere die hohe Kongruenz von Parteibindungen innerhalb von Familien (vgl. u.a. Campbell, Guirin & Miller 1954; Campbell et al. 1960: 146; Dalton 1996: 201; Butler & Stokes 1974: 48ff.).

divergierende Einstellungen zu attitudinalen[38] *cross-pressures* (Campbell et al. 1954: 183) führen, welche sich im Wahlverhalten durch Hinauszögern, Stimmensplitting oder Indifferenz gegenüber dem Wahlergebnis niederschlagen (vgl. Campbell et al 1960: 77-78). Des Weiteren führt das Vorhandensein einer Parteibindung zu einer höheren politischen Partizipation, einer früheren und sichereren Wahlentscheidung sowie der Abgabe eines „*straight ticket*" (vgl. ebd.: 157-164).

Aufgrund ihrer Erklärungskraft für stabiles Wahlverhalten bei bestimmten Gesellschaftsmitgliedern, bezeichnen Falter et al. (2000: 237) die Parteiidentifikation auch als das sozialpsychologische Pendant zum „Index politischer Prädispositionen" von Lazarsfeld et al. (1944; vgl. Kapitel I.A.2.). Veränderungen im Wahlverhalten können im Gegensatz zum Ansatz der Columbia-School beim Michigan-Modell mit den als kurzfristig und labil charakterisierten Sachfragen- und Kandidatenorientierungen erklärt werden (vgl. Campbell et al. 1954: 176-177; Stokes 1966b). Wie die Columbia-School kommt dabei auch die Michigan-School zu dem Ergebnis, dass die parteigebundenen Stammwähler politisch hoch involviert sind, während wiederum die politisch wenig involvierten und kompetenten Bürgern den nichtstatischen Teil des Elektorats bilden, welcher letztlich aber einen Regierungswechsel herbeiführen kann.

c.) Die Determinanten-Trias

In ihrem ersten Modell gehen Campbell et al. (1954) zunächst davon aus, dass nicht nur die Parteiidentifikation die Issue- und Kandidatenorientierung beeinflusst sondern dass diese Wirkungen auch in entgegengesetzter Richtung erfolgen würden. Ebenso wurde von einer gegenseitigen Beeinflussungsmöglichkeit zwischen den beiden kurzfristigen Faktoren ausgegangen. Alle drei Determinanten wurden dabei, als auf demselben analytischen Level befindlich betrachtet, von denen wiederum einseitig Einflüsse auf das Wahlverhalten ausgingen. Die relative Stärke, mit der die einzelnen Faktoren das Wahlverhalten determinieren, variiert dabei in Abhängigkeit vom jeweiligen politischen Geschehen von Wahl zu Wahl (vgl. ebd.: 165; Converse 1975: 125).

[38] Powell (1976: 3) unterscheidet hier zwischen affiliativen cross-pressures und attitudinalen cross-pressures. Erstere sind dabei das Produkt gegensinniger parteipolitischer Einflüsse welche von den Interaktionspartnern ausgehen, während letztere das Ergebnis wiederstrebender Einflüsse seitens der Identifikation mit abstrakten Bezugsgruppen sind

In ihrem Nachfolgemodell nahmen Campbell et al. (1960) einige Änderungen vor, die jedoch in der Rezeption des Modells nur teilweise übernommen wurden: Zum einen wurde gegenüber dem Ursprungsmodell von Campbell et al. (1954) die Parteiidentifikation den beiden kurzfristigen Faktoren analytisch vorgelagert. Zudem wurde nun von einem rekursiven Modell ausgegangen[39], bei dem die Parteiidentifikation zum einen direkt und zum anderen vermittelt über die Issue- und Kandidatenorientierungen auf das Wahlverhalten wirkt.

II.2. Die Determinanten-Trias des Michigan-Modells : Rezeption, Forschungstand und systematische Ergänzung und Modifizierung

Zum gedanklichen Aufbau des „integrierten Modell des Wahlverhaltens“, sei zunächst einmal die Vorstellung der Determinanten-Trias des Ann-Arbor-Modells grundsätzlich beibehalten. Ebenso sei hierbei bis auf Weiteres von einem nicht-rekursiven Modell ausgegangen, welches die Möglichkeit wechselseitiger Effekte zwischen den Elementen der Determinanten-Trias sowie dem Wahlverhalten einplant[40].

Als unstreitig gilt nach dem heutigen Forschungsstand, dass die Parteiidentifikation sowohl die Issue- als auch die Kandidatenorientierung über die „parteipolitische Brille“ beeinflusst sowie dass alle drei Determinanten einen direkten Einfluss auf die Wahlentscheidung ausüben.

Viel diskutiert sind dagegen mögliche wechselseitige Einflüsse innerhalb des Modells: So wären beispielsweise auch Einflüsse in umgekehrter Richtung von der Wahlentscheidung auf die Elemente der Determinanten-Trias theoretisch begründbar, wenn sich auf dem Wege der Wahlerfahrung eine Parteibindung aufbaut oder verstärkt bzw. durch abweichendes Wahlverhalten geschwächt wird (vgl. z.B. Brody & Page 1972: 457-458; Asher 1983: 342-343; Goldberg 1966; Jackson 1975; Meier 1975; Markus & Converse 1979; Franklin & Jackson 1983; Brody & Rothenberg 1988; Franklin 1992; Johnston & Pattie 1999; Layman & Carsey 2002; Lockerbie 2002; Clarke et al. 2004: 175-216; Schickler & Green 1993).

---

[39] wobei wechselseitige Wirkungen nicht grundsätzlich ausgeschlossen waren (vgl. z.B. Campbell et al. 1960: 134-135, 169, 530)

[40] Das Problem bei einem solchen Modell läge damit erst einmal darin, dass das damit bei einer konkreten Untersuchung implizierte Gleichungssystem mehr Unbekannte als Gleichungen besitzen würde, weshalb die Effektparameter mathematisch nicht geschätzt werden könnten. Es müsste daher der im Laufe der Analyse darauf hin gearbeitet werden, durch Ausschluss theoretisch unbedeutender Einflüsse, ein second-best Modell zu entwickeln, welches am Ende eine Variablenanordnung beinhaltet, die nach Maßgabe theoretischer Plausibilität den Anteil der erklärten Varianz maximiert (vgl. Bürklin & Klein 1998: 63)

Ebenso wären Einflüsse der Issue- und Kandidatenorientierung auf die Parteibindung plausibel begründbar: Ist beispielsweise ein Wähler über einen längeren Zeitraum unzufrieden mit dem Kandidatenangebot und/oder den politischen Positionen bzw. den wahrgenommenen Themenkompetenzen seiner Identifikationspartei, wird seine Parteiidentifikation vermutlich sukzessive an Intensität verlieren und sich gegebenenfalls sogar einer anderen Partei zuwenden (vgl. z.B. Goldberg 1966; Jackson 1975; Meier 1975; Converse & Markus 1979; Markus & Converse 1979; Fiorina 1981; Franklin & Jackson 1983; Brody & Rothenberg 1988; Achen 1992; Franklin 1992; Rice & Hilton 1996; Gerber & Green 1998; Sears & Funk 1999; Whitely 1988)[41].

Hieraus ergibt sich zum einen, dass durch die „färbende" Wirkung der „parteipolitischen Brille" die Wahrnehmung des politisch relevanten Geschehens nicht vollständig determiniert wird (vgl. bereits Campbell et al. 1960: 131-133; Schoen & Weins 2005), wobei negative und hierunter insbesondere personenbezogene Informationen die größte Chance haben, den Filter der selektiven Wahrnehmung zu durchdringen (vgl. Donsbach 1991; Gerber & Green 1998; Green et al. 2002: 130). Zum anderen erhält durch diese Überlegungen die ursprünglich rein affektive Natur der Parteiidentifikation eine kognitive Komponente in Form eines „*running tally*" (Fiorina 1981: 89), also eines laufenden Saldos aus den „geronnene[n] Erfahrungen der Bürger mit den politischen Parteien und ihrer Leistungsfähigkeit" (Klingemann & Taylor 1977: 306f.; vgl. auch Jagodzinski & Kühnel 1990; Rose & McAllister 1990). Auf der Basis themenbezogener Einstellungen könnte sich so jedoch auch bei Individuen ohne ansozialisierte Parteibindung langfristig eine solche – einschließlich affektiver Komponente – aufbauen (vgl. Campbell et al. 1960: 169).

Möglich sind des Weiteren Interaktionseffekte zwischen Issue- und Kandidatenorientierung, da sowohl ein beispielsweise positiver Kandidateneindruck auf die Kompetenzvermutung der Partei überstrahlen könnte, wie in umgekehrter Richtung von der Partei vertretene und vom Wähler unterstützte Policy-Standpunkte auf die Bewertung des Kandidaten abfärben könnten (vgl. Schoen & Weins 2005: 201). Diese wechselseitigen Effekte resultieren dabei

[41] Hierbei sollte die Issue-Komponente aufgrund ihrer höheren Stabilität gegenüber den Kandidateneinstellungen (vgl. Miller & Shanks 1996: 8f.) jedoch die größere Relevanz für die Parteibindung haben, während Kandidateneinflüsse insbesondere dann nachhaltigen Einfluss auf die Parteibindung haben sollten, wenn ein bestimmter Kandidat über einen längeren Zeitraum hinweg Image und Programm seiner Partei geprägt hat (vgl. z.B. Sniderman, Brody & Tetlock 1991: 179ff). Allerdings sollte sich der Einfluss von Issue- und Kandidateneinstellungen vornehmlich auf die Intensität als auf die Richtung der Parteibindung auswirken (vgl. Page & Jones 1979).

insbesondere aus dem Streben nach kognitiver Konsonanz[42] (vgl. u.a. Berelson et al. 1954; Granberg & Brent 1974; Kinder 1978). Neben den Mechanismen der selektiven Wahrnehmung aufgrund der Parteiidentifikation, könnte ein Individuum zudem bei einer Positionsfrage seinen eigenen Standpunkt an den seiner Identifikationspartei oder seines favorisierten Kandidaten angleichen (*Persuasionseffekt*) oder den eigenen Standpunktes auf die präferierten Partei bzw. den bevorzugten Kandidaten projizieren (*Projektionseffekt*; vgl. Brody & Page 1972; Page & Brody 1972: 981). Ebenso werden Kandidaten, die bestimmte von Ego favorisierte Positionen teilen, von diesem besser bewertet. In der Gegenrichtung führt die positive Einstellung gegenüber einem Kandidaten zu einer reduzierten Wahrnehmung von Diskrepanzen in den politischen Positionen von Kandidat und Ego (vgl. Page & Jones 1979; Asher 1983: 342f.; Sniderman, Brody & Tetlock 1991; Brent & Granberg 1982; Granberg & Brown 1992; Granberg, Kasmer & Nannemann 1988; King 1977; Conover & Feldman 1982; Judd, Kenny & Krosnick 1983; Granberg & King 1980). Nach Feldman & Conover (1983) ergeben sich diese Konvergenz-Effekte zwischen Themen- und Kandidateneinstellungen jedoch größtenteils durch die Rekurrierung auf die Parteibindung als Bewertungsmaßstab.

II.2.1. Die langfristige(n) Determinante(n) des Wahlverhaltens

II.2.1.1. Die Parteiidentifikation des Michigan-Modells

Da das Michigan-Modell ursprünglich für die Erklärung des Wahlverhalten der Bürger der Vereinigten Staaten von Amerika der späten vierziger und frühen fünfziger Jahre entwickelt wurde, stellte sich hinsichtlich der Übertragbarkeit des Konzepts auf andere Länder zunächst die Frage, nach der Kompatibilität. Schließlich bezog sich dieses Konzept zunächst auf ein Land, welches sich durch ein präsidiales Regierungssystem mit einem starken, praktisch[43] direkt gewählten Präsidenten und zwei eher schwachen Parteien auszeichnete. In Westeuropa wurden hingegen die politischen Systeme mehrheitlich von drei und mehr starken Parteien sowie von politisierten Sozialstrukturen (vgl. Kapitel. I.B.) dominiert (vgl. z.B. Falter et al. 2000; Schoen & Weins 2005).

[42] Bzw. nach der Reduzierung von kognitiver Dissonanz. Festinger (1973: 29) erklärt dieses Phänomen folgendermaßen: "Immer dann, wenn ein Mensch über Informationen und Meinungen verfügt, die – für sich alleine betrachtet – ihn nicht dazu veranlassen würden, eine bestimmte Handlung zu vollziehen, besteht eine Dissonanz zwischen diesen Meinungen oder Informationen und der tatsächlich ausgeführten Handlung. Wenn eine solche Dissonanz besteht, wird der Mensch versuchen, sie herabzumindern, indem er entweder sein Handeln oder seine Überzeugungen und Grundsätze ändert."

[43] Theoretisch werden in für alle US-Bundesstaaten Wahlmänner gewählt, welche wiederum den Präsidenten wählen.

Auf der östlichen Seite des Nordatlantiks fand deshalb zunächst Cleavage-Ansatz von Lipset & Rokkan (1967; vgl. Kapitel I.B.) die höhere Aufmerksamkeit. Hiernach entwickeln Individuen zwar auch stabile Bindungen an eine politische Partei, hierbei handelt es sich jedoch um „sozial abgeleitete Parteineigungen“ (Berger 1977: 506f.), welche aufgrund von Einstellungen entstehen, die sich aus der Orientierung an bestimmten Cleavage-Gruppen ergeben und deshalb keine eigene Erklärungskraft besitzen und nicht um „originäre Parteineigungen“, in Form einer psychologischen und vom sozialen Kontext unabhängigen Identifikation mit der Partei selbst (vgl. Dalton, Beck & Flanagan 1984: 12; Schmitt & Holmberg 1995; Thomassen 1976; Shively 1972: 1222; Pappi 1973; Kaase 1976: 82f.; Crewe et al. 1977: 140; Richardson 1991; Campbell & Valen 1961: 525; Norpoth 1978: 39f.; Gluchowski 1983).

Gestützt auf empirische Erkenntnisse, nach denen solide Parteibindungen insbesondere in den Anhängerschaften der in den politisierten Sozialstrukturen verankerten Volksparteien zu finden sind, bietet sich also auch im Rahmen des Michigan-Modells die Interpretation der Parteiidentifikation als weiterer Vermittlungsmechanismus zwischen sozialstrukturellen Merkmalen eines Individuums und dessen Wahlverhalten an (vgl. Richardson 1991; Barnes 1989; Schmitt & Holmberg 1995; Falter 1977a: 482). Parteiidentifikationen können demnach durchaus sozial verankert und damit stabilisiert sein, jedoch werden sie nicht vollständig durch den sozialen Kontext determiniert (vgl. z.B. Zelle 1998; Jenssen 1999: 13-15).

Die Operationalisierung von Parteiidentifikation

Um letztendlich das Konzept der Parteiidentifikation auch in der Praxis auf Europa übertragen zu können, galt es ein geeignetes (konstruktvalides; vgl. Falter & Trommsdorff 1972; Falter 1977a, b, 1984) Messinstrument zu finden, welches die theoretisch postulierten Zusammenhänge im Sinne der Michigan-School erfüllt. Das gesuchte Messinstrument musste daher (1) mit den Einstellungen zu Kandidaten, Sachthemen und Wahlverhalten interagieren und sich zudem (2) gegenüber diesen beiden als kurzfristig beeinflussbar und analytisch nachgelagerten Einstellungen als stabiler erweisen. Seit den siebziger Jahren hat sich dabei in Westdeutschland die folgende Frageformulierung etabliert (vgl. z.B. Schoen & Weins 2005: 209):

> „Viele Leute neigen in der Bundesrepublik längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie – ganz allgemein gesprochen – einer bestimmten partei zu?“ „Wenn ja, welcher?“ und „wie stark?“ (‚sehr stark‘, ‚stark‘, ‚mittelmäßig‘, ‚ziemlich schwach‘ und ‚sehr schwach‘).

In Österreich lautet die Frageformulierung (vgl. z.B. Müller 2000: 48):

> „Wenn Sie es einmal insgesamt betrachten: Würden Sie dann sagen, Sie neigen alles in allem einer bestimmten Partei eher zu als anderen Parteien, oder ist das bei Ihnen nicht der Fall? Wenn ja, welcher?“ und: „Wie stark oder wie schwach neigen Sie – alles zusammengenommen – dieser Partei zu? Eher stark, mäßig, eher schwach.“

Für Deutschland erfüllt dieser Indikator nach Falter et al. (2000) alle wesentlichen Postulierungen des Michigan-Modells hinsichtlich der Wirkung als „Wahrnehmungsfilter“ (ebd.: 251) sowie Stabilität gegenüber den Einstellungen zu Kandidaten und Sachthemen (ebd.: 264; vgl. auch Norpoth 1978: 47; Zelle 1995: 153-154; Kellermann & Rattinger 2005). Die mit diesem Indikator ermittelte Parteiidentifikation intensiviert sich zudem mit zunehmender Dauer ihrer Existenz (Falter et al. 2000: 251), beide Eigenschaften verstärken wiederum die Einseitigkeit der Wahrnehmung des politischen Geschehens (ebd.). Des Weiteren wächst mit dem Vorhandensein und der Stärke einer Parteiidentifikation das Interesse an Politik sowie das Ausmaß politische Kenntnisse (ebd.: 251). Ebenso wächst mit der Intensität der Parteibindung die Wahrscheinlichkeit zu Wahl zu gehen. Sie beeinflusst darüber hinaus die Richtung und die Stabilität der Wahlentscheidung ohne diese vollständig zu determinieren, wobei allerdings die Parteibindungen (vermutlich aufgrund der Parteilisten- statt Personenwahl; vgl. auch Holmberg 1994: 95-100; Gabriel 2001) nur unwesentlich stabiler sind als das Wahlverhalten (ebd.: 254; vgl. auch Berger 1977; Kellermann & Rattinger 2005). Ebenso begünstigt sie einen frühen Zeitpunkt der Stimmabgabe (Falter et al. 2000: 254).

Parteiidentifikation und Ostdeutschland

Eine weitere Grundsätzliche Anwendbarkeitsfrage stellte sich in Deutschland aufgrund der Wiedervereinigung; nämlich der der Übertragbarkeit des Parteiidentifikationskonzepts auf den ostdeutschen Teil des Elektorats. Schließlich konnte hier, mangels Erfahrungen mit Wahlen und Parteienwettbewerb, nicht mit dem Vorliegen von langfristigen Parteibindungen gerechnet werden[44]. Dementsprechend wurde für dieses Teil-Elektorat eine starke Orientierung an Sachthemen und Kandidaten erwartet (vgl. Roth 1990). Bluck & Kreikenbom (1991, 1993) sowie Schmitt (1992) konnten jedoch zeigen, dass die ostdeutschen Wähler 1990 keine parteipolitische „*terra incognita*“ betreten haben, sondern bereits vor der Wiedervereini-

[44] Nach den Erfahrungen bezüglich Übergangsphasen von Diktaturen (beispielsweise der Nationalsozialistischen) in eine Wettbewerbsdemokratie war erst einmal zu erwarten, dass in dem betroffenen ehemaligen Herrschaftsgebiet (hier dem der SED), Parteibindungen über alle Altersgruppen hinweg quantitativ seltener und qualitativ schwächer ausgeprägt sein sollten, als die in den alten Bundesländern nach bis dato vierzig Jahren demokratischer Erfahrung. Diese Erwartungen bestätigten sich weitestgehend.

gung „Quasi-Parteibindungen“ über den Konsum der westdeutschen Fernsehberichterstattung aufbauen konnten, womit die grundsätzliche Anwendbarkeit des Konzepts auch in Bezug auf das ostdeutsche Elektorat belegbar war (vgl. z.B. Rattinger 1994a,b, 1995; Gehring & Winkler 1997; Weins 1999; Falter et al. 2000; Gabriel 2001)

II.2.1.2. Gesellschaftliche Wertorientierungen: Ein Mögliches Äquivalent zur Parteiidentifikation?

Parteiidentifikationen entwickeln sich nach Klein (2005: 429f.) parallel zu den in Kapitel I.B.1.2. im Rahmen des Cleavage-Ansatzes (aus gutem Grund) ausführlich behandelten gesellschaftlichen Werteorientierungen unabhängig von einander, in denselben Lebensphasen und vermittelt durch dieselben Sozialisationsagenten. Die Parteibindungen entwickeln sich dabei zugunsten jener Partei, die als politische Repräsentantin der von Ego (bzw. dessen Sozialisationsagenten) als wichtig empfundenen gesellschaftlichen Wertvorstellungen wahrgenommen wird. Werteorientierungen befinden sind damit also gegenüber der Parteiidentifikation auf einem vorgelagerten analytischen Level (vgl. ähnlich Jagodzinski 1981: 175) und sind auch nicht von gleicher Bedeutung für das Individuum. Demzufolge ist davon auszugehen, ein Individuum im Konfliktfall zwischen Parteiidentifikation und Wertvorstellungen letzteren den Vorzug geben und gegebenenfalls die Parteibindung vermindern, abgeben oder wechseln wird. Wenn jedoch die gesellschaftlichen Werteorientierungen letztlich die persistenteren politischen Prädispositionen darstellen, kann man auch davon ausgehen, dass sie – analog zur Parteiidentifikation im Michigan-Modell – neben ihres direkten Einflusses auf das Wahlverhalten, auch als Bewertungsmaßstab für Kandidaten und Issues von Ego herangezogen werden können. Gesellschaftlichen Werteorientierungen könnten so also auch als Äquivalent zur Parteiidentifikation im Michigan-Modell herangezogen werden können.

Relevanten Einfluss auf die Wahlentscheidung könnten Wertorientierungen dabei insbesondere bei solchen Personen entfalten, bei denen keine Parteibindung (mehr) vorhanden ist. Die in Kapitel I.B.2. beschriebenen gesellschaftlichen Individualisierungs-, Säkularisierungs- und Strukturveränderungsprozesse haben tendenziell zu einer Ausdifferenzierung von einstmals wenigen gesellschaftlichen Wertemustern auf der politischen Nachfrageseite geführt, während sich die politische Angebotsseite in den meisten westlichen Ländern, gemessen anhand der Zahl der Anbieter, durch eine vergleichsweise hohe Kontinuität auszeichnet. Infolgedessen kann grundsätzlich mit einer gestiegenen Wahrscheinlichkeit gerechnet werden,

dass Ego keinen Anbieter auf dem Markt der Politik identifizieren kann, der seine Wertvorstellungen dauerhaft und zuverlässig vertreten könnte. Umgekehrt könnten programmatische Kehrtwendungen einzelner traditioneller Politikanbieter, als Reaktion auf eine (vermeintlich) veränderte Politiknachfrage, relevante Teile der angestammten Wählerschaft entfremden[45]. Wäre dies der Fall, dass die Politiknachfrager auf dem politischen Markt dauerhaft keine Partei mehr finden, welche ihre politischen Vorstellungen in zentralen Punkten derart kongruent vertritt, dass hieraus ein Identifikationsverhältnis erwächst oder aufrecht erhalten wird, blieben gesellschaftliche Wertvorstellungen subsidiär als langfristig stabile Determinante übrig, welche neben ihrer direkten Wirkung auf die Wahlentscheidung auch zum zentralen Maßstab für die Bewertung der Politikanbieter, ihrer Repräsentanten und ihrer Themen werden könnte. Auf der Makroebene könnten so – als Konsequenz von Dealignmentprozessen (vgl. Seiten 66ff.), welche zu einer schwindenden Relevanz der Parteiidentifikationen für die Gestaltung des politischen Wettbewerbs führen – bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen an deren Stelle, als stabilisierende und strukturierende Determinante des Wahlverhaltens, treten (vgl. auch Klein 2005: 431; Dalton 2000; Downs 1957).

Auf der Mikroebene würde dies bedeuten, dass bei Individuen ohne Parteiidentifikation, die Werteorientierungen nun unvermittelt bzw. unbeeinflusst durch die Parteiidentifikation erstens einen direkten Einfluss auf die Wahlentscheidung ausüben und zweitens die Einstellungsbildung hinsichtlich der Themen und Kandidaten präjudizieren können. Die direkte Wirkung von gesellschaftlichen Wertorientierungen auf das Wahlverhalten könnte man dabei unter Rational[46]-Choice-Gesichtspunkten (vgl. Downs 1957; Brennan & Lomansky 1993; Klein 2005: 432) auch als *expressives Wählen*[47] bezeichnen: Da die Wähler ohnehin davon ausge-

[45] Ebenso könnten gerade in fluiden Parteiensystemen, wo neue Parteien so schnell erscheinen, wie sie wieder verschwinden oder sich mit anderen zusammenschließen oder aufspalten, vermutlich schwerlich langfristige Parteiidentifikationen in der Bevölkerung aufgebaut werden.

[46] „Rational" bezieht sich im Rahmen von Rational-Choice-Modellen stets auf die Mittel und nicht auf die Ziele menschlichen Verhaltens! Letztere werden als fix, konsistent, exogen und stabil angenommen. Veränderungen im Wahlverhalten ergeben sich demnach unter Rational-Choice-Gesichtspunkten aufgrund von Veränderungen auf der Angebotsseite des politischen Marktes (Downs 1957, vgl. auch Zintl 1989: 53, 1996).

[47] Expressives Wählen ist innerhalb der Rezeption des Rational-Choice-Ansatzes vom instrumentellen Wählen zu unterscheiden: Letzteres impliziert, dass der Wähler sein ökonomisches oder ideelles Nutzendifferenzial berechnet, welches sich aus der (Nicht-)Regierungsbeteiligung bestimmter Politikanbieter für ihn ergeben würde. Einem möglichen Vorteil aus einem bestimmten Wahlergebnis stellt er dabei die eigenen Kosten seiner Informationsbeschaffung und Wahlteilnahme gegenüber und stellt hierbei streng genommen fast immer fest, dass sich eigentlich selbst die Wahlteilnahme aufgrund der Vielzahl seiner Mit-Wähler nicht lohnt. Dieses Phänomen wird daher auch als Wahlparadoxon bezeichnet (vgl. z.B. Arzheimer & Schmidt 2005).

hen, dass ihre Stimme den Wahlausgang letztlich nicht in entscheidender Weise beeinflussen wird, stimmen sie nicht über die möglichen Nutzenvorteile, die sich mit gewisser Unsicherheit aus einer eventuellen Regierungstätigkeit eines bestimmten Politikanbieters ergeben würden, sondern über die von den einzelnen Politikanbietern vertretenen gesellschaftlichen Wertvorstellungen ab. Wählen wird so zum „cheering in a football game" (Brennan & Lomansky 1993), also zu einer Konsumaktivität, welcher die Parteien und Politiker durch das Angebot konkurrierender gesellschaftlicher Ordnungskonzepte zu begegnen versuchen. Das Verhalten der Wähler erklärt sich dann nach Pappi (1996) aus den politischen Zielen und Einstellungen der Wähler, die als „intrinsische Motive der Wahlentscheidung" (ebd.: 241) fungieren. Statt also für eine *Partei* zu stimmen mit der er sich identifiziert, votiert der Wähler ohne Parteiidentifikation also für jene Partei mit deren propagierten *Werten* er sich am besten identifizieren kann.

Gesellschaftliche Wertorientierungen beeinflussen die Wahlentscheidung unabhängig von der Existenz einer Parteibindung dann aber auch indirekt über deren Einfluss auf die beiden kurzfristigen Determinanten im Michigan-Modell. Wertvorstellungen bilden dabei die Grundlage für die Herausbildung von politischen Präferenzen und *Ideologien*, welche wiederum im Rahmen von Rational-Choice-Modellen als Bewertungsmaßstab für die Beurteilung politischer Programme und Positionen herangezogen werden können (vgl. Downs 1957; Klein 2005 sowie Seiten 92ff.).

II.1.3. Ideologien: Ein weiteres mögliches Äquivalent zur Partei-Identifikation?

Eine Ideologie stellt nach Downs (1957: 96) „a verbal image of the good society and of the chief means of constructing such a society"[48] dar. Konkret handelt es sich hierbei ganz allgemein um ein System aus (zumeist nur oberflächlich elaborierten und reflektierten) generalisierten politischen Einstellungen, die jedes Individuum während seines Lebens entwickelt. Es ist daher grundsätzlich von den „voll entwickelten" klassischen, auf vielschichtigen philosophischen Konzepten aufgebauten, kognitive, evaluative und affektive Komponenten umfassenden, Ideologien des Liberalismus, Sozialismus, Kommunismus Faschismus, Anarchismus, Konservatismus, etc., welche dezidierte Vorstellungen über die wünschenswerte Gestalt der gesellschaftlichen und politischen Ordnung sowie dem Verhalten ihrer Mitglieder

[48] Alternativ wäre auch die Definition nach Hinich & Munger (1994: 11) denkbar, die Ideologie als ein schlüssiges System von normativen Ausführungen verstehen, welches moralische Ge- und Verbote, die Aufteilung von materiellen und immateriellen Ressourcen eines Gemeinwesens sowie die Frage nach der Herrschaft festlegt.

beinhalten, zu abstrahieren (vgl. z.B. Campbell et al. 1960: 192ff; Converse 1964: 207ff.; Snidermann et al. 1991: 140-163; Freeden 2001; Thompson 2001), da derart elaborierte „*belief systems*“ nur bei sehr wenigen Wählern anzutreffen sind (vgl. Kinder & Sears 1985). Im Sinne von Downs (1957) dienen Ideologien als abstrakte „Super-Issues“, welche die Einstellungen des Individuums gegenüber der Vielzahl möglicher konkreter Issues präjudizieren. Ihr Bedeutungsgehalt leitet sich letztlich aus den historischen Cleavage-Strukturen ab. Wie an anderer Stelle beschrieben (vgl. Kapitel I.B.2.) haben diese zwar im Verlauf der Modernisierung ihre sozialstrukturelle Basis weitgehend eingebüßt, der „kulturelle Überbau“ blieb davon jedoch weitgehend verschont bzw. wurde in einen reinen Wertkonflikt transformiert (vgl. Kapitel I.B.3.). Ideologien sind daher als die kulturellen Substrate dieser klassischen Cleavages zu verstehen, welche sich gegenüber ihren sozialstrukturellen Grundlagen weitgehend verselbständigt haben (Knutsen & Scarbrough 1995). Sie sind von daher auch ebenso wie die oben beschriebenen Wertorientierungen als zentrale und vergleichsweise persistente individuelle Einstellungen zu verstehen, welche in Bezug auf das Wahlverhalten eines Individuums, als langfristig stabile Determinante fungieren können (vgl. Arzheimer & Rudi 2007: 169f.). Es liegt daher nahe, auch die abstrakten ideologischen Einstellungen neben konkreten Werteorientierungen als mögliches Äquivalent zur Parteiidentifikation in Betracht zu ziehen. Beispielsweise kommen Pappi & Shikano (2007: 28f.) zu der Erkenntnis, dass (insbesondere) in (fluiden) Mehrparteiensystemen die ideologische Orientierung der Parteiidentifikation sogar überlegen ist, wenn es darum geht dem Individuum eine langfristig stabile politische Orientierung zu ermöglichen. Operationalisiert werden ideologische Einstellungen nach Downs (1957: 116) anhand der Selbsteinstufung sowie der Wahrnehmung der Parteien durch Ego auf der ökonomischen Links-Rechts-Achse. Die jeweilige Positionierung auf dieser Dimension drückt dabei jeweils das gewünschte Ausmaß des staatlichen Einflusses auf das Wirtschaftsleben aus. Bereits Downs (1957) stellte jedoch fest, dass sich in den meisten Gesellschaften aus den ideologischen Positionen von Wählern wie Parteien zu ökonomischen Fragen nicht per se auch deren Einstellungen zu anderen (z.B. gesellschaftspolitischen oder kulturellen) Issues ableiten lassen[49].

Für die meisten westlichen Demokratien bietet sich daher eigentlich sowohl theoretisch (vgl. Kitschelt 1994; Flanagan 1982a; Stokes 1963: 370) als auch empirisch (z.B. Warwick 2002)

[49] Beispielsweise könnte ein und derselbe Wähler oder Politikanbieter ohne weiteres gleichzeitig bezüglich der Issues auf einem Politikfeld „rechte“ und zu jenen auf einem anderen Politikfeld „linke“ Positionen beziehen.

ein mindestens zweidimensionaler Politikraum an. Dabei sollte neben der, in fast allen Staaten den politischen Wettbewerb dominierenden, ökonomischen Links-Rechts-Achse eine zweite gesellschaftspolitische Links-Rechts-Dimension (z.B. Kitschelt 1994; ähnlich Flanagan 1982a siehe Kapitel I.B.3.) den politischen Wettbewerbsraum strukturieren. Dabei würde die Position auf dieser zweiten Achse die gewünschte soziale Kontrolle ausdrücken; also z.B. Einstellungen bezüglich der politischen Entscheidungsfindung, der Zuerkennung von Bürgerrechten an bestimmte Personenkreise und der Eingriffsmöglichkeiten von gesellschaftlichen Institutionen in das Leben des Individuums.

Huber & Inglehart (1995: 83) stellen jedoch auf Basis mehrerer Untersuchungen sowie einer international-vergleichenden Befragung unter Parteienforschern fest, dass durch die Struktur des Parteienwettbewerbs, die Diskussion der einzelnen Issues, welche sich zweifellos in einem multidimensionalen politischen Raum befinden, auf eine Dimension reduziert wird. Dieses auf eine Dimension reduzierte Links-Rechts-Schema hat sich dabei nach Fuchs & Klingemann (1990: 233) sowie Fuchs & Kühnel (1994) als Indikator für generalisierte politische Positionen bewährt.

> „Es dient der effizienten politischen Orientierung und Positionierung von Ego sowie der Identifikation der Positionen politischer Akteure. Es unterliegt einer ständigen Aktualisierung der Generalisierung anhand neuer Sachverhalte, wie Bauer-Kaase (2001), die Befunde von Fuchs und Klingemann bestätigend, gezeigt haben“ (vgl. Weßels 2004: 148).

Damit mehrdimensionale Konfliktstrukturen innerhalb eines Parteiensystem eindimensional überwölbt werden können ist es folglich notwendig, dass die symbolische Links-Rechts-Generalisierung jeweils situationsspezifisch konsistent angepasst wird indem entweder die bisherige Konfliktlinie von einer neuen abgelöst wird und damit das Links-Rechts-Schema eine neue inhaltliche Bedeutung bekommt (vgl. z.B. Inglehart 1983: Postmaterialismus vs. Materialismus sowie Kitschelt 1991, 1997, Kitschelt & McGann 1995 und Knutsen 1998: Rechts-Autoritarismus vs. Links-Libertarismus) oder indem neue Inhalte in das existierende Schema integriert werden und dessen Bedeutung somit erweitern (vgl. z.B. Knutsen 1998 für die Inkludierung des religiösen Konflikts; Dalton 1988 für den Stadt-Land-Konflikt sowie der „Neuen Politik“; vgl. zu letzterem auch Cole 2005). Letzerer Variante würde dabei jedoch eigentlich von den Parteien verlangen, dass diese bei mehrdimensionalen Konflikten jeweils bei allen betroffenen Dimensionen entweder links oder rechts stehen, was insbesondere den liberalen Parteien sehr schwer fällt (vgl. Niedermayer 2009: 39f.).

Da die meisten Parteiensysteme heutzutage ein mehrdimensionales Konfliktmuster aufzeigen (vgl. Niedermayer 2009: 42 mit sehr viel weiterer Literatur) ist es daher grundsätzlich Sinnvoll über die Anwendbarkeit eines eindimensionalen „Superissues“ erst nach einer Untersuchung der spezifischen Konfliktlinien zu entscheiden (vgl. ebd.: 44).

II.2.1.4. Der Einfluss der Sozialisation auf politische Einstellungen und Bindungen

Die Annahme von Campbell et al. (1960: 134-167), das die Individuen ihre parteipolitischen Orientierungen im Verlauf ihrer Primärsozialisation , vermittelt insbesondere vom Elternhaus, erwerben, lässt sich einerseits theoretisch durch gleichgerichtete Postulierungen des mikrosoziologischen Ansatzes (vgl. Lazarsfeld et al. 1944 sowie Kapitel .I.A.) stützen und andererseits beispielsweise durch Ergebnisse von Greenstein (1965) oder Hess & Torney (1967) empirisch unterfüttern[50]. Diese ersten diffusen, instabilen und stark affektiv geprägte Einstellungen zu der Welt der Politik entstehen dabei parallel zu allgemeinen Werthaltungen (vgl. Bürklin 1984; Beck 1975; Bürklin & Klein 1998: 101f.; Kapitel II.2.1.2.).

Während der Sekundärsozialisation treten Gleichaltrige, Schule und Massenmedien als zentrale Instanzen der politischen Sozialisation hinzu (vgl. z.B. Hyman 1959; Neller 2002; Schorb 2003; Shah 2008; Beck & Jennings 1975; Tedin 1980). Geht dabei von diesen hinzutretenden Sozialisationsinstanzen gegenüber den Bisherigen eine konsonante (dissonante) Wirkung aus, ist mit einer Stabilisierung (Abschwächung) der ursprünglichen Orientierung zu rechnen, wobei zusätzlich davon auszugehen ist, dass die relative Stärke des Einflusses des Elternhauses gegenüber Gleichaltrigen und Medien im Lebenszyklus grundsätzlich nachlässt (vgl. z.B. Niemi & Jennings 1991; Schoen & Weins 2005: 211). Im Allgemeinen ist jedoch davon auszugehen, dass von Altersgenossen und Schule eine eher unpolitische bzw. politisch unspezifische Orientierung ausgeht, wogegen insbesondere den Massenmedien eine entscheidendere Bedeutung für die politische Meinungsbildung und zur Entwicklung eines individuellen Einstellungssystems zukommen sollte (vgl. Bürklin 1984; Beck 1975; Bürklin & Klein 1998: 101f.). Die klassischen Sozialisationsinstanzen rücken dabei in eine Vermittlerrolle, wobei insbesondere das familiäre „Anregungsmilieu“ und hierbei speziell das elterliche Mediennut-

[50] Niemi & Jennings (1968, 1974, 1981) demonstrierten zudem im Eltern-Kind-Panel, das Parteiidentifikationen erfolgreicher vererbt werden als Issue- oder Kandidateneinstellungen. Zudem können Parteibindungen auch alternativ aus fortlaufenden Wahrnehmungen über die Parteien unabhängig vom Elternhaus entwickelt werden (vgl. z.B. Niemi & Jennings 1991). Des Weiteren konnte in international vergleichenden Studien gezeigt werden, dass in Ländern mit stabilen und ideologisch stark polarisierten Parteisystemen die Vererbung von Parteiidentifikationen erfolgreicher verläuft (vgl. Schoen & Weins 2005: 211).

zungsverhalten sich auf die politische Mediennutzung und damit dem Erwerb von politischem Wissen und der Entwicklung politischer Einstellungen ihrer Kinder auswirkt. Ebenso regen politische Diskussionen im sozialen Nahbereich die Suche nach politischen Informationen über die Massenmedien an, welche wiederum in Folgediskussionen integriert werden können (Chaffee, McLeod & Atkin 1971; Rosengren & Windahl 1989: 191ff.; Theunert & Schorb 1995: 212ff.; Schorb 2003). Im Ergebnis sollten so in dieser Lebensphase jene Kinder, die politisch interessierten und diskussionsfreudigen Elternhäusern entstammen, am ehesten eine stabile parteipolitische Orientierungen aufweisen. Bis in das junge Erwachsenenleben sollten sich das politische Weltbild sowie die parteipolitischen Orientierungen dann soweit auskristallisiert haben, dass einerseits neue – und hierunter insbesondere dissonante – Informationen nur noch selektiv aufgenommen und integriert werden und andererseits konsonante Ereignisse die Intensität und Stabilität dieser Orientierungen nur noch mit abnehmenden Zuwachsraten steigern (vgl. Bürklin 1984; Beck 1975; Bürklin & Klein 1998: 101f; Schoen & Weins 2005: 212; Jennings & Markus 1984; Jennings 1989).

Ebenso dürfen auch die Zustände und Entwicklungen auf der gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Makroebene nicht ignoriert werden, wenn es um die Herausbildung und Veränderung von politisch relevanten Einstellungen geht (vgl. Kapitel I.B.2.). So könnten beispielweise einschneidende historische Ereignisse (z.B. der 2. Weltkrieg, Nachkriegszeit) sowie Phasen hoher politischer Mobilisierung (z.B. 68er-Revolte, Wiedervereinigung) und/oder (die daraus resultierenden) persönlichen sozio-ökonomischen Verhältnisse für größere Bevölkerungsschichten (Wirtschaftswunder, Armut, Arbeitslosigkeit) einen kollektiven und nachhaltigen *Generationeneffekt* bei jener Alterskohorte hinterlassen, welche sich zu dieser Zeit in der *formativen Phase* ihres Lebenszyklus befindet[51]. Angehörige einer solchen Alterskohorte könnten man dann mit Karl Mannheim (1928) auch als „*politischen Generation*“ bezeichnen. Ebenso können aus der gegenwärtigen Lebensphase bzw. dem Übertritt in neue Lebensphasen (Eintritt ins Berufsleben, Heirat, Familiengründung, Ruhestand), welche alle Gesellschaftsmitglieder gleichermaßen erleben bzw. durchlaufen, homogenisierende Ein-

[51] Zum Ausdruck käme ein solcher Effekt dadurch, dass Angehörige einer bestimmten Alterskohorte sich bezüglich ihrer Einstellungen und Verhaltensweisen zeitlebens von ihren jüngeren respektive älteren Mitmenschen unterscheiden (vgl. Arzheimer 2006: 217).

flüsse auf deren Einstellungen und Verhaltensweisen erwachsen. In diesem Fall spräche man von einem *Lebenszykluseffekt*[52].

Des Weiteren kann von relevanten oder sogar dramatischen politischen Ereignissen, welche sich zu bzw. über einen gewissen Zeitpunkt bzw. –Raum abspielen, ein sogenannter *Periodeneffekt* auf Einstellungen und Verhaltensweisen von allen Gesellschaftsmitgliedern ausgehen, welcher sich dann mit wachsendem Abstand zum betreffenden Ereignis wieder abbaut (vgl. Arzheimer 2006: 217f.).

Aufbauend auf solchen Überlegungen, leiten Bürklin und Klein (1998: 104) eine dreiteilige Wählertypologie ab, welche zwar empirisch nicht überprüft ist, jedoch einerseits einen theoretischen Erklärungsbeitrag liefert, warum insbesondere ansozialisierte Parteibindungen im intergenerationellen Vergleich nicht die vom mikrosoziologischen Modell postulierten Stabilitäten aufweisen und andererseits den theoretischen Brückenschlag zum nächsten Abschnitt bezüglich der Bedeutung von Parteibindungen für makroanalytische Betrachtungen ermöglichen.

Die erste Wählergeneration erwirbt hiernach ihre Parteibindung im jungen Erwachsenenalter in einem Umfeld von hoher politischer Mobilisierung, welche auch zu einer Neugruppierung des Parteiensystems führt. Die Stabilität und Intensität dieser Parteibindung ist bei dieser Wählergeneration am höchsten und wird daher auch am erfolgreichsten an die nächste Generation weitersozialisiert. Die Kinder dieser Mobilisierungsgeneration erwerben über die familiäre Sozialisation eine Parteiidentifikation, die zwar weniger durch eigene Erfahrungen geprägt – und daher mutmaßlich auch eher intellektuell als affektiv unterfüttert – ist, aber trotzdem noch eine hohe Stabilität aufweist. Die Enkelgeneration, die ihre politische Prägung bereits in einem von pragmatischer Politik gezeichneten Umfeld erlebt, ist dagegen bereits relativ resistent gegenüber politisierten gesellschaftlichen Konflikten sowie traditionellen familiären Parteipräferenzen, da die entsprechenden Initialisierungs- und Verstärkungsmechanismen nicht stattgefunden haben. Sie können daher bei einer entsprechenden Themen- und Kandidatenkonstellationen auch von Parteien angesprochen werden, bei denen es sich nicht um die Traditionspartei des Eltern- und Großelternhauses handelt.

[52] Läge ein solcher Effekt in Reinform vor, würde sich dies dadurch zum Ausdruck kommen, dass sich politische Einstellungen und Verhaltensweisen ausschließlich von der gegenwärtigen Lebensphase des Individuums ableiten würden (vgl. Arzheimer 2006: 217).

Relevant werden diese Überlegungen im Hinblick auf langfristige tendenzielle Entwicklungen des Stärkeverhältnisses der kurz- und langfristigen Determinanten auf der Mikroebene einerseits sowie der Anzahl und der Verteilung von gleichgerichteten Parteibindungen, ideologischen Einstellungen und/oder gesellschaftlicher Werteorientierungen auf der Aggregatebene andererseits. Schließlich ergeben sich hieraus wichtige Implikationen für den parteipolitischen Wettbewerb, da in historischen Phasen hoher politischer Mobilisierung ideologische, werthaltige und/oder parteipolitische Positionen höchstwahrscheinlich wichtiger sind als Personen. Ebenso hätten langfristige Veränderungen in der Verteilung von gleichgerichteten ideologischen, wertmäßigen oder parteipolitischen Orientierungen im Gesamtelektorat, Implikationen auf das potenzielle Stamm- und Wechselwählerpotenzial, welches die konkurrierenden Parteien bei Wahlen jeweils mobilisieren bzw. erreichen können.

II.2.1.5. Langfristige politische Orientierungen aus der Makroperspektive – Von der „Normal Wahl“ und der Klassifizierung von Wahlen über Dealignment und Realignment zum Macro-Partisanship in Österreich und Deutschland

Betrachtet man langfristige politische Orientierungen – und hierbei im Speziellen die eng gefassten Parteiidentifikationen (und zwar zunächst einmal unabhängig davon, ob es sich hierbei um originäre oder abgeleitete Parteibindungen handelt, (vgl. Kapitel II.2.1.1.)) – aus der Makroperspektive, dann interessieren zuerst einmal im Wesentlichen (1) die Anzahl und (2) die Verteilung gleichgerichteter Parteibindungen, da sich hieraus die offensichtlichsten langfristigen Implikationen für den politischen Wettbewerb sowie die Form des Parteiensystems[53] ergeben.

Das Interesse gilt hier also den (potenziellen) „Stammwählerschaften“ der politischen Parteien. Hierbei gilt, dass je größer der Anteil solcher Stammwähler an einer Gesamtwählerschaft ist, umso geringer logischerweise das Volatilitätspotenzial der Wahlergebnisse wird, die dieses Elektorat bei Wahlen hervorbringen kann. Die relative Größe dieser Stammwählerschaften zueinander sollte sich wiederum im jeweiligen Parteiensystem des betreffenden Landes wiederspiegeln. Jene Wähler ohne feste Parteibindung bilden dagegen das potenziel-

[53] Ein Parteiensystem stellt dabei nach Sartori (1976:44) das System jener Beziehungen dar, welche sich aus dem Parteienwettbewerb ergeben. Veränderungen im Parteiensystem können dabei nach Smith (1989) die Konsequenz von Veränderungen (1) im Verhalten der Parteien zu einander (2) der politischen Institutionen und schließlich (3) dem Wahlverhalten sein.

le Wechselwählerpotenzial um welches die Parteien von Wahl zu Wahl mit entsprechenden Personen und Themen neu konkurrieren müssten.

Um die Größen solcher „Stammwählerschaften“ zu ermitteln würde sich dementsprechend die Messung über das in Kapitel II.2.1.1. vorgestellte Instrumentarium für die Parteiidentifikation anbieten. Ein wesentliches Problem stellt sich hierbei jedoch nach Ansicht zahlreicher Autoren (vgl. z.B. Kepplinger & Maurer 2005) darin, dass bei der Erhebung dieser Parteibindungen immer wieder die Gefahr besteht, dass Probanden, im Rahmen einer Befragung ihre langfristige Parteibindung an ihre gegenwärtige Wahlabsicht anpassen oder dass tatsächlich vorhandene Parteibindungen verschwiegen werden, wenn die betreffende Partei in der aktuellen Situation einem negativen Meinungsklima ausgeliefert ist. Kurzum: Möchte man langfristige Konstellationen hinsichtlich parteipolitischer Loyalitäten und die sich hieraus ableitenden Implikationen für den parteipolitischen Wettbewerb und/oder die langfristigen Entwicklungen des Parteiensystems sinnvoll untersuchen, muss folglich nach einer Möglichkeit gesucht werden um langfriste und kurzfristige Effekte auf die aktuelle Parteipräferenz zumindest approximativ zu trennen.

Ein möglicher Weg um diese erhebungstechnische Problematik zu umgehen bzw. die hierdurch zunächst entstehenden Verzerrungen zu glätten, bestünde darin, die Größenverhältnisse der einzelnen Stammwählerschaften über das von Converse (1966) entwickelte Normal-Wahl-Konzept zu ermittelt und so das Gebiet für weitere theoretische Überlegungen fruchtbar zu machen.

a.) Das Konzept einer „Normal Wahl“

Bei dem Konzept einer „*normal vote*“ handelt es sich im Kern um ein hypothetisches Konstrukt, welches Erkenntnisse über die latenten Parteistärken bei empirischen Wahlen liefern soll, bei denen keine Partei durch die Wirkung von kurzfristigen Einflüssen per Saldo einen Vor- oder Nachteil gegenüber einer Mitbewerberin erfahren hat. Für die Analyse einer solchen Normalwahl ist daher die Entwicklung der Distribution von Parteiidentifikationen im Zeitverlauf entscheidend. Diese Verteilung muss dabei keine absolute Stabilität aufweisen; wichtig ist stattdessen, dass sie gegenüber der Wahlabsicht eine höhere Stabilität aufweist und nicht von den gleichen wahlspezifischen Faktoren beeinflusst wird (vgl. Converse 1966; sowie Pappi & Shikano 2002: 466 & 462).

Konkret wird dabei eine hypothetische Stimmenverteilung auf Basis der Verteilung der Parteiidentifikationsgruppen über einen längeren Zeitraum errechnet[54] und einem tatsächlichen Wahlergebnis gegenübergestellt[55]. Der Vorteil des Normalwahl-Ergebnisses gegenüber anderen empirischen Wahlergebnissen als Vergleichsmaßstab liegt dabei insbesondere darin, dass das Normalwahl-Ergebnis nicht von den kurzfristigen Einflüssen durch Themen und/oder Kandidaten berührt ist[56] (vgl. Schoen & Weins 2005: 219). Aus der Abweichung eines Empirischen vom Normal-Wahl-Ergebnis lässt sich daher per Saldo der Einfluss bestimmen, welcher von den beiden kurzfristigen Determinanten im Michigan-Modell (vgl. z.B. Boyd 1972; Brody & Page 1972; Miller et al. 1976; Falter & Rattinger 1983) sowie von politischer Kommunikation insgesamt ausgegangen sein muss.

b.) Klassifizierung von Wahlen anhand des Normalwahl-Ergebnisses

Die Gegenüberstellung von empirischen und Normal-Wahl-Ergebnissen ermöglicht nun beispielsweise eine historische Einordnung von empirischen Wahlen im Sinne von Key (1955, 1959), Campbell et al. (1960: 531-538), Converse (1966: 63-77) und Pomper (1967: 535-538). Vergleicht man nämlich das Normalwahl-Ergebnis mit einem tatsächlichen Wahlausgang und überprüft ob (1) in der empirischen Wahl jene Partei bzw. Parteienkoalition die Wahl gewonnen hat, welche auch auf Basis des Normalwahl-Ergebnisses die Mehrheit besitzen würde und (2) ob sich nach der Normalwahl-Verteilung die Mehrheitsverhältnisse zwischen den Parteien bzw. Lagern verändert haben, lassen sich vier mögliche Kategorien von Wahlen ableiten:

1. *Maintaining elections*: Sieg der regierenden Partei(enkoalition) bei der empirischen Wahl und stabile Mehrheit in der Normalwahl.
2. *Deviating elections*: Niederlage der regierenden Partei(enkoalition) bei der empirischen Wahl trotz stabiler Mehrheit im Normalwahl-Ergebnis.

[54] Die Stichprobe wird dabei zunächst unterteilt nach starken und schwachen Parteiidentifizierern um die Wahrscheinlichkeit der Wahlbeteiligung und die Partei-Anteile in diesen Gruppen zu ermitteln. Das Normal-Wahl-Ergebnis resultiert dann aus den gemittelten Ergebnissen der Partei-Anteile für jede Gruppe über mehrere Wahlen bzw. Befragungszeitpunkte hinweg (vgl. z.B. Bürklin & Klein 1998: 70-71; Miller 1979; Rattinger 1998).

[55] Ebenso wäre auch eine Berechnung auf Basis der der so genannten Cleavage-Gruppen (Pappi & Shikano 2002) möglich.

[56] Dies gilt unter der Annahme, dass die kurzfristigen Einflüsse von zufälliger Natur sind sich auf lange Sicht gegenseitig aufheben (vgl. Dobson & St. Angelo 1975).

3. *Converting elections*: Sieg der regierenden Partei(enkoalition) trotz Mehrheitsverlustes im Normalwahlergebnis.
4. *Realigning elections*: Niederlage der regierenden Partei(enkoalition) und Mehrheitsverlust nach dem Normalwahlergebnis.

Nach dieser Klassifikation hätten wir es demnach im ersten Fall mit einer Wahl zu tun, bei der es zu keinen gravierenden Abweichungen der kurzfristigen Faktoren von der langfristigen Parteiidentifikation im Aggregat kommt, während bei den Fällen (2) und (3) die kurzfristigen Einflüsse einmal zum Nachteil (2) und einmal zum Vorteil (3) der Regierungspartei(en) den Ausschlag für das tatsächliche Wahlergebnis gegeben haben. Im vierten Fall kann man schließlich von einem Wechsel der Parteibindung seitens nennenswerter Wählerschichten ausgehen, welche unter Umständen eine neue Regierungs-Ära einer anderen Partei(en-Koalition) begründen könnte.

Als Auslöser für die Fälle (2) und (4) kämen dabei beispielsweise gravierende gesellschaftliche Probleme infrage, welche den vorangegangenen Wahlkampf beherrscht haben. Im Fall (2) würde sich nach der Lösung eines solchen gesellschaftlichen Problems die ursprüngliche Ausgangssituation wieder einstellen. Gleiches wäre der Fall, wenn statt einem dominanten Wahlkampfthema ein (un-)populärer Spitzenkandidat der Oppositions-(Mehrheits-)Parteien Auslöser für einen *swing* bestimmter Wählersegmente war, welcher sich in einer anderen Kandidatenkonstellationen bei der Folgewahl nicht wiederholen würde (vgl. z.B. Brettschneider 2002b: 54f.).

Wie häufig und wie massiv die Fälle (2) bis (4) dabei historisch vorkommen, hängt also letzten Endes größtenteils davon ab, wie zahlreich und stabil die Parteibindungen im Aggregat ausfallen. Im Umkehrschluss erhöhen eine sinkende Anzahl und/oder eine nachlassende Intensität von Parteibindungen im Elektorat das Einflusspotenzial von kurzfristigen Themen- und Kandidateneinflüssen (vgl. z.B. Wattenberg 1991: 29-30) und damit die potenzielle Volatilität von Wahlergebnissen[57]. Ebenso ergeben sich nachhaltige Implikationen auf das Parteiensystem, wenn sich bestimmte Bevölkerungssegmente, beispielsweise aufgrund einer neu-

[57] Ebenso begünstig der quantitative Rückgang von Parteibindungen eine zunehmende Wechselhaftig- und Unberechenbarkeit der öffentlichen Meinung, ein steigendes Wechselwähler-, Stimmensplitter- und taktisches Wählerpotenzial, eine sinkende Wahlbeteiligung (vgl. z.B. Aitkin 1985: 75; Rose & McAllister 1986: 159, 163; Schoen 2000a, 2003) sowie einem steigenden Anteil an „late deciders“ (vgl. z.B. Dalton 1984: 280; Wattenberg 2000). Zudem wird das Parteiensystem offener und instabiler und die Chancen für neue Parteien auf Erlangung parlamentarischer Präsenz steigen (vgl. z.B. Converse & Dupeux 1962; Dalton et al. 2000: 39-42).

en oder veränderten gesellschaftlichen Konfliktkonstellation (vgl. Kapitel I.B.3.), der Vernachlässigung oder Aufkündigung ihrer Interessenvertretung seitens ihrer bisherigen Koalitions- bzw. Identifikationspartei, dem Eintritt neuer Politikanbieter in den politischen Wettbewerb oder der Programmänderung bzw. –Erweiterung seitens bestehender Politikanbieter, von ihrer bisherigen Stammpartei abwenden und gegebenenfalls eine neue Identifikation zugunsten einer anderen Partei entwickeln (Fall 4).

Solche Prozesse werden gemeinhin als *Dealignment* bzw. *Realignment* bezeichnet und verdienen im Folgenden nicht zuletzt aufgrund der im Kapitel I.B.2. beschriebenen gesamtgesellschaftlichen Veränderungsprozesse (Individualisierung, Wertewandel, Säkularisierung, Wandel der Erwerbsstruktur, Wirtschaftswachstum, Wohlfahrtsstaat, Bildungsexpansion) besondere Beachtung. Da sich – den Ausführungen der Kapitel I.B. sowie II.2.1.1. & II.2.1.2. folgend – Parteiidentifikationen (auch) zu großen Teilen aus ideellen und materiellen Interesselagen *ableiten* (bzw. mit diesen zumindest nicht in Widerspruch stehen sollten), welche wiederum im Zweifel als persistenter angenommen werden können als die Parteibindungen, wäre eine Veränderung des Normalwahl-Ergebnisses durch Dealignment- und Realignment-Prozesse letztlich (auch) die Konsequenz einer Veränderung der Verteilung von strukturellen und kulturellen Prädispositionen in einer Population.

c.) Realignment- und Dealignment-Prozesse

Eine Möglichkeit, wie ein sogenanntes „*stable alignment*“ – also eine stabile Verteilung von Parteiidentifikationen in einem Elektorat – denkbar verlassen werden könnte besteht darin, dass die Häufigkeit von Parteibindungen innerhalb eines Elektorats insgesamt sinkt. Hierbei würde es sich um das Phänomen des *Dealignment* (vgl. z.B. Inglehart & Hochstein 1972) handeln. Dieses könnte man im Hinblick auf die Ursache weiter differenzieren in entweder ein *ökologisches Dealignment* oder ein *sektorales Dealignment.* Ersteres ergibt sich dabei aufgrund von sozialstrukturellen Veränderungsprozessen (z.B. Tertiarisierung oder Säkularisierung), welche zur quantitativen Verringerung bestimmter Bevölkerungsgruppen (z.B. der Arbeiterschaft oder den kirchennahen Katholiken) führen, die aufgrund ihrer spezifischen materiellen oder ideellen Interessenlagen einer bestimmten (Koalitions-)Partei (SPD/SPÖ bzw. CDU/CSU/ÖVP) traditionell überproportional zuneigten. Unter der zweiten Variante wäre dagegen zum Einen, die allgemeine Auflösung der politisierten Sozialstruktur, also der Lösung der sozialstrukturellen Verankerung von Parteien in den klassischen gesellschaftli-

chen Konfliktlinien-Konstellationen (vgl. Gluchowski & Wilanowitz-Moellendorf 1997), zu verstehen. Zum Anderen lässt sich unter dieses *Dealignment im engeren Sinne* allgemein jener Vorgang subsummieren, dass Individuen ihre langfristigen und affektiven Identifikationen zugunsten einer spezifischen politischen Partei entweder aufgeben oder dass sich ihre vorhandenen Parteibindungen abschwächen, wobei die Auslöser hierfür auch von einzelnen Parteien und/oder Politikern sowie von den Politikanbietern insgesamt selbst verschuldet sein können. Genannt seien dabei insbesondere politische Skandale, Regierungsversagen oder mangelnde programmatische Unterscheidbarkeit (vgl. Dalton & Rohrschneider 1990: 301f.; Crewe et al 1977: 148-183; Clarke & Stewart 1984: 699-715; Clarke et al. 1997: 304-313.). Desweiteren kann unter dieser Form des Dealignments eine allgemeine Distanzierung vom klassischen Parteienmenu subsummiert werden, welche wiederum eine mangelnde Repräsentation der Wähler durch das bestehende Parteiangebot impliziert und damit auch dessen Legitimität in Zweifel zieht (vgl. ähnlich Wattenberg 1996). Empirisch würden sich Dealignmentprozesse in der Weise zeigen, dass Parteiidentifikationen in einem Elektorat entweder (1) quantitativ (zahlenmäßig) und/oder (2) qualitativ (intensitätsmäßig) schwinden und/oder (3) an Stabilität einbüßen und/oder (4) ihre Prägekraft für das Wahlverhalten verlieren (vgl. Zelle 1994: 47).

Eine zweite Möglichkeit, welche eine langfristige Veränderung der parteipolitischen Kräfteverhältnisse als Konsequenz haben kann, stellt der Prozess des *Realignments* dar. Hierbei wenden sich bestimmte Bevölkerungssegmente – beispielsweise aufgrund von veränderten gesellschaftlichen Konfliktkonstellationen – von ihrer bisherigen Identifikationspartei ab und entwickeln eine neue Identifikation zugunsten einer anderen Partei (vgl. z.B. Converse 1975: 145; Beck 1979, 1986a: 265, 1986b: 264f.). Nach Maßgabe der Geschwindigkeit mit der sich ein solcher Wechsel der Parteiidentifikation innerhalb bestimmter Wählergruppen vollzieht, spricht Key (1959) entweder von einem *critical realignment*, bei dem sich dieser Prozess abrupt, beispielsweise infolge einer gravierenden sozialen, politischen oder ökonomischen Krise, vollzieht oder einem *secular realignment*, bei dem sich dieser Vorgang über einen längeren Zeitraum abzeichnet.

d.) Zyklische politische (Neu-)Gruppierungen im Parteiensystem oder anhaltendes Dealignment?

Zahlreiche Autoren (vgl. z.B. Crewe & Thomson 1999; Beck 1974, 1979; Bürklin 1984; Bürklin & Klein 1998: 104ff.) betrachten (*stable) alignment* sowie *Dealignment* und *Realignment*-Prozesse dabei nicht als Zustände bzw. Entwicklungen, welche sich mehr oder weniger zufällig aneinander anschließen können, sondern ganz konkret in der Gestalt eines widerkehrenden Zyklus, der in gewissen zeitlichen Abständen immer wieder eine Neugruppierung des Parteiensystems zur Folge hat.

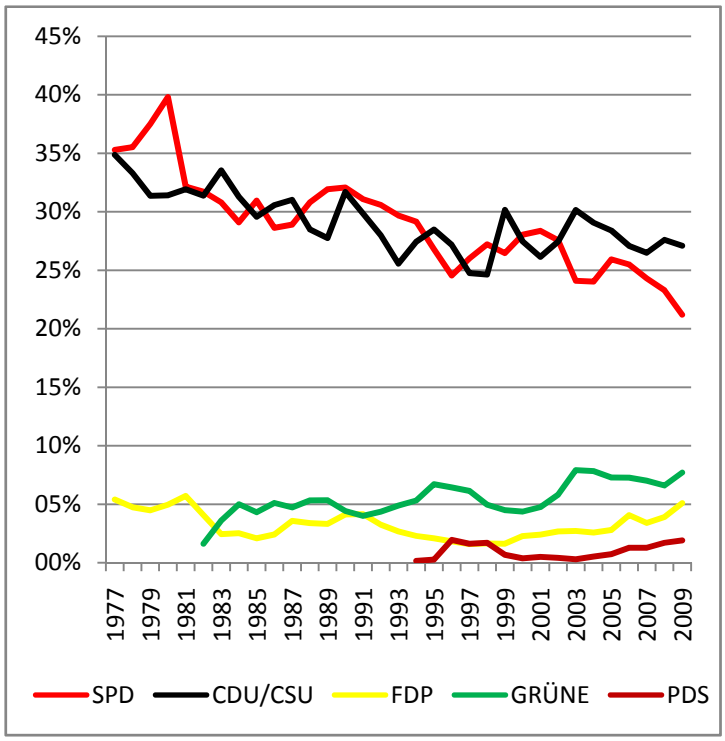
Dieser Zyklus beginnt dabei mit einem *Realignment*, welches aus einer gesellschaftlichen Konfliktsituation heraus ein Allianz-System von bestimmten Bevölkerungssegmenten und politischen Parteien hervorbringt. Hierbei sollte insbesondere die „Mobilisierungsgeneration“ (vgl. Kapitel II.2.1.4.) stabile und intensive Parteibindungen ausbilden und dazu beitragen, dass sich diese Wähler-Parteien-Koalitionen zu einem *stable alignment* entwickeln. Im Zeitverlauf büßen jedoch die diesen Koalitionsbildungen zugrundeliegenden Konflikte an Bedeutung für den parteipolitischen Wettbewerb ein (vgl. z.B. Sundquist 1973; MacDonald & Rabinowitz 1987), woraufhin insbesondere die in zeitlichem Abstand zum mobilisierenden Konflikt politisch sozialisierten Personen („Kinder- und Enkelgenerationen“; vgl. Kapitel II.2.1.4.) ihre Parteiidentifikationen (sofern sie überhaupt noch eine solche entwickelt haben) aufgeben (vgl. Converse 1975: 138-144; Carmines et al. 1987; Miller & Levitin 1976: 287-190). Innerhalb des Gesamtelektorats verringert sich daher das quantitative Ausmaß an Parteiidentifikationen, womit der Prozess des *Dealignments* eingetreten wäre. Dieser vollzieht sich so lange bis ein neuer gesellschaftlicher Großkonflikt bei den parteipolitisch nicht mehr bzw. noch nicht gebundenen Personen eine Mobilisierung zugunsten einer politischen Partei evoziert (vgl. Beck 1979: 131-132; Flanagan & Dalton 1984: 8-13; Carmines 1991; Carmines & Stimson 1981, 1986, 1989, 1993 sowie Schoen & Weins 2005: 221-222)

Historisch müssten demnach auf eine *realigning election* zunächst zahlreiche *maintaining elections* folgen bevor es entweder über eine *deviating election* oder eine *converting election* wieder zu einer *realigning election* kommt, welche wiederum den Beginn eines neuen Zyklus markieren würde (vgl. auch Beck 1974; Bürklin 1985 sowie Bürklin & Klein 1998: 104-105). Für das Verhältnis innerhalb der Determinanten-Trias des Michigan-Modells würde dies wiederum bedeuten, dass sich auf lange Sicht, eine spiegelbildliche und wellenförmige Zu-und Abnahme der Effekte der langfristigen Parteiidentifikation einerseits sowie den kurzfristigen Themen- und Kandidatenorientierungen andererseits beobachten lassen sollte. Auf der Ebe-

ne des politischen Wettbewerbs sollte dies wiederum zu einem langfristigen Wechselspiel zwischen emotionaler und rationaler Politik führen (vgl. Bürklin & Klein 1998: 105).

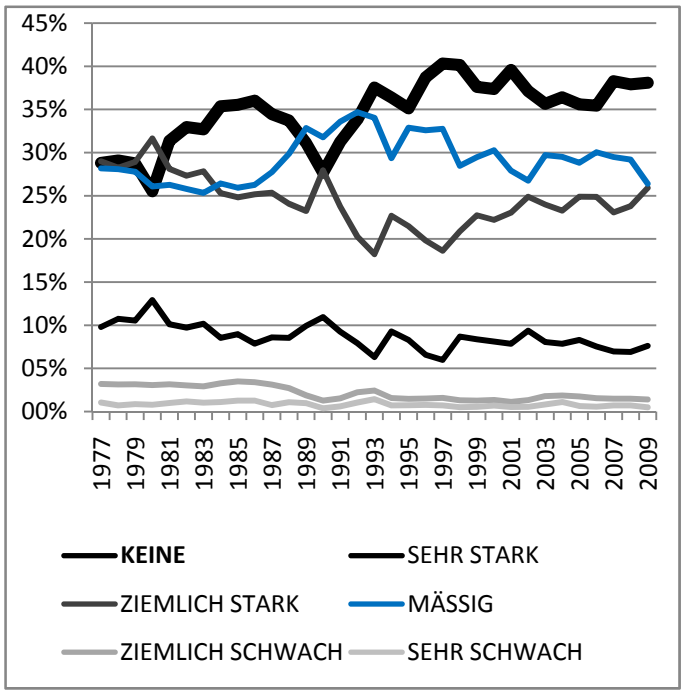
Gegen diese Zyklus-Theorie sprechen jedoch empirische Erkenntnisse, die für die meisten westlichen Demokratien eine anhaltende Dealignment-Phase diagnostizieren (vgl. z.B. Holmberg 1994; Clarke & Stewart 1998; Dalton 2000; Schmitt & Holmberg 1995), welche mit dem sinkenden Nutzen einer Parteiidentifikation für den Wähler (vgl. Dalton 1984b, 1996, 2000: 31-34; Dalton et al. 1984: 460-462; Flanagan & Dalton 1984; Inglehart 1990: 366; Dalton & Wattenberg 2000: 10-11; Burnham 1970, 1974: 714; Schmitt-Beck & Schrott 1994) infolge der gesellschaftlichen Modernisierungsprozesse (vgl. Kapitel I.B.2.) begründet wird.

Abbildung 1: Parteiidentifikationen in West-Deutschland 1977-2009 (Politbarometer, kumulierte Jahresdatensätze)



Im Falle von Deutschland und Österreich lassen sich hinsichtlich der Entwicklung des jeweiligen *macro-partisanships* unterschiedliche Befunde diagnostizieren: So reduzierte sich seit den späten 1970er Jahren der Anteil der Westdeutschen Wähler mit bekundeter Parteibindung von ca. 80 auf zwischenzeitlich ca. 65%. Betroffen hiervon ist insbesondere die SPD, welche seit der letzten Hochmobilisierungsphase um die Bundestagswahl 1980 fast die Hälfte ihrer Anhänger verloren hat. Profitiert haben hiervon – wenn man sich die Spiegelbildlichkeit der Parteikurven in Abbildung 1 betrachtet – Bündnis ´90/Die Grünen sowie die PDS bzw. die LINKE. Ebenso verlor die CDU/CSU während der Regierungszeit von Helmut Kohl (1982-1998) knapp ein Drittel ihrer Anhänger. Nach dem Verlust der Regierung bekannten sich jedoch plötzlich wieder gut 5 Prozentpunkte mehr zur Union. Seither schwankt ihr Wert zwischen 27,5 und 30%. In die Regierungszeit von Helmut Kohl fällt auch insgesamt der Größte Teil des Dealignments, welches summa summa-

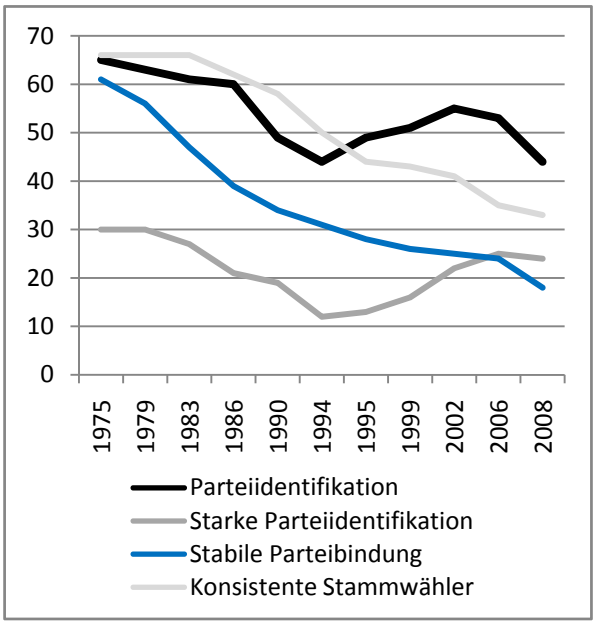
Abbildung 3: Stärke der Parteiidentifikationen in West-Deutschland 1977-2009 (Politbarometer, kumulierte Jahresdatensätze)



rum hauptsächlich zu Lasten der großen Volksparteien ging, während seit Ende der 1990er Jahre Stabilisierungstendenzen erkennbar sind (vgl. Abbildung 1).

Bis dahin betraf der Rückgang an Parteibindungen insbesondere die starken und sehr starken Parteiidentifikationen. Diese schwächten sich zum Teil zu mäßigen Parteibindungen ab, während der Rest verloren ging. Während der ersten Amtszeit der Regierung Schröder (1998-2002) scheinen sich hingegen zahlreiche Mäßige wieder zu stärkeren Parteibindungen stabilisiert zu haben. Ebenso steigerte sich auch wieder das *macro-partisanship* insgesamt (vgl. Abbildung 2). Dies betraf jedoch nicht alle Parteien gleichermaßen, so konnte insbesondere die Union gut 6 und die Grünen rund 2 Prozent an Anhängern (zurück-)gewinnen. Während der Regierung Schröder II (2002-2005) blieben die Verhältnisse weitgehend stabil, während sich unter der Regierung Merkel I (2005-2009) – also der ersten großen Koalition auf Bundesebene seit 1969 – ein weiterer Dealignment-Schub zu Lasten der SPD einsetzte, welche insbesondere mäßige Parteianhänger verlor.

Abbildung 2: Parteiidentifikation in Österreich (GfK+Fessel, Daten aus Plasser & Seeber 2010: 282)



Als auffallendes Charakteristikum ist hierbei insgesamt hervorzuheben, dass offensichtlich in Phasen hoher politischer Mobilisierung, also in einem politischen Umfeld, das durch gesteigerte Konfliktintensität, ideologische Polarisierung und affektiv konnotierte Streitthemen geprägt ist, wie es beispielsweise die Wahlen 1980 und 1990 darstellten, Men-

schen eher dazu bereit sind, eine affektive Bindung zu einer Partei zu entwickeln (bzw. ein solches Bekenntnis abzugeben) als in Zeiten politischer Harmonie, welche sich durch inhaltliche Annäherung und/oder Verzicht bzw. Unfähigkeit der Parteien zur pointierten Auseinandersetzung um politische Positionen auszeichnen (vgl. auch Gluchowski & Plasser 1999: 23f.).

Dieser Zusammenhang zwischen der Intensivität des Parteienwettbewerbs und der Identifikationsbereitschaft der Wähler mit einer politischen Partei zeigt sich grundsätzlich auch in Österreich, wo sich jedoch der Verfall affektiver Parteibindungen insgesamt in grob drei Schüben vollzog, denen jeweils verschiedene Ursachen zugeschrieben werden können. So zeichnete sich zwischen Ende der 1960er und Ende der 1970er Jahre zunächst im Zuge der Tertiarisierung der Erwerbsstruktur ein *strukturelles Dealignment* ab, welches insbesondere zum Verlust zahlreicher weniger starker Parteibindungen bei weitgehender Konstanz der starken Parteibindungen führte. Dieser – im Vergleich zu den späteren Entwicklungen – langsame Rückgang von Parteiidentifikationen lässt sich dabei als politische Säkularisierung verstehen, welche zwar zu einem graduellen Dealignment auf der Individualebene, jedoch noch nicht zu einen krassen Dealignment auf der Aggregatebene geführt hat. Dennoch wurde aufgrund dieser Entwicklungen der Wechsel zwischen den absoluten Mehrheiten bzw. Alleinregierungen der ÖVP (1966-1970) unter Josef Klaus sowie der SPÖ (1970-1983) unter Bruno Kreisky möglich (vgl. Müller, Plasser & Ulram 1999: 209; Plasser & Ulram 1995: 343). Bis Mitte der 1980er Jahre folgte dann eine Phase des *affektiven Dealignments*, welche infolge einer allgemeinen Politik-, Parteien- und Politikerverdrossenheit (auch aufgrund von Skandalen), Unzufriedenheit mit der Regierung sowie der wachsenden Bedeutung des Konfliktthemas Ökologie zu einer weiter sinkenden Identifikationsbereitschaft mit den politischen Parteien geführt hat. Auf diese Weise ent-stand eine Wählerprotestkultur, welche seit 1986 insbesondere von einer radikal transfor-mierten FPÖ mobilisiert werden konnte. Diese vermochte es erfolgreich durch die Mobilisie-rung vorhandener xenophober Ressentiments, welche erfolgreich in Zusammenhang mit Sozialmissbrauch, Arbeitslosigkeit und Kriminalität gesetzt wurden, ein neues Werte-Cleavage zu eröffnen, bei dem die Grünen sowie das Liberale Forum die Antipoden bildeten. Als weitere begünstigende Voraussetzungen für diese Entwicklungen ist dabei insbesondere auch die Begründung einer zweiten Phase großer Koalitionsregierungen (diesmal) unter SPÖ-Führerschaft (1986-2000) anzuführen. Diese Konstellation ermöglichte es der FPÖ, den Großparteien nun auch deren enttäuschte Kernwähler-

schaften abspenstig zu machen, womit die dritte Dealignment-Phase charakterisiert wäre. So konnten einerseits während der ersten Teil-Phase bis 1990 der ÖVP die Selbständigen sowie die Unternehmer durch den Vorwurf des Verrats an einer nicht-sozialistischen Politik streitig gemacht werden und seit Beginn der 1990er Jahre der SPÖ erfolgreich die Arbeiterschaft abgeworben werden (vgl. Müller, Plasser & Ulram 1999: 209f.). Eine Trendwende im Verfall der Parteibindungen auf der Makroebene setze dann um 1994 ein. Neben der sukzessiven Orientierung (insbesondere) der (jungen) Arbeiterschaft in Richtung FPÖ vollzog sich ein weiteres sektorales Realignment in Form einer gesteigerten Zuneigung jüngerer, gebildeterer Frauen zu den Grünen und dem Liberalen Forum. Schließlich führte die umstrittene Bildung der Regierung aus ÖVP und FPÖ im Jahr 2000 und der damit einhergehenden Polarisierung, Lagerbildung sowie oppositionellen Reflexen zu einem weiteren Anstieg der Identifikationsbereitschaft, welche in ihrer starken Ausprägung sogar an die frühen 1980er Jahre aufschließen konnte (vgl. Plasser, Ulram & Seeber 2007: 168ff.;). Seit der erneuten Bildung einer großen Koalition unter SPÖ-Führung nach der Nationalratswahl 2006 deutet sich jedoch eine erneute Trendumkehr in Richtung Dealignment an (vgl. Abbildung 5).

Für Ost-Deutschland lässt sich über einen Zeitraum von knapp zwei Jahrzehnten zwar kein bedeutender Makro-Trend in Puncto Parteibindungen feststellen, jedoch sind einige Einzelphänomene erwähnenswert. So zeigt sich auch in Ost-Deutschland ein negativer „Hartz-IV-Knick“ bei der SPD von dem insbesondere DIE LINKE profitieren konnte. Dieser Abwärts-Trend für die SPD konnte zwar im Jahr des spektakulären Aufhol-Wahlkampfes von Gerhard Schröder 2005 zu Lasten des Nicht-Identifizierer-Lagers kurzfristig umgekehrt werden, spätestens seit 2007 schlägt dieses Dealignment zu Lasten der SPD jedoch wieder voll zu. Inwieweit sich die die leichten Gewinne für die Kleinpar-

Abbildung 4: Parteiidentifikationen in Ost-Deutschland 1991-2009 (Politbarometer, kumulierte Jahresdatensätze)

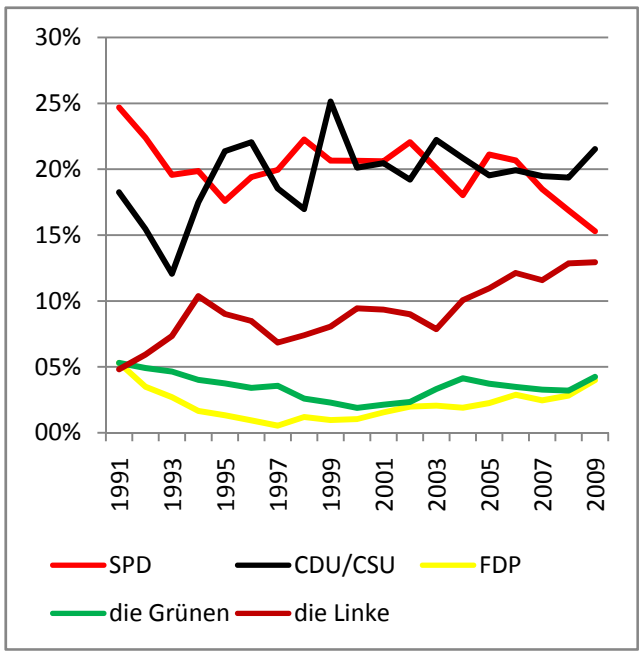
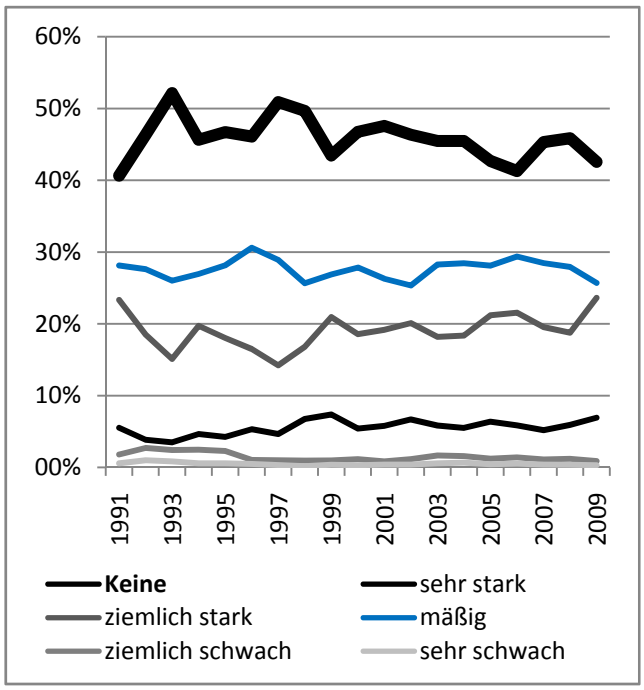


Abbildung 5: Stärke der Parteiidentifikationen in Ost-Deutschland 1991-2009 (Politbarometer, kumulierte Jahresdatensätze)



teien verstetigen werden und ob der etwas stärkere Zugewinn der CDU im Wahljahr 2009 mehr als ein Ausreißer sein sollte, wird abzuwarten sein. Im Ost-West-Vergleich verbleibt dabei ein Gap im *Macro-Partisanship* von ca. 5 bis 10 Prozentpunkten, wobei sich in den letzten Jahren die Entwicklungen in beiden Landesteilen, im Gegensatz zur tendenziell gleichgerichteten Entwicklung in den Jahren zuvor, auf einander zubewegten.

Betrachtet man also die Entwicklung des *Macro-Partisanships* in Deutschland und Österreich mit Schwerpunkt auf den letzten Jahrzehnten, so deutet sich an, dass dieses hinsichtlich seiner Gesamtgröße sowie der Verteilung der einzelnen Parteibin-dungen innerhalb dieses Aggregats wohl eher vom politischen Wettbewerb als von struktu-rellen Entwicklungen auf der Makroebene abhängen. So befördern insbesondere politische „Hoch-Temperatur-Phasen“ den Aufbau bzw. das Bekenntnis zu einer Partei während politi-sche „Kuschel“-Phasen hierfür tendenziell schädlich sind. Besonders gravierende Veränderungen hinsichtlich der Verteilung von Parteibindungen innerhalb eines Elektorats zeigen sich dabei insbesondere dann, wenn Politikanbieter bestimmte politische Positionen, die für die jeweilige Stammwählerschaft in ideologischer und/oder wertmäßiger Hinsicht von hohem sinnstiftenden und/oder symbolischen Charakter sind aufgeben und gegebenenfalls sogar die Position des jeweiligen politischen bzw. ideologischen Hauptgegners übernehmen ohne das diese neue Position vorher im Sinne der eigenen Ideologie neu „eingekleidet“ – also gedeutet – wurde. Das Paradebeispiel stellt hierbei insbesondere der jüngste Nieder-gang der deutschen SPD dar, welche infolge ihrer „Agenda-2010“-Politik einen spürbaren Aderlass in Richtung WASG bzw. der heutigen LINKEN verkraften musste.

In Österreich zeigt sich dagegen prototypisch das Problem, das immanent von Großen Koalitionen ausgeht: Nämlich die Vernachlässigung der Stammwählerschaften der großen Koaliti-

onspartner, welche daraufhin – ein entsprechendes Angebot vorausgesetzt – politisch fremd gehen. So vermochten es während der zweiten Periode großer Koalitionen (1986-2000) weder die ÖVP ihre marktwirtschaftlich orientierten Stammwähler noch die SPÖ die Arbeiterschaft mit entsprechenden Angeboten – und sei es nur symbolisch – bei Laune zu halten. Diesen Umstand wusste die reformierte FPÖ unter Jörg Haider für sich zu nutzen und mit entsprechenden pointierten Politikangeboten wie z.B. der „Flat Tax" in Richtung verprellter Marktwirtschaftler sowie einer in Xenophobie verpackten Sozialpolitik in Richtung rechter aber wohl auch materialistisch-linker Wähler wie der Arbeiterschaft abzuwerben oder zumindest von ihrer bisherigen politischen Heimat zu entfremden (vgl. Plasser & Ulram 2000).

Das bedeutet wohl, dass gerade beim Verlassen oder sogar der Konversion von politischen Positionen, die ideologisch oder wertmäßig stark aufgeladen sind, die parteipolitische Brille wohl nicht stark genug ist, um Egos tieferliegenden kulturellen Prädispositionen an die neue Parteilinie anzupassen (vgl. Kapitel II.2.1.2.). In dem Maße, wie in einem solchen Fall, Ego Diskrepanzen zwischen den eigenen konstanten kulturellen Prädispositionen und den diesbezüglich veränderten Positionen seiner bisherigen Identifikationspartei wahrnimmt, wird die Grundlage einer Identifikation – nämlich der wahrgenommen Kongruenz hinsichtlich bestimmter wichtiger Merkmale (hier: der politischen Grundausrichtung in zentralen wichtigen Punkten) – unterminiert und das Identifikationsverhältnis löst sich auf, weil – im Sinne von Downs (1957) – Egos konstante Politiknachfrage nicht mehr mit dem veränderten Angebot seiner bisherigen Stammpartei befriedigt werden kann. Dealignment-Prozesse zu Lasten der traditionellen Volksparteien können folglich, gerade in Zeiten in denen diese sich inhaltlich entideologisieren – sich also *freiwillig*[58] oder *gezwungenermaßen*[59] einander annähern, die Folge eines Repräsentationsdefizites sein, welches sich andere Politikanbieter und hierbei insbesondere auch jene, welche eher zu den Rändern des politischen Spektrums hin tendieren – wie beispielsweise die die FPÖ in Österreich oder die LINKE in Deutschland – zu Nutze machen können.

In diesem Szenario verfallen die traditionellen Volksparteien womöglich zudem dem Trugschluss, dass sie die sinkende Zahl an Parteibindungen so deuten, dass in gleichem Maße die

[58] Gemeint ist in diesem Fall die Aufgabe kontroverser inhaltlicher Standpunkte im Hinblick darauf, sich ein größeres Auswahlspektrum an politischen Koalitionspartnern zu eröffnen.
[59] Beispielsweise aufgrund der Vermeidung kontroverser Positionen im Hinblick auf den Frieden innerhalb einer großen Koalition bzw. aufgrund exogener – beispielsweise makroökonomischer – Zwänge und Entwicklungen.

Zahl an „echten[60]“ Wechselwählern steigt und deswegen die Entideologisierung weiter vorantreiben, während in Wirklichkeit die Wähler weiterhin über wertmäßige und/oder ideologische Positionen verfügen, diese jedoch von ihren bisherigen Identifikationsparteien lediglich nicht mehr repräsentiert sehen und ihre Parteibindungen *gerade deswegen* aufgeben. Demzufolge wäre es auch ziemlich unwahrscheinlich, dass die Wähler im Falle nicht (mehr) vorhandener Parteiidentifikationen, beliebig zwischen beispielsweise LINKEN und FDP, GRÜNEN und NPD, ÖVP und KPÖ oder FPÖ und GRÜNEN hin und her changieren werden, sondern dass in diesem Falle – subsidiär – die weiterhin vorhandenen kulturellen Prädispositionen wie ideologische oder wertmäßige Einstellungen, die stabilisierende und strukturierende Funktion der Parteiidentifikation übernehmen. Findet sich jedoch in einer solchen Situation für eine konstante und aus kulturellen Prädispositionen abgeleitete Politiknachfrage plötzlich gar kein korrespondierender Politikanbieter mehr, ist der einzige Ausweg fast folgerichtig der „Wählerstreik“, welcher sich insbesondere in einer vermehrten Nichtwahl oder einer „echten“ oder „strategischen“[61] Protestwahl ausdrücken sollte.

II.2.1.6. Der Einfluss der „Kognitiven Mobilisierung“ auf die Parteiidentifikation

Das der seit den 1960er Jahren gesamtgesellschaftlich stark angestiegene formale Bildungsstand bei gleichzeitig ebenfalls stark angewachsenem politischem Interesse der Bevölkerung sowie das enorm gewachsene Angebot und die Nutzung der Massenmedien zur politischen Information höchstwahrscheinlich mit zur Auflösung bzw. Transformierung der traditionellen gesellschaftlichen Konfliktstrukturen beigetragen haben, wurde an anderer Stelle (Kapitel I.B.2.) bereits angesprochen. Infolge dieser „kognitiven Mobilisierung“ (z.B. Inglehart 1977;

[60] Als „echte“ Wechselwähler werden im Rahmen dieser Arbeit jene Wähler bezeichnet, die zwischen Parteien verschiedener Lager wechseln, da nur sie ceteris paribus einen Regierungswechsel herbeiführen können, während Wähler, die zwischen mehreren Parteien desselben Lagers changieren, effektiv lediglich Einfluss auf die relative Stärke der jeweiligen Koalitionspartner nehmen können und vermutlich auch nur wollen. Die erstere Variante beinhaltet folglich wesentlich weitreichendere Implikationen für die künftige Regierungsbildung im Vielparteiensystem und lässt auf eine tatsächlich geringere Determiniertheit der politischen Prädispositionen des jeweiligen Individuums schließen.

[61] Als „strategische Protestwahl“ sei im Rahmen dieser Arbeit ein Wahlverhalten zu verstehen, bei dem Wähler gezielt Parteien wählen, die eigentlich nicht ihre persönlichen Auffassungen repräsentieren, jedoch dadurch, dass sie eine gewisse Stärke bei Wahlen erreichen (insbesondere Parlamentsstärke) die Handlungsmöglichkeiten der „etablierten“ Parteien empfindlich einschränken. Da hierfür logischerweise nur Parteien infrage kommen, welche für die etablierten Parteien nicht koalitionsfähig sind, würden von einem solchen Verhalten insbesondere radikale Parteien sowie Parteien, die organisatorisch (noch) nicht soweit gefestigt sind, dass mit ihnen die Grundlage für eine stabile Regierungsarbeit geschaffen werden könnte (z.B. PIRATEN), profitieren. D.h. der Wähler unterstützt zwar nicht mehr seine ursprünglich Partei, versucht aber trotzdem den Parteien „eins auszuwischen“ indem er ein Wahlergebnis mit herbeizuführen versucht, bei dem auch die ideologische Gegenseite nicht in der Lage ist eine Regierung zu bilden. Bei der „echten“ Protestwahl erfolgt dagegen die Wahl – insbesondere extremer Parteien – aus einem wenig reflektierten und diffusen Frustrations-Motiv heraus.

Dalton 1984b, 2000; Dalton & Rohrschneider 1990; Schmitt-Beck & Schrott 1994) sollte die Bevölkerung auch in zunehmenden Maße über Ressourcen und Fähigkeiten verfügen, die es ihr ermöglichten, unabhängig von den Deutungsleistungen von sozialen Milieus, politischen Parteien oder Interessenvertretungen die politische Diskussion über Sachthemen zu verfolgen[62]. Mit steigender kognitiver Mobilisierung sollte demnach ceteris paribus die Tendenz zum Issue-Voting steigen (vgl. Campbell et al. 1960: 175; Pattie & Johnston 2001; Schoen 2004).

Die erste Bedingung (Bildungsexpansion) bildet dabei die Grundlage um komplexe politische Sachverhalte überhaupt einordnen zu können, die zweite Bedingung (politisches Interesse) sorgt dafür, dass Informationen über politische Inhalte gezielt gesucht und gegebenenfalls im sozialen Umfeld auch diskutiert werden. Die dritte Bedingung (Mediennutzung) ermöglicht den Bezug von politischen Informationen jenseits der Parteiorganisationen.

Nach der Mobilisierungsthese sollte daher infolge der gewachsenen individuellen Ressourcen bei gleichzeitig gesunkenen Informationskosten infolge des gestiegenen medialen Informationsangebots, der Nutzen einer Parteiidentifikation als Orientierungs- und Komplexitätsreduktionsmittel sukzessive an Wert verlieren. Ergebnis eines allgemeinen Trends zu kognitiven Mobilisierung währe demnach eine wachsende Gruppe hochgebildeter, politisch interessierter und (Informations-)Medien intensiv nutzender, unabhängiger Wähler die nach einer Wählertypologie von Dalton (1984b: 271; vgl. Abbildung 6) die Gruppe der „*apartisans*“ bilden.

Abbildung 6: Wählertypologie nach Dalton (1984b)

Kognitive Mobilisierung[63]	Parteineigung	
	Keine, schwache, mäßige Neigung	Starke, sehr starke Neigung
Hoch	(Neue) Unabhängige (apartisans)	Engagierte (cognitive partisans)
Niedrig	Unpolitische (apoliticals)	Mitläufer (ritual partisans)

Diese Mobilisierungsthese blieb jedoch nicht unwidersprochen: So argumentierte beispielsweise Shively (1979) dass gerade kognitiv hoch mobilisierte Wähler hohe individuelle Ansprüche an ihr persönliches Urteil stellen werden und daher einen umfangreichen, komplexen

[62] „Cognitive mobilization implies that citizens posses the skills and resources necessary to become politically engaged with little dependence on external cues”. (Dalton 1984b: 267)

[63] Den Grad der kognitiven Mobilisierung operationalisieren Schmitt-Beck & Schrott (1994) bzw. Dalton (1984b, 1996: 213ff., 2007) beispielsweise durch einen additiven Index aus Bildungsstand und dem politischen Interesse.

und gegebenenfalls sogar widersprüchlichen oder konfligierenden Informationsbestand aufbauen werden, für dessen Beherrschbarkeit sich die Herausbildung einer Parteiidentifikation als Komplexitäts-, Entscheidungs- und Informationskostenreduktionsmittel (Downs 1957; Robertson 1976a) wiederum lohnen würde. Die Natur einer Parteiidentifikation würde sich dabei jedoch nach dieser „Substitutionsthese" von einer affektiven und identitätsstiftenden Bedeutung für das Individuum hin zu einer instrumentellen Funktion verändern. Ebenso sahen bereits die Pioniere der Columbia-School (vgl. Lazarsfeld et al. 1944) politische Involvierung bzw. Interesse als Voraussetzung für die Suche und die Verarbeitungsfähigkeit von politischen Informationen an, welche wiederum das Individuum überhaupt erst in die Lage versetzen, sich auf eine politische Position oder Partei festzulegen (vgl. Kapitel I.A.3.). Empirische Befunde (z.B. Ohr, Quandt & Dülmer 2005; Ohr, Dülmer & Quandt 2009) widerlegen jedoch zum einen die Mobilisierungsthese als auch teilweise die Substitutionsthese: Demnach zeigt sich, dass gerade kognitive mobilisierte Wähler eher dazu neigen eine Parteiidentifikation zu entwickeln, die zudem affektiv und nicht instrumentell abgestützt ist. Relevant ist dabei insbesondere die Komponente der politischen Involvierung, während Bildung innerhalb der Gruppe der politisch Uninteressierten die Ausbildung einer Parteibindung begünstig, innerhalb der Gruppe der politisch Interessierten jedoch keinen nennenswerten zusätzlichen Effekt bewirkt (vgl. Ohr, Dülmer & Quandt 2009).

Rekurrierend auf den Dealignment-Aspekt (vgl. Kapitel II.2.1.5.), signalisieren diese Befunde, dass die Erosion von Parteibindungen eher von anderen Faktoren als von Bildung und politisches Interesse begünstigt wird. Ebenso zeigt sich, dass von der politischen Involvierung bzw. dem politischen Interesse eine einflussreiche Wirkung *zugunsten* einer Parteibindung ausgeht, wie bereits von der Columbia-School postuliert (vgl. Kapitel I.A.2.). Demzufolge muss (1) bei der Suche nach den Ursachen langfristiger Dealignment-Prozesse das Augenmerk verstärkt auf die sozialstrukturellen Entwicklungen, den Wertewandel sowie das Verhalten der „Sinnstifter" – also der politischen Akteure und der Medien – gerichtet werden und (2) liegt die Vermutung nahe, dass wenn mit steigendem politischem Interesse die Wahrscheinlichkeit steigt, dass sich politisch relevante Einstellungen zu einer Parteibindung konkretisieren, diese Personen ihre Wahlentscheidung auch auf Basis anderer Überlegungen treffen als Personen für die Politik an Randthema darstellt wie bereits in Kapitel I.A.2. angesprochen. In Anlehnung an die Typologie von Dalton (1984b) sollten demzufolge die „*cognitive partisans*" sowie die „*ritual partisans*" ihre Wahlentscheidung im Wesentlichen auf Basis ihrer langfris-

tigen politischen Orientierungen treffen, wobei Themenorientierungen in dieser weitgehend aufgehen und Kandidaten nur eine geringe Rolle spielen sollten. Von der politischen Kommunikation insgesamt sollten auf sie in erster Linie verstärkende bzw. aktivierende Effekte ausgehen (vgl. I.A.3.). Die Nichtwahl innerhalb dieser Wählergruppen wäre dementsprechend entweder als Frustration zu interpretieren, welche beispielsweise durch massiv abgelehnte politische Entscheidungen oder personelles Fehlverhalten der Elite der Identifikationspartei induziert sein kann bzw. Lethargie, welche aufgrund einer als langweilig empfundenen Wahlkampfkommunikation entstehen kann, welche es nicht schafft, durch die Entwicklung einer entsprechenden Dynamik bzw. Begeisterung der „Engagierten", die notwendigen Akzelerator- bzw. Multiplikatoreffekte zu generieren die dann auch die „Mitläufer" mitreißen. Da bei den „*apartisans*" das politische Interesse ebenfalls hoch ist, dürften auch sie in ihren politischen Einstellungen nicht beliebig sein. Zwar haben sie keine konkrete Parteibindung, es ist jedoch zu vermuten, dass ihr hohes politisches Interesses auf bestimmte und stark ausgeprägte kulturelle Prädispositionen zurück zu führen ist, welche damit jedoch gleichzeitig ihre Auswahlmöglichkeiten auf dem Parteienmarkt auf bestimmte Politikanbieter restringieren. Politische Kommunikation und die hierüber generierten Themen- und Kandidatenwahrnehmungen sollten daher bei dieser Wählergruppe lediglich den Ausschlag geben, *ob* sie wählen gehen und falls ja, welche Partei *innerhalb eines politischen Lagers* sie wählen. Ebenso sollten unter ihnen die meisten taktischen Wähler und Stimmen-Splitter zu finden sein. Die Nichtwahl wäre dabei für einen „*apartisan*" eine bewusste Option, für den Fall, dass kein politisches Angebot, seine Politiknachfrage ausreichend bedienen kann. Wie bereits in Kapitel I.A.2. angesprochen, sollte daher im Hinblick auf die Art der Entscheidungsfindung eine Wählerkategorisierung zwischen den politisch Interessierten und den politisch Desinteressierten vorgenommen werden. Die politisch desinteressierten *„apoliticals"* wären dann die klassischen Kandidaten- und damit auch „echten" Wechselwähler. Da sie sich nicht großartig für Politik interessieren, werden sie nämlich auch nicht viel Zeit und Mühen aufwenden um sich vor einer anstehenden Wahl ausführlich über die Ziele, Konzepte und Kompetenzen der einzelnen Politikanbieter zu informieren. Da die Parteiorientierung bei ihnen als Heuristik größtenteils nicht infrage kommt, werden sie ihre Wahlentscheidung folglich im Wesentlichen entweder an den Spitzenkandidaten ausrichten oder an Themen, die sie unmittelbar betreffen oder bei ihnen aufgrund ihrer starken Werthaltigkeit bestimmte Affekte

ansprechen[64]. Politische Kommunikation kann folglich bei diesen Wählern eine große Wirkung entfalten, wobei die massenmediale Kommunikation vermutlich insbesondere dann starke direkte Effekte bewirken kann, wenn politisch relevante Informationen über solche Formate transportiert werden, welche von politisch Desinteressierten auch rezipiert werden – also eher Unterhaltungsprogramme (vgl. z.B. Mauer 2009). Neben beiläufigen Wahlkampfimpressionen (z.B. Plakatrezeptionen), sollte auch hier tendenziell von interpersoneller Kommunikation die größere Wirkung ausgehen, vorausgesetzt das Individuum verfügt über entsprechende Kontakte über die auch politisch relevante Botschaften transportiert werden.

II.2.1.7. Medieneinflüsse auf langfristige politische Orientierungen

Da langfristige politische Prädispositionen wie Parteiidentifikationen, Ideologien oder Wertvorstellungen im persönlichen Orientierungssystem in der Regel solide integriert sind, sind sie gegenüber direkten Medieneinflüssen weitgehend resistent. Analog zu den *partisans* und den *crystallizers* im mikrosoziologischen Ansatz (vgl. Kapitel I.A.3.) steuern diese Prädispositionen bei ihren Inhabern in selektiver Weise deren Medienkonsum und selektiver Medienkonsum ist wiederum in der Lage diese Prädispositionen zu aktivieren oder zu verstärken.

Sofern durch massenmediale Kommunikation langfristige politische Prädispositionen negativ beeinflussbar sind, sollte dies in erster Linie die Parteiidentifikationen betreffen, da diese nicht nur implizit abstrakte gesellschaftliche Wertorientierungen und ideologische Vorstellungen beinhalten, sondern sich auch auf konkrete politische Akteure und Inhalte beziehen. Politische Akteure könnten dabei durch Medieneinflüsse mutmaßlich wesentlich einfacher diskreditiert werden als die Wertvorstellungen und Ideologien für die sie stehen oder standen. Ebenso könnten wahrgenommene politische Fehlentscheidungen eines konkreten politischen Akteurs Zweifel an dessen Kompetenz hervorrufen bzw. tatsächliche politische Entscheidungen, die sich nicht mit der bisherigen grundsätzlichen weltanschaulichen Ausrichtung dieser Partei und Ego vertragen zu einer Entfremdung führen. Rekurrierend auf die grundsätzliche Annahme eines nicht-rekursiven Michigan-Modells bei dem nicht nur von der Parteibindung Einflüsse auf die Sachthemen- und Kandidatenorientierung ausgehen sondern

[64] Wie die Ausführungen ab Seite 87 zeigen werden, stellen Personen für Politikanbieter ein mitunter sehr effektives Instrument zur Politikvermittlung dar. Für die Wähler sind Personen wiederum mitunter eine willkommene Heuristik wenn keine alternativen Vereinfachungsstrategien vorhanden sind, die eine Entscheidungssituation entlasten könnten, da sich Menschen über andere Menschen meistens viel schneller eine Meinung bilden können als über komplexe politische Inhalte. Ebenso sind Personen, der Medienlogik folgend, auf interessantere Weise vermittelbar als Institutionen oder Organisationen.

auch umgekehrt (vgl. Kapitel II.2.), könnten folglich anhaltend schlechte Einstellungen hinsichtlich der Themenkompetenz bzw. dem politischen Spitzenpersonal zu einer Abschwächung der Intensität der Parteibindung beitragen. Da sich diese Einstellungen wiederum zu großen Teilen aus medial vermittelten Wahrnehmungen konstituieren (vgl. Kapitel II.2.2.3.1.3.2.1.1ff.), könnten Medieneinflüsse indirekt zur Erosion von Parteibindungen und damit zum Dealignment allgemein beitragen, indem sie dauerhaft zu einer unvorteilhaften Wahrnehmung der Themenkompetenz und/oder des Spitzenpersonals einer Partei bzw. den Parteien insgesamt beitragen. Betrachtet man das Verhältnis zwischen Politik und Medien als ein immanentes Rivalitätsverhältnis um die Deutungshoheit über politische Objekte und politische Macht, würde eine solche generelle Demontage der Politik in den Medien, welche in der Folge ein verstärktes Dealignment nach sich zieht, durchaus Sinn machen (vgl. auch Kapitel II.2.2.3.1.3.2.1.3.2.).

Es lässt sich daher zunächst einmal festhalten, dass die Parteiidentifikation unter den langfristigen politischen Prädispositionen die größte Angriffsfläche für Medieneinflüsse bietet und von daher als die Schwächste der starken Einflussfaktoren angesehen werden kann. Kulturelle Prädispositionen sollten dagegen schwieriger medial zu beeinflussen sein, wenn auch nicht bei allen Individuen gleichermaßen schwierig, wie es die sogenannte *Kultivierungsthese* postuliert (Gerbner & Gross 1976; Gerbner et al. 1984; Gerbner 2000; Shanahan & Morgan 1999). Hiernach laufen insbesondere Intensivnutzer des Fernsehens Gefahr ihre politischen Weltbilder und Wertorientierungen nicht auf Basis persönlichen Erfahrungen und Wahrnehmungen mit der realen Welt sondern stattdessen mit der „Fernsehwirklichkeit“ zu entwickeln. Ähnlich den an anderer Stelle beschriebenen Sozialisationsprozessen (vgl. Kapitel II.2.1.4.) werden dabei von Kindheit an via Fernsehen bestimmte Verhaltensmuster durch häufige Darstellungen „kultiviert“[65] und vom Individuum mehr oder weniger übernommen bzw. als Grundlage seiner Weltsicht und seiner Verhaltensweisen herangezogen[66]. Einen

[65] Nach Bandura (1965) haben Verhaltensweisen, die in den Medien häufig (und zudem mit positiven Sanktionen) dargestellt werden, hohe Chancen von den Rezipienten in deren Verhaltensrepertoire aufgenommen zu werden.

[66] Die Autoren führen als Beispiel die intensive Darstellung von Gewalt und Kriminalität im amerikanischen Fernsehen an, welche bei den Zuschauern die Angst erhöht, Opfer eines Verbrechens zu werden. Dies wiederum stärkt das Bedürfnis nach „law and order“ und damit die etablierte politische Ordnung. Transferiert auf den deutschen oder österreichischen Kontext könnte man realistischerweise eine häufige Darstellung von Sozio-Dramen exemplifizieren, die die Angst vor sozialem Abstieg erhöht und damit den Ruf nach mehr wohlfahrtsstaatlichen Leistungen fördern. Ebenso könnten unvorteilhafte Darstellungen bestimmter Ausländergruppen den Ruf nach einer restriktiveren Einwanderungspolitik erhöhen oder Darstellungen von Umweltproblemen oder Naturkatastrophen zu einem Ruf nach mehr Umweltschutz führen. Des Weiteren könnte die „Kulti-

weiteren Kultivierungseffekt durch das Fernsehen beschreibt das so genannte „Mainstreaming“ von politischen Überzeugungen, wonach sich Personen mit hohem Fernsehkonsum bei politisch kontroversen Sachverhalten bevorzugt in Richtung der Mittelposition im politischen Spektrum orientieren (Gerbner 2000: 111).

II.2.1.8. … und die langfristige Determinante im „Integrierten Modell des Wahlverhaltens“ ist …

Bis zu dieser Stelle wurden mit der Parteiidentifikation (Kapitel II.1. & II.2.1.1.) den Wertorientierungen (Kapitel I.B.1.2., I.B.2.2., I.B.3., II.2.1.2.) sowie den ideologischen Einstellungen (Kapitel II.2.1.3.) die wesentlichen Konstrukte vorgestellt, welche das Potenzial haben, im Sinne politischen Prädispositionen, auf der Individualebene das Wahlverhalten des Individuums *langfristig* zu determinieren. Ebenso ergibt sich aus der Verteilung gleichgerichteter politischer Prädispositionen auf der Aggregatebene die Ausgangssituation bzw. die *Grundlinie* für den politischen Wettbewerb.

Das *affektive Prädispositionen,* wie das Konzept der Parteiidentifikation, also die gefühlsmäßige Bindung an eine bestimmte Parteiorganisation, in der Realität, in der von Campbell et al. (1954, 1960) postulierten Weise, existieren mag, soll im Rahmen dieser Arbeit nicht in Zweifel gezogen werden. Paneluntersuchungen wie z.B. von Kepplinger & Maurer (2005: 102) deuten jedoch immer wieder darauf hin, dass man Parteiidentifikationen mit dem vorhandenen Instrumentarium nicht wirklich zu einem bestimmten Zeitpunkt erfassen kann[67], da viele Probanden dazu neigen ihre *langfristige* Parteibindung an ihre *aktuelle* Wahlabsicht anzupassen und umgekehrt. Der gemessene Zusammenhang zwischen Parteiidentifikation und Wahlverhalten wird damit zum großen Teil tautologisch (vgl. auch Anmerkung 35). Ebenso können ein aktuell schlechtes Meinungsklimas für eine bestimmte Partei (vgl. Anmerkung 99) oder Gründe der sozialen Erwünschtheit dazu führen, dass Parteiidentifikationen in einer Befragung – obwohl vorhanden – verborgen werden, was ebenfalls die Validität einer Untersuchung gefährdet. Dieselbe Panelanalyse belegt aber auch, dass die Wähler mit ihren vermeintlichen Parteiidentifikationen nicht willkürlich zwischen den Parteien hin und her wechseln sondern weitgehend innerhalb eines bestimmten politischen Lagers sowie der

---

vierung“ eines unvorteilhaften EU-Bildes (Bürokratie, Bürgerferne, Transferzahlungen) eine Kultur der Retro-Nationalisierung befördern.

[67] Die Normal-Wahl-Analyse (vgl. Kapitel II.2.1.5.) sowie die Verwendung kumulierter Daten seien hiervon aufgrund der Verwendung eines de facto gleitenden Durchschnitts ausgenommen.

Nichtwahl-Alternative wechseln. Wähler verfügen also zumindest über eine „*räumliche Identifikation*“ (vgl. Sani & Montero 1986: 196), welche ihre Wahlmöglichkeiten auf die Parteien eines bestimmten politischen *Lagers* (oder halt der Nicht-Wahl) restringieren. Die Wähler können also durchaus trotz stabiler politischer Orientierung zwischen mehreren Parteien eines bestimmten Lagers changieren (Shively 1972: 1224; Pappi 1977b: 79), während ein Wechsel zu einer Partei des gegnerischen Lagers aufgrund dieser *Lageridentifikation* vergleichsweise unwahrscheinlich ist (vgl. auch Scarbrough 1984: 209-212).

Es empfiehlt sich daher, bei der Festlegung auf eine langfristig wirksame, stabil in der Persönlichkeit verankerten und das Wahlverhalten strukturierenden Determinante, eher die *strukturellen* sowie die *kulturellen Prädispositionen* heranzuziehen. Diese sind zwar etwas abstrakter gefasst als die Parteiidentifikation (und führen daher höchstwahrscheinlich auch bei empirischen Tests zu einer geringeren Varianzaufklärung), dafür leiten sie sich jedoch unmittelbarer aus jenen soziopolitischen Konfliktlinien ab, die das Wahlverhalten in den meisten westlichen Demokratien seit jeher prägen (vgl. Kapitel I.B.). Diese Cleavage-Konstellationen mit struktureller Basis und kulturellem und organisatorischem Überbau haben sich zwar im Zuge der sozioökonomischen Modernisierungsprozesse weitgehend zu reinen „Value-Cleavages“ reduziert, dies tut jedoch einerseits deren Prägekraft für das Wahlverhalten keinen Abbruch, da von der kulturellen Komponente ohnehin stets die größere Wirkung ausging und andererseits sollten sich sowohl „alte“ wie „neue“ Konfliktkonstellationen auch in der allgemeinen Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Dimension niederschlagen, mittels welcher eine Zuordnung von Individuen und Politikanbietern gemäß deren erklärter bzw. wahrgenommener Positionierung möglich wäre (vgl. Knutsen 1988, 1989, 1995; Knutsen & Scarbrough 1995; Levine et al. 1997; Kapitel I.B.3.; II.2.1.3.).

Aus analytischer Sicht empfiehlt sich daher die Anwendung des Links-Rechts-Schemas als langfristige Determinante des Wahlverhaltens – auch und insbesondere weil „[e]in ausgearbeitetes und allgemein akzeptiertes Instrument zur Messung der unterschiedlichen Wertesysteme, die den […] gesellschaftlichen Konfliktlinien zugrunde liegen“ nach Niedermayer (2009: 49) noch nicht existiert. Aus forschungspraktischer Sicht sollte durch dieses Vorgehen die Gefahr tautologische Ergebnisse zu genieren wesentlich gemindert werden, da die Antwortkategorien beim Links-Rechts-Schema und der Wahlabsicht nicht dieselben sind. Ebenso wird dem Befragten kein „Bekenntnis“ zu einer bestimmten Partei abverlangt, die mögli-

cherweise gerade von den Effekten eines negativen Meinungsklimas (vgl. Kapitel II.2.2.3.1.3.2.1.2.5.) betroffen ist. Es könnten so folglich auch momentane Nichtwähler bzw. Nicht-Bekenner in Umfragen ideologisch eingeordnet und damit auch dem Wähler-*Potenzial* bestimmter Parteien zugeordnet werden.

Den Ausführungen von Kapitel I.B.3. folgend empfiehlt es sich jedoch als ersten Schritt einer empirischen Untersuchung die entsprechenden Konfliktlinien und/oder Wertemuster in einer Gesellschaft zu ergründen und ob und wie sich diese in der ideologischen Links-Rechts-Dimension niederschlagen. Wie in Kapitel II.2.1.3. ausgeführt muss nämlich stets erst einmal von einem mehrdimensionalen Politikraum ausgegangen werden, welcher sich erst durch den konkreten politischen Wettbewerb auf der Anbieterseite (mehr oder weniger) auf eine Dimension reduziert. Es ist daher zunächst interessant zu wissen, welche konfligierenden Wertemuster oder Interessenlagen die jeweiligen Pole der Links-Rechts-Dimension in dem untersuchten Land bilden und welche Implikationen sich daraus für den politischen Wettbewerb ergeben. Neben den Ideologische Einstellungen als Sammelbecken bestimmter gesellschaftlicher Werteorientierungen und materieller Interessenlagen, könnten jedoch ebenfalls bestimmte einzelne Wertvorstellungen so dominant sein, dass von ihnen – zumindest auf die Wahl bestimmter Parteien – ein relativ größerer Effekt ausgehen kann, von daher lohnt es sich ebenfalls zu überprüfen, welchen Einfluss bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen direkt auf die Wahl einzelner Parteien ausüben. Hieraus ließe sich nämlich zudem – ähnlich eines Strukturprofils – auch ein Werteprofil der einzelnen Parteianhängerschaften ableiten. Auf Basis dieser Werteprofile könnten nämlich dann auch Personen ohne Parteiidentifikation und mit eher neutralen ideologischen Einstellungen als potenzielle Wähler bestimmter Parteien eingestuft werden.

Wie bereits in Kapitel II.2.1.6. angedeutet, kann jedoch nicht erwartet werden, dass alle Wähler ihre Wahlentscheidung ausschließlich nach Maßgabe ihrer langfristigen politischen Prädispositionen treffen werden. Politische Prädispositionen sollten jedoch das Wahlverhalten umso stärker determinieren, je stärker sie ausgeprägt sind. Personen mit stark ausgeprägten kulturellen Prädispositionen sollten sich daher stärker von diesen leiten lassen als Personen mit eher schwachen, moderaten oder politisch neutralen kulturellen Prädispositionen, welche wiederum ihre Entscheidung stärker auf Basis kurzfristiger Einflüsse treffen sollten. Ebenso müssen jene Wähler die aufgrund ihrer langfristigen Orientierungen bereits

über eine politische Lager-Orientierung verfügen, am Wahltag eine Entscheidung treffen, welcher der für sie grundsätzlich infrage kommenden Lagerparteien sie letztlich ihre Stimme geben. Es empfiehlt sich daher, die beiden kurzfristigen Determinanten des Michigan-Modells – also die Einstellungen zu Kandidaten und Sachthemen – auch im „integrierten Ansatz" grundsätzlich beizubehalten. Diese werden jedoch nun ihrerseits auf der Mikroebene in erster Linie von kulturellen Prädispositionen als von einer eventuell vorhandenen Parteiidentifikation beeinflusst.

Im nächsten Kapitel werden daher die kurzfristigen Determinanten des Michigan-Modells, die wichtigsten Interaktionsbeziehungen zwischen diesen sowie verschiedenen Einflussmöglichkeiten durch politische Kommunikation ausführlich vorstellt und aufgezeigt. Am Ende soll dabei die Darstellung eines Beziehungssystems stehen, welches – im Rahmen dieser Arbeit zumindest theoretisch – das Zustandekommen einer Wahlentscheidung auf der Individual- sowie eines Wahlergebnisses diesseits oder jenseits der *Grundlinie* auf der Aggregatebene zu erklären vermag.

II.2.2. Die kurzfristig wirksamen Faktoren der Wahlentscheidung

Als die beiden kurzfristigen Einflussfaktoren auf die Wahlentscheidung sieht das klassische Michigan-School-Modell zum einen die Themen- und zum anderen die Kandidatenorientierung als Determinanten neben der Parteiidentifikation vor. In der vorherrschenden Rezeption des Modells werden dabei Sachfragen vornehmlich in Bezug auf Parteien behandelt, während Kandidaten eher im Zusammenhang mit Unpolitischem evaluiert wurden (vgl. Schoen & Weins 2005: 201).

Nach Brettschneider (2002b: 209ff.) erscheint diese Betrachtung jedoch nicht sachgerecht, da neben den Parteien auch die Kandidaten vom Wähler unter politischen Aspekten wie beispielsweise der Problemlösungskompetenz bewertet werden[68]. Es findet demnach in der allgemeinen Rezeption eine Verwechslung zwischen Bewertungsobjekten (Parteien, Kandidaten) und Bewertungsmerkmale bzw. -Dimensionen (Themen) statt. Der Autor plädiert daher für die Differenzierung zwischen einer „*themenspezifischen Kandidatenorientierung*" und einer „*themenspezifischen Parteienorientierung*". Auch Roth (2002: 29) argumentiert

[68] Zumeist werden dabei jedoch Partei und Kandidat im Einklang bewertet (Brettschneider 2001: 386)

zugunsten einer komplementäre Sichtweise, da der Wähler die Person nicht anstatt des Programmes wählt, sondern „Programme mit Personen“.

Diesen Anregungen von Brettschneider (2002b) folgend, werden im Integrierten Modell des Wahlverhaltens die Themenorientierung nicht als Bewertungsobjekt sondern als *eine* Bewertungsdimension behandelt, welche sowohl auf Parteien als auch auf Kandidaten anwendbar ist. Als weitere Bewertungsdimensionen nennt Brettschneider (2002b: 209ff.) Integrität, Leadership-Qualitäten und Unpolitisches und hält auch diese Kriterien grundsätzlich sowohl für Parteien als auch für Politiker für anwendbar. Im Rahmen dieser Arbeit bleiben sie jedoch auf den Zusammenhang mit Kandidaten beschränkt. Als Gründe hierfür seien genannt, dass vermutlich solche *persönlichen* Eigenschaften auch in erster Linie mit natürlichen Personen assoziiert werden und sich wenn, dann in Form eines *Spill-Over*-Effekts auf eine Partei übertragen. Positive wie negative „persönliche“ Parteieigenschaften würden folglich mit ihrem Spitzenpersonal kommen, sich verändern und wieder verschwinden. Eigenständige Effekte durch „persönliche“ Parteieigenschaften sollten daher – wenn sie wirklich vorkommen – eher von geringfügiger Bedeutung sein. Abgesehen davon existiert kein etabliertes Instrumentarium mit dem solche „persönlichen Parteieigenschaften“ regelmäßig erhoben werden.

Das Integrierte Modell des Wahlverhaltens verfügt demzufolge über zwei kurzfristige Determinanten, welche analog zum Michigan-Modell von der langfristigen Determinante beeinflusst werden: Dies wären zum einen die „*Parteiorientierung*“ und zum anderen die „*Kandidatenorientierung*[69]“. Die Parteipräferenz leitet sich dabei hauptsächlich aus dem jeweiligen Positions- und Kompetenzprofil ab und ist damit mit der (klassischen) Issue-Orientierung des Michigan-Modells zunächst weitgehend identisch. Die „Kandidatenpräferenz“ erhält hingegen durch alle vier genannten Dimensionen ihr Gepräge. Die einzelnen Bewertungsdimensionen werden wiederum ebenfalls durch die langfristige Determinante im Sinne einer nun „*ideologischen* Brille“ beeinflusst, da sich aufgrund der langfristigen politischen Orientierungen, Präferenzen für bestimmte politische Positionen und Problemlösungskonzepte (analog zum klassischen Michigan-Modell) ergeben sollten. Ebenso sollten Politiker, die Standpunkte von Ego vertreten bzw. Egos politischer Richtung näher stehen von diesem auch hinsichtlich ihrer persönlichen Eigenschaften ceteris paribus tendenziell wohlwollender beur-

[69] Die Begriffe Partei-/Kandidatenorientierung sowie Partei-/Kandidatenpräferenz werden im Folgenden zur Vermeidung von sprachlichen Wiederholungen synonym verwendet.

teilt werden. Des Weiteren sollten von beiden kurzfristigen Determinanten wechselseitige Einflüsse im Sinne von Spill-Over-Effekten ausgehen.

Voraussetzungen für Issue- bzw. Candidate Voting im Integrierten Modell

Damit von Sachthemen sowie von Kandidaten überhaupt eine wahlrelevante Bedeutung ausgehen kann müssen nach Campbell et al. (1960: 169-171) die Wähler zunächst einmal (1) von den Streitthemen bzw. den Kandidaten Kenntnis erlangen (2) sie als wichtig einschätzen und ihnen gegenüber eine persönliche Einstellung entwickeln und (3) die verschiedenen Positionen, Kompetenzen – und bezogen auf die Kandidaten auch die jeweiligen Persönlichkeitseigenschaften – der politischen Wettbewerber (er-)kennen und diesbezüglich Präferenzen entwickeln.

Gemäß der Abwandlung des klassischen Modells ist dabei zu beachten, dass Themen- und Kandidatenorientierungen nun nicht mehr auf derselben analytischen Ebene befindlich sind. Dadurch, dass nun explizit davon ausgegangen wird, dass sich die Kandidatenpräferenzen eines Individuums zu einem grundsätzlich variablen Anteil auch aus den wahrgenommen Positionen und Kompetenzen des betreffenden Politikers hinsichtlich bestimmter Issues ableitet, handelt es sich daher bei den Issue-Orientierungen um eine der Kandidatenorientierung vorgelagerte Größe.

Ein *eigenständiger* Issue-Effekt würde sich daher vermittelt über die (themenspezifische) Partei- und Kandidatenorientierung umso stärker im Wahlverhalten niederschlagen, je schwächer (bzw. neutraler) die langfristigen politischen Orientierungen ausgeprägt ist, je größer die wahrgenommenen Kompetenz- bzw. Positionsunterschiede der Parteien und Kandidaten ausfallen und je ähnlicher die Kandidaten hinsichtlich ihrer persönlichen Eigenschaften (Leadership, Integrität, Unpolitisches) wahrgenommen werden. Ein *eigenständiger* Kandidateneffekt auf das Wahlverhalten wäre hingegen umso größer, je schwächer (bzw. neutraler) die langfristigen politischen Orientierungen ausgeprägt sind, je größer der wahrgenommene Unterschied zwischen den Gesamtbewertungen der Kandidaten[70] und je gerin-

[70] Bei einer deutlich positiven (negativen) Bewertung, könnte ein Spitzenkandidat beispielsweise schwache Anhänger des gegnerischen (eigenen) Lagers zumindest zeitweise zur Wahl der eigenen (gegnerischen) Partei motivieren. Extreme Bewertungen können jedoch nur dann einen solchen positiven oder negativen Kandidaten-Effekt evozieren, wenn sich auch ein entsprechender *Spread* zwischen den Bewertungen der beiden Spitzenkandidaten ergibt. Würden beide Spitzenkandidaten extrem positiv bzw. negativ bewertet, wäre ein Kandidaten-Effekt dagegen unwahrscheinlich (vgl. auch Brettschneider 2002b).

ger die wahrgenommenen Unterschiede zwischen den Positionen und Kompetenzen der Parteien ausfallen (vgl. auch Brettschneider 2001, 2002b).

Diesen Überlegungen folgend sollten insbesondere jene Wähler am stärksten für kurzfristige Einflüsse durch Themen- bzw. Kandidaten empfänglich sein, die sich in der Mitte des politischen Spektrums verorten (und zwar unabhängig davon ob die Mitteposition hierbei tatsächlich eine ideologische Positionierung oder nur eine „Weis-nicht-Antwort" darstellt[71]). Auf der Aggregatebene wären Issue- bzw. Kandidateneffekt schließlich umso wahrscheinlicher und stärker, je stärker die Verteilung politischer Postionen und Kompetenzwahrnehmungen bzw. Kandidatenpräferenzen von der Verteilung der ideologischen (bzw. der Lager-) Orientierungen abweicht[72].

II.2.2.1. Issue-Orientierungen

Bei der ersten Bewertungsdimension anhand derer Parteien und Politiker im Integrierten Modell gemessen werden (können), handelt es sich also um die Einstellungen zu politisch relevanten Sachthemen. Hierbei erfolgt die Konzeptionalisierung dieser „Issue"-Komponente weitgehend analog zum klassischen Michigan-Modell, da sich bereits dort eine weitgehend problemlose Übertragung von den USA auf andere Länder gezeigt hatte (vgl. Schoen & Weins 2005: 226).

Begriff: Was genau ist ein Issue?

Nach Campbell et al. (1954: 112; 1960: 168-169) handelt es sich bei einem Issue um eine Streitfrage, welche konkret auf bestimmte politische Inhalte (Policies) Bezug nimmt. Barelson et al. (1954: 182) fassen diesen Begriff etwas weiter und definieren ihn als allgemeine Streitfrage, welche sich grundsätzlich auf alle Themen beziehen kann, die im Rahmen der politischen Auseinandersetzung Aufmerksamkeit erlangen können. Die Literatur verwendete den Begriff zunächst uneinheitlich (vgl. z.B. Fiorina 1981: 130-131; Rusk 1987: 95-96; Roller

[71] Positioniert sich eine Person bewusst in der ideologischen Mitte, schwankt sie praktisch zwischen zwei Lagern. Der bessere Spitzenkandidat oder das bessere Problemlösungskonzept könnte dann den Ausschlag geben. Handelt es sich bei der Mitte-Kategorie um die „non-attitude" eines politisch uninteressierten Wählers könnten zusätzlich bestimmte Positionen, die bei diesem tieferliegende aber konkrete Werte- oder Interessenlagen ansprechen, eine Wahlentscheidung herbeiführen.

[72] Findet beispielsweise eine politische Position, ein Problemlösungskonzept bzw. ein Spitzenkandidat eine Unterstützung von 70% des Elektorats, während unabhängig davon nur 30% des Elektorats den Parteien dieses Lagers ideologisch nahestehen, könnte die betreffende Partei bzw. Lager mit einem positiven Issue- bzw. Kandidateneffekt rechnen (vgl. auch Stokes et al. 1958: 382, Butler & Stokes 1974: 367-368; Miller & Shanks 1996; King 2002: 10-11).

1998: 176-177). Nach Schoen & Weins (2005: 226) hat sich zwar mittlerweile die erstere Variante weitgehend durchgesetzt. Im Rahmen dieser Arbeit wird jedoch stärker zur weiter gefassten Auffassung tendiert und unter einem Issue jedes Thema subsummiert, das dazu geeignet ist, von den politischen Konkurrenten politisiert zu werden bzw. welches allein dadurch, dass es in der öffentlichen Wahrnehmung präsent ist, einem politischen Wettbewerber zu einem politischen Vorteil oder Nachteil verhelfen kann.

Klassifikation von Issues

Sämtliche Themen, die somit grundsätzlich für den „Issue"-Status in Frage kommen, sind jedoch zunächst in deskriptiver Hinsicht unter inhaltlichen und zeitlichen Gesichtspunkten zu differenzieren und zu klassifizieren (vgl. Miller & Wattenberg 1985: 359-360), da – wie sich zeigen wird – der Wähler sich nicht mit Hilfe eines einzigen universellen Bewertungs- und Entscheidungsmechanismuses ein Urteil über alle diese möglichen Streitfragen bilden kann. So ist zunächst eine grundsätzliche inhaltliche Differenzierung dieser Issues nach Stokes (1963: 373) in *Valenzissues* und *Positionsissues* geboten.

Bei *„Valenzissues"*, handelt es sich dabei ursprünglich um jene Streitfragen bei denen sich die politischen Kontrahenten (und die Bevölkerung) einig sind über das angestrebte Ergebnis (z.B. Vollbeschäftigung), zu dessen Erreichung sie jedoch die Anwendung verschiedene Konzepte (z.B. Angebots- vs. Nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik) für richtig halten. Bei *„Positionsissues"*, handelt es sich dagegen ursprünglich um gegensätzliche gesamtgesellschaftliche Ziele (z.B. Marktwirtschaft vs. Planwirtschaft) die von den konkurrierenden Politikanbieter (sowie nennenswerten Teilen der Bevölkerung) verfolgt werden[73]. Zwischenzeitlich wurde diese ursprüngliche Differenzierung von Stokes (1963) jedoch stärker in Richtung einer Unterscheidung zwischen *Positionen*, bei denen der Wähler die angebotenen politischen Konzepte im Sinne von „richtig" oder „falsch" beurteilen muss sowie *Leistungen*, welche als Resultate von politischem Handeln vom Wähler entweder als „effektiv" oder „ineffektiv" zu beurteilen sind[74], weiterentwickelt (vgl. Shanks & Miller 1990: 145; Roller 1998: 179-182).

[73] Zwischenzeitlich wechselten Butler & Stokes (1974: 292) für ihre diesbezügliche Differenzierung das Unterscheidungskriterium: Demnach sollte dann ein Valenzissue vorliegen, wenn über das Ziel innerhalb einer Population ein weitgehender Konsens herrscht, während für das Vorliegen eines Positionsissues eine annähernd paritätische Verteilung der Einstellungen zu divergierenden Positionen maßgeblich wäre.

[74] Die Beurteilung kann dabei nach Fuchs & Rohrschneider (2005: 340) auf der Grundlage persönlicher erlebter Erfahrungen und/oder der wahrgenommenen medialen Vermittlung dieser Leistungen erfolgen.

In der temporalen Differenzierung ist zu unterscheiden zwischen *retrospektiven Urteilen*, bei denen der Wähler seine Wahlentscheidung auf Basis vergangenheitsorientierter Einstellungen trifft und so mit seiner Stimme einzelne Politikanbieter für ihr (Nicht-)Handeln entweder belohnt oder bestraft (vgl. Key 1966; Fiorina 1981), sowie *prospektiven Urteilen*, bei denen der Wähler bei seiner Wahlentscheidung den Blick in die Zukunft richtet und somit Erwartungen an bestimmte Politikanbieter zur Grundlage seiner Wahlentscheidung macht. (vgl. z.B. MacKuen et al. 1992; Erikson et al. 2000).

Aus der Kombination von inhaltlicher und zeitlicher Dimension ergeben sich vier Issue-Typen, von denen zwei Varianten besondere Beachtung hinsichtlich ihres Interpretations-Potenzials von Wahlergebnissen verdienen: Dies wären zum einen die *prospektiven Erwartungen von politischen Positionen* aus denen sich die notwendige Bedingung für einen Wählerauftrag an bestimmte Parteien bzw. Kandidaten zur Realisierung von bestimmten politischen Inhalten herleiten ließe[75][76] (vgl. Schoen & Weins 2005: 228; auch Dalton 2002: 197-199) sowie der *retrospektiven Beurteilung von Leistungen,* welche die Interpretation einer Wahlentscheidung als Abrechnung über Leitungen und Versagen von Regierung und Opposition zulassen würde.

Krämer & Rattinger (1997), Roller (1998: 187-188) und Schmitt (1998: 163) vermuten dabei, dass es dem Wähler leichter fallen sollte anlässlich einer Wahl retrospektiv über Leistungen der Politikanbieter zu richten als prospektiv deren verschiedene Positionen zu wichtigen Streitfragen zu ermitteln um dann mit seiner Stimme einen inhaltlichen Regierungsauftrag an eine Alternative zu vergeben. Rekurrierend auf das Argument, dass es *den* Wähler höchstwahrscheinlich nicht gibt, sondern dass zumindest zwischen politisch interessierten und uninteressierten Wählern zu differenzieren ist (vgl. Kapitel I.A.2. & II.2.1.6.), könnten sich beide Varianten als richtig erweisen. So ist zu vermuten, dass die politisch Interessierten die politischen Konzepte der konkurrierenden Parteien zumindest hinsichtlich deren grund-

[75] Diesbezüglich müsste jedoch eigentlich auch noch die hinreichende Bedingung erfüllt sein, dass ein entsprechend großer Anteil des Elektorats auch in der Lage ist die divergierenden politischen Postionen an die einzelnen Parteien richtig zuzuordnen (Schoen & Weins 2005: 228).

[76] Ebenso ist zu berücksichtigen, dass den einzelnen Issues nicht von allen (Gruppen von) Individuen dieselbe Wichtigkeit und damit Wahlentscheidungsrelevanz zuerkannt wird. Vielmehr kann von der Existenz mehrerer „issue publics“ innerhalb eines Elektorats ausgegangen werden, die bei Wahlen jeweils eigene Politikaufträge an die zur Wahl stehenden Politikanbieter senden und damit auch die Interpretation eines Wahlergebnisses als mehrheitliche Zustimmung zu bestimmten Politikinhalten bzw. Belohnung oder Bestrafung politischer Leistungen in Zweifel ziehen (vgl. Campbell et al. 1960: 176-177; Converse 1964: 245; Krosnick 1988, 1990; Niemi & Bartels 1985; Rabinowitz et al. 1982; Fournier et al. 2003; Schoen & Weins 2005: 230 sowie Seiten 96ff.).

sätzlicher politischer Stoßrichtung kennen und mit ihren persönlichen ideologischen Orientierungen in Bezug setzen können und somit in der Lage sind, eine bewusste Richtungsentscheidung zu treffen. Die politisch Uninteressierten können und wollen dies mangels politischer Kenntnisse und Beschäftigungsinteresse wiederum nicht[77]. Sie treffen stattdessen ein Urteil über die wahrgenommenen Leistungen der politischen Akteure, welche sich vergleichsweise unkompliziert durch die Massenmedien beziehen lassen. Retrospektive Leistungserfahrungen mit den politischen Akteuren sollten dabei insbesondere bei politisch interessierten wie uninteressierten Wählern, welche sich ideologisch in bzw. nahe der Mitte verorten, Grundlage für die Leistungserwartungen an diese Akteure in der Zukunft herangezogen werden. Bei Wählern mit ausgeprägter politischer Lagerorientierung sollte hingegen aufgrund der Wahrnehmung der Leistungen durch die „ideologische Brille" dieser Eindruck in Richtung der eigenen Präferenzen entsprechend „gefärbt" sein.

Die Entscheidungsmechanismen

Wie trifft nun der Wähler seine Entscheidung? Die Differenzierung in zwei Issue-Typen sowie die Vorüberlegungen dazu signalisieren bereits, dass Valenzissues und Positionsissues jeweils verschiedene Formen des Meinungsbildungsprozesses auslösen. Dies begründet sich im Kern darauf, dass bei der Entscheidung zwischen divergierenden politischen Konzepten bzw. Positionen die *vorhandenen Einstellungen* beim Individuum als Maßstab relevant werden, während bei Valenzissues letztlich die *Wahrnehmungen* entscheidend sind, aus welchen sich dann entsprechende Einstellungen hinsichtlich der unterschiedlichen Leistungen bzw. Kompetenzen der konkurrierenden politischen Anbieter erst bilden.

In beiden Fällen ist jedoch davon auszugehen, dass sich der Wähler seine Entscheidung nicht auf umständlichere Weise bilden wird als unbedingt nötig. Beispielsweise wäre es höchstwahrscheinlich selbst von politisch interessierten Wählern sehr idealistisch zu erwarten, dass diese sämtliche Wahlprogramme der Parteien und Kandidaten intensiv studieren bzw. extensive Informationen über deren vergangene Leistungen einholen, um dann auf Basis einer sorgsam ausgearbeiteten Präferenzordnung bzw. Leistungsbilanz eine wissenschaftlich-rational abgewogene Entscheidung zu treffen. Im Sinne der Verhältnismäßigkeit

[77] Auf diese Wähler würde daher, die in der Literatur (vgl. z.B. Schulz 2011: 178; Scherer 1990: 294ff.; Norris 2000: 213) postulierte These vom Menschen als „kognitiven Geizhals" (cognitive miser) am ehesten zutreffen, welcher als Gegenpart zum Ideal des „homo politicus", politische Informationen nur im notwendigsten Umfang sowie hauptsächlich im Falle erkennbaren Nutzens sowie individueller Handlungsrelevanz aufnimmt, „alltagsrational" verarbeitet und speichert.

werden die Wähler stattdessen wohl eher Entscheidungsmechanismen anwenden, die es ihnen erlauben, unter Aufwendung vertretbarer zeitlicher, materieller und kognitiver Ressourcen, eine einigermaßen informierte Entscheidung zu treffen. Die Wähler befinden sich damit letztlich in einer quasi-ökonomischen Situation in der sie zum einen entscheiden müssen von welchem angebotenen politischen Programm bzw. von der Regierungstätigkeit welches Politikanbieters sie den höchsten (materiellen oder immateriellen) Nutzen erwarten können und zum anderen wie sie – gemessen am persönlichen „Wert" der Wahlentscheidung selbst – unter Aufwendung von möglichst geringen Ressourcen zu einer Entscheidung finden. Es bietet sich daher an dieser Stelle – wie schon im ursprünglichen Michigan-Modell – die Integration von Modellen aus dem Gebiet der Rational-Choice-Theorien (Downs 1957) in optimaler Weise als systematische Ergänzung an[78].

„Information Shortcuts" reduzieren Entscheidungs- und Informationskosten

Mit den Mitteln und Wegen, wie der Wähler seine Entscheidungs- und Informationskosten die im Rahmen seiner Wahlentscheidung anfallen, reduzieren kann hat sich insbesondere Samuel Popkin (1993, 1994) intensiv beschäftigt und dabei zahlreiche sogenannte „*information shortcuts*" – also Heuristiken – entdeckt, die in der Lage wären, diese Aufgabe zu erfüllen. Als allgemeine Beispiele seien dabei genannt:

Alltagshandeln: Viele Informationen werden vom Wähler nicht in erster Linie als Grundlage für eine politische Wahlentscheidung erworben sondern fallen als Nebenprodukt von alltäglichen Handlungen an und können für die Bewertung von Politikanbietern kostenlos nutzbar gemacht werden.

Ebenso können *Meinungsführer* zum einen dafür sorgen, dass bestimmte Themen in den Fokus der Öffentlichkeit gelangen und zum anderen bieten sie dem Publikum entsprechende Beurteilungen für diese Sachverhalte an (Popkin 1993: 19-22)[79]. Eine mögliche Variante, wie diese Meinungsführer den Wählern bzw. bestimmten Wählergruppen eine aufwendige Aus-

[78] Insbesondere im ursprünglichen Michigan-Modell konnte dadurch gleichzeitig auch die Bedeutung der politischen Angebotsseite für das Wahlverhalten in das Modell eingebunden werden (vgl. auch Falter et al. 1990: 13; Falter et al.1992: 64f.), welche im „Integrierten Modell" grundsätzlich eine wichtigere Rolle spielt.

[79] In diesem Fall handelt es sich jedoch nicht um jene Meinungsführer aus Kapitel I.A.2 ., welche sich im persönlichen Umfeld der Wähler aufhalten und interpersonell mit diesen kommunizieren. Stattdessen handelt es sich hierbei vornehmlich um institutionelle Meinungsführer, welche beispielsweise aufgrund einer Position oder Amtsinhaberschaft in der Politik oder einer intermediären Organisation in der Öffentlichkeit stehen und sich vermittelt über die Medien an die Wählerschaft adressieren.

einandersetzung mit konkurrierenden politischen Standpunkten ersparen könnten, wäre dabei bereits deren Verhalten vìs-a-vìs bestimmten Politikanbietern in ihrer Eigenschaft als Interessenvertreter (vgl. z.B. Schoen & Weins 2005: 236).

Parteiidentifikation[80]: Sofern keine anderweitigen Informationen für den Wähler verfügbar sind bzw. aufwendig beschafft werden müssten und darüberhinaus keine einschneidende Veränderung der politischen Situation zu erwarten ist, können die Wähler auch – falls vorhanden – auf ihr „Leuchtfeuer in politischer See" (Falter 1977a: 478) als Entscheidungskriterium zur Beurteilung von Parteien und Kandidaten zurückgreifen (vgl. Popkin 1993: 24-25; Rahn 1993 m.w.L.; Campbell et al. 1960: 128; Miller & Shanks 1996: 121; Nimmo & Savage 1976; Conover 1981; Conover & Feldman 1982, 1989; Fiske 1986; Huckfeldt et al. 1999; Lau 1986; Richardson 1991; Shaffer 1972; Shively 1979; Lyons & Sheb 1992; Wright & Niemi 1983).

II.2.2.1.A. Entscheidung zwischen politischen Positionen bzw. Konzepten

Im Rahmen der sogenannten Positionsissues muss sich der Wähler definitionsgemäß zwischen mindestens zwei divergierenden Policy-Konzepten entscheiden. Idealerweise müsste er sich dabei für jenes Konzept entscheiden, welches ihm persönlich den höchsten materiellen und/oder ideellen Nutzen verspricht. Wie lässt sich jedoch dieser Nutzen zu vertretbaren Informationskosten ermitteln? Als Heuristik bietet sich in diesem Fall nach Downs (1957) das bereits an anderer Stelle (vgl. Kapitel II.2.1.3.) vorgestellte Konzept der Ideologie als Maßstab zur Bewertung konkreter politischer Positionen und Konzepte an.

Ideologie und Werte als Bewertungsmaßstab

Die Verwendung des Ideologie-Konzepts als Bewertungsmaßstab für politische Positionen im Rahmen von Rational-Choice-Modellen erfüllt maßgeblich den Sinn und Zweck bestimmte Wählergruppen mit bestimmten Parteien zusammenzubringen. Dies geschieht jedoch hier nicht in der Weise, dass Parteien als „politische Handelsvertreter" der materiellen oder ideellen Interessen einer bestimmten Bevölkerungsgruppe auftreten wie im Cleavage-Ansatz (vgl. Kapitel I.B.) sondern in Gestalt eines „politischen Maklers": Parteien werben dabei mit Ideologien um die elektorale Unterstützung jener Wählerschichten, die durch die Realisie-

[80] Gemeint ist in diesem konkreten Fall die Parteiidentifikation im Sinne des „running tally" aus laufenden Erfahrungen der Individuen mit den Politikanbietern nach z.B. Fiorina (1981) bzw. älteren Auslegungen von Berelson et al. (1954).

rung der mit der Ideologie assoziierten Inhalte einen Vorteil ziehen würden. Die Parteien, die nach Downs in erster Linie nach öffentlichen Posten streben, können dabei durchaus mehrere Bevölkerungsgruppen vertreten, die ihrerseits wiederum die betreffende Partei in Wählerstimmen „bezahlen“ (Downs 1957: 97). Die Wähler sparen auf diese Weise Informationskosten, denn durch den Umstand, dass jede Partei mit einer bestimmten Ideologie in Verbindung gebracht werden kann, die sich wiederum an die Belange bestimmter gesellschaftlicher Gruppen richtet, ist eine eingehende Beschäftigung mit den inhaltlichen Positionen von Parteien für den einzelnen Wähler obsolet (ebd.: 99).

Neben der Heuristik einer Ideologie würden sich dementsprechend analog auch die gesellschaftlichen Wertorientierungen (vgl. Kapitel I.B.1.2., I.B.2.2. & II.2.1.2.) eines Individuums als „besonders ökonomische Analyseeinheit von hoher Komplexitätsreduktionskraft“ (Kmieciak 1976: 150 zit. n. Klein 2005: 425) und damit als Mittel zur Informationskostenreduktion (vgl. Downs 1968: 96) anbieten. Wie bereits in Kapitel II.2.1.2. erläutert, stehen gesellschaftliche Wertvorstellungen einerseits im Zusammenhang mit einer eventuell vorhandenen Parteiidentifikation und schlagen sich andererseits – wie in den Kapiteln II.2.1.3. & II.2.1.8. erläutert – auch in den ideologischen Einstellungen nieder. In Abhängigkeit vom konkreten Inhalt der zu bewertenden Positionen, könnten daher von Wertorientierungen neben ideologisch vermittelten auch direkte Einflüsse auf die Issue-Orientierungen ausgehen. Diese sollten dabei insbesondere bei wertgeladenen Streitfragen – welche sicherlich im Rahmen von Positionsissues wesentlich eher anzutreffen sind als bei Valenzissues – ihre Wirkungen auf Kosten der relativen Bedeutung der Ideologie bzw. einer möglicherweise vorhandenen Partei- oder Lageridentifikation entfalten (vgl. auch Klein 2005: 430). Bei nicht wertgeladenen Themen sollten dagegen (falls vorhanden) die Parteibindung (Michigan-Modell, vgl. Jagodzinski 1981: 175) bzw. im „Integrierten Modell“ die ideologisch induzierte Lagerorientierung als Bewertungsmaßstab vorherrschend sein.

Die klassischen räumlichen Entscheidungsmodelle

Aufbauend auf Arbeiten von Hotelling (1929) und Smithies (1941) entwickelte Downs das *räumliche Modell der Parteienkonkurrenz*. Der Wähler bestimmt dabei sowohl die eigene als auch die wahrgenommene Position der Parteien auf einem ideologischen Links-Rechts-Kontinuum. Anhand der geringsten Differenz aus Ego- und Parteienstandpunkten kann der Wähler dann die ihm ideologisch am nächsten stehende Partei ermitteln (Downs 1957: 116).

Aufbauend auf dem Gedanken von Downs (1957: 39), nachdem wahrscheinlich kein Politikanbieter innerhalb einer Wahlperiode sein Programm komplett realisieren kann[81] sowie dem Aspekt, dass es hinsichtlich politischer Entscheidungen in der Regel immer einen Ausgangspunkt (status quo) gibt, erweiterte Grofman (1985) das Downs'sche Distanzmodell um den Faktor der Kompetenz, die der Wähler den jeweiligen Parteien bezüglich der Verwirklichung der von ihnen angestrebten Veränderungen ausgehend vom Referenzpunkt zuerkennt[82], zum sognannten *Discountmodell*.

Ebenso entstanden neben derartigen *Distanz*- auch verschiedene *Richtungsmodelle*, wie z.B. jenes von Matthews (1979): Hierbei wird das räumliche Modell des Kontinuums zu einer Dichotomie zwischen zwei „Richtungen" und einem neutralen Punkt[83] reduziert. Die Wähler orientieren sich nach diesem Modell nur nach der Richtung der erwarteten Veränderungen ausgehend vom status quo, nicht aber nach den – vermutlich aufwendiger zu ermittelnden – geringsten Distanzen zwischen eigenen Einstellungen und den programmatischen Positionen der Parteien und sparen damit zusätzlich Informationskosten (Matthews 1979: 142-143). Die ideologischen Dimensionen bilden folglich bei Matthews ein Koordinatensystem mit dem „neutralen Punkt" als Ursprung innerhalb dessen die Idealpunkte von Wählern und Parteien definiert werden können. Der Nutzen, der einem Wähler durch die von einer Partei angestrebten Veränderungen erwachsen könnte, ist dabei umso größer (kleiner), je kleiner (größer) der Winkel zwischen Vektoren ist, welche den Ursprung (status quo) mit den Positionen von Ego und Partei verbinden.

Ein weiteres Richtungsmodell von Rabinowitz & MacDonald (1989) orientiert sich einerseits an Ansätzen aus der Kognitionspsychologie und andererseits an der Theorie der Symbolischen Politik. Die Autoren halten dabei das räumliche Modell den kognitiven Prozessen der Wähler für unangemessen (ebd.: 94f) und schlagen deshalb die Betrachtung von Issues als politische Symbole vor[84], auf die die Wählerschaft in emotionaler und diffuser Form reagiert.

---

[81] „A voter makes his decision by comparing future performance he expects from competing parties. But if he is rational, he knows that no party will be able to do everything that it says it will do. Hence, he cannot merely compare platforms." (Downs 1957: 39).

[82] Der Wähler multipliziert also die Differenz aus dem von einer Partei angestrebten Endzustand und dem „status quo" mit einem prozentualen Faktor, der die erwartete Umsetzungskompetenz der Partei und die institutionellen Rahmenbedingungen berücksichtigt (Grofman 1985: 233).

[83] Der „neutrale Punkt" versteht sich dabei nach Merrill & Grofman (1999: 25) als Pendant zum Grofman'schen „status quo."

[84] Issues erhalten ihre Relevanz für Ego nicht ausschließlich aufgrund von Interessenlagen sondern sie können auch aufgrund ihres Symbolwertes Verhaltenswirksam werden (vgl. Sears et al. 1979, 1980; Klein 2002b). Zu-

Entscheidend ist dabei der neben der *Richtung* – also dem Aspekt das Ego und Partei in einem symbolischen Zielkonflikt auf derselben Seite stehen – die *Intensität* der mit der dieses Ziel von den infrage kommenden Parteien verfolgt wird. Dabei sollte sich der Wähler für die Partei entscheiden, die innerhalb einer „*region of acceptability*" (ebd.: 108; Hinich & Munger 1997: 187f.) den gemeinsamen Standpunkt am energischsten verfolgt.

Die Nachteile der räumlichen Modelle

So praktisch die einzelnen räumlichen Modelle zur Ermittlung von Politikpräferenzen auf den ersten Blick erscheinen, fehlt es ihnen doch an einigen entscheidenden Punkten an der Realitätstauglichkeit. Zum einen ist dabei zu bezweifeln, dass ausgehend von einem Idealpunkt im Politikraum der Nutzen des Wählers in alle Richtungen in gleicher Weise monoton sinkt. Ebenso haben nicht alle Issues bzw. politischen Dimensionen dieselbe Bedeutung für den Wähler und seine Wahlentscheidung. Dies ließe sich zwar mithilfe einer subjektiven Gewichtung korrigieren, trotzdem bleiben diese kompositionellen Präferenzmodelle unzuverlässig, da die Wähler in der Realität vor dem Problem stehen, dass sie nicht über einzelne Sachfragen sondern über Pakete von Sachfragen in Form von Wahlprogrammen, die von einer begrenzten Anzahl von Politikanbietern angeboten werden, abstimmen müssen. Die Wähler müssen folglich in einem Abwägungsprozess zwischen vielen verschiedenen Streitfragen eine Entscheidung treffen, welche ihnen jeweils wichtiger sind als andere. Dabei müssen sie gegebenenfalls akzeptieren, dass sie mit ihrer Stimme für ein Wahlprogramm, das in einer wichtigen Streitfrage ihre Position vertritt, gleichzeitig auf einem oder mehrerer anderer und individuell weniger wichtiger Politikfelder Positionen unterstützen, die nicht in ihrem Sinne sind (vgl. Arzheimer & Klein 2000: 389; Klein 2005b: 86).

Des Weiteren ergibt sich bei den räumlichen Modellen ein weiteres „non-attitude"-Problem: So könnte es beispielsweise selbst Personen, die in der Lage sind ihre eigenen Einstellungen zu einem bestimmten Issue auf einer Bewertungsskala anzugeben unmöglich sein, die Policy-Positionen aller relevanten Parteien hierzu ebenfalls auf dieser Skala verorten zu können. Aufgrund dieser Unkenntnis über die Position einer Partei innerhalb einer bipolaren Bewertungsskala weichen die Probanden auf die Mittelposition aus, was dazu führt, dass der Anteil der Befragten, die in der Lage sind, den einzelnen Parteien bestimmte Policy-Positionen zu-

---

dem sollte es dem Wähler leichter fallen sich zu symbolischen Fragen eine Meinung zu bilden, da diese gegenüber Technischen weniger anspruchsvoll und daher für das Wahlverhalten einflussreicher sind (Carmines & Stimson 1980: 80).

zuordnen, überschätz wird. Da die Mittelposition bei unwissenden Probanden nicht als inhaltliche Positionierung sondern faktisch als „Weiß-nicht"-Antwort auszulegen ist, wird die Validität einer solchen Erhebung letztlich infrage gestellt, da sich Personen nur dann an Positionsissues orientieren können, wenn sie die verschiedenen Standpunkte den einzelnen Politikanbietern zuordnen können (vgl. Arzheimer & Klein 2000: 390f.).

Ausweg: CONJOINT-Analyse?

Um diesen Unzulänglichkeiten zu begegnen und damit die Erforschung des aufschlussreichen Aspekts des Positions-bezogenen Wahlverhaltens weiterzuentwickeln bzw. zu retten, übertrugen Arzheimer & Klein (2000; vgl. auch Klein 2002a; Klein 2005b) die aus der Marketingwissenschaft bekannte CONJOINT-Analyse[85] auf die Präferenzbildung der Wähler hinsichtlich politischer Programme.

In Anlehnung an Brennan & Lomasky (1993), wonach „Wählen der expressive Konsum konkurrierender Konzeptionen des gesellschaftlich Wünschenswerten" (Arzheimer & Klein 2000: 399) ist, sollten die Wähler ihre Stimme jener Partei geben, deren Wahlprogramm die größten Übereinstimmungen mit ihren jeweiligen Präferenzen aufweist. Die konsequente Operationalisierung dieser Postulierung erfordert daher (1) eine inhaltliche Analyse der Wahlprogramme (2) deren Perzeption seitens der Wähler und (3) die Ermittlung des Einflusses der jeweiligen Einzel-Issues auf die persönliche Wahlentscheidung mittels der CONJOINT-Analyse (ebd.).

Es wäre daher zunächst zu ermitteln, von welchen Positionsissues der Wahlkampf im Wesentlichen geprägt wird und welche konkreten Standpunkte die rivalisierenden Politikanbieter hierzu jeweils einnehmen. Als nächstes würde im Rahmen eines experimentellen Versuchsplans ein Set von hypothetischen Wahlprogrammen entworfen. Jedes dieser fiktiven Wahlprogramme nimmt dabei zu jedem Issue eine in der öffentlichen Diskussion vertretene Position ein. Im nächsten Schritt werden diese hypothetischen Programme den Probanden präsentiert. Diese haben dann die Aufgabe die einzelnen Wahlplattformen anhand ihrer jeweiligen Präferenzvorstellungen zu bewerten. Ähnlich einer realen Wahlentscheidung sind die Testpersonen hierbei gezwungen, wünschenswerte gegenüber weniger wünschenswer-

[85] Die Conjoint-Analyse (CONsidered JOINTly, also: „ganzheitlich betrachtet") geht zurück auf die Arbeiten von Luce & Tukey (1964) und Green & Srnivasan (1978) und wird vornehmlich im Bereich des Marketings zur Erhebung von Konsumentenpräferenzen eingesetzt.

ten Positionen zu den einzelnen Issues abzuwägen, bevor sie eine endgültige Entscheidung treffen können.

Aufgrund der Konzipierung der fiktiven Wahlprogramme auf Basis eines experimentellen Versuchsplanes, ist es bei diesem Konzept möglich, anhand des Vergleichs der einzelnen Bewertungen, für jede mögliche inhaltliche Position den „Teilnutzenwert“ zu berechnen den diese zur Gesamtbeurteilung eines Wahlprogrammes beiträgt. Anhand der einzelnen Teilnutzenwerte lässt sich wiederum ablesen, um welchen Betrag die Bewertung einer Wahlplattform in der die jeweils dazugehörige Position enthalten ist, im Vergleich zur mittleren Beurteilung sämtlicher Wahlplattformen variiert (vgl. Klein 2005b: 68f).

Anhand der individuellen Teilnutzenwerte ist es im Rahmen dieses Verfahrens zudem möglich mit Hilfe einer Cluster-Analyse, Probanden mit vergleichbaren Präferenzstrukturen zu Gruppen zu aggregieren. Auf diese Weise wird es möglich sogenannte „(single) issue publics“ ausfindig zu machen, deren Mitglieder ihre Wahlentscheidung im Wesentlichen an einer oder wenigen Streitfragen ausrichten (ebd.: 75f.). Durch Ermittlung des Wahlverhaltens innerhalb der, mithilfe der Cluster-Analyse identifizierten Wählergruppen, ist es zudem möglich eine „präferenzbasierte Segmentierung der Nachfrageseite des politischen Marktes“ vorzunehmen und damit aufzuzeigen welche Wählergruppen von welchen programmatischen Alternativen angesprochen wurden (ebd.: 78).

Das Problem der CONJOINT-Analyse besteht jedoch insbesondere darin, dass sie (noch) nicht zum Standard-Repertoire der Wahlforschung gehört und deshalb, langfristige (geschweige denn länderübergreifende) Studien aufgrund der Datenlage falls überhaupt, dann nur sehr eingeschränkt möglich sind.

Das Verhalten der politische Eliten

Nicht zu vernachlässigen in Bezug auf die Bedeutung von Positionsissues ist die Rolle der politischen Eliten, da diese durch ihr Verhalten einen maßgeblichen Einfluss darauf haben können, ob und wenn ja, welche Bedeutung ein Issue bekommt: Wenn beispielsweise die Parteien und/oder Kandidaten ihren Wählern mit vergleichsweise wenig unterscheidbaren oder sogar unklaren Positionen gegenübertreten, dürfte dies für ein Themenorientiertes Wahlverhalten eher kontraproduktiv sein (vgl. Campbell et al. 1960: 180-181; ebenso Downs 1957). Themenbezogenes Wahlverhalten sollte demnach in erster Linie zu (Un-)Gunsten je-

ner Politikanbieter erfolgen, die mit eindeutigen Positionen vor die Wähler treten (vgl. Schmitt 1998: 168). Dass es sich dabei bei diesen Anbietern vornehmlich um die kleineren Parteien und deren Vertreter handelt, wird beispielsweise von Roth (2008: 45) damit begründet, dass die großen Parteien und ihre Repräsentanten bei der Anwendung einer solchen Positions-Wahlkampf-Strategie um eine Polarisierung innerhalb ihrer eigenen, oft sehr heterogenen Wählerschaft fürchten müssten. Ebenso haben sich nach Kirchheimer (1965: 27, 32) Westeuropas einstigen „Massenintegrationsparteien" im Verlauf der Nachkriegszeit zu „Allerweltsparteien (catch-all parties)" entwickelt, was unter Anderem zur Folge hatte, dass „ideologischen Komponenten" in radikaler Weise zugunsten von „Wahlpropaganda mit dem Ziel, die ganze Bevölkerung zu erfassen" beiseite geschoben wurden[86]. Das dies jedoch höchstwahrscheinlich auch zur Entfremdung nicht unbedeutender Wählerschichten geführt haben könnte, wurde bereits hingewiesen (vgl. Kapitel II.2.1.5.).

Die logische Konsequenz hieraus wäre also, dass die großen Parteien in Wahlkampfzeiten, *wenn* sie auf kontroverse Politikinhalte – wie sie Positionsissues in der Regel darstellen – zurückgreifen, diese wahlspezifisch entweder unter dem Aspekt auswählen müssten, der ihnen in der jeweiligen Situation die größtmögliche Wählerschaft zutreibt oder in irgendeiner Weise versuchen, beiden Seiten ein Politikangebot zu unterbreiten (vgl. auch Niedermayer 2009: 48). Eine andere Alternative wäre wiederum die, dass man als Politikanbieter darauf verzichtet „Position zu beziehen" und stattdessen mit der Ausrichtung der Wahlkampfaktivitäten auf Leistungs- bzw. Valenzissues ausweicht. Hierbei geht es – wie einleitend beschrieben – in erster Linie darum, als Politikanbieter in der Wahrnehmung der Bürger als möglichst kompetent im Hinblick auf die Erreichung nicht-kontroverser Ziele angesehen zu werden. Diese Strategie scheint auf den ersten Blick deshalb erfolgversprechend, weil Wahrnehmungen (bezüglich Kompetenzen und Leistungen) zunächst als manipulierbarer angesehen werden können als Einstellungen und Präferenzen (zu Positionen), welche aufgrund ihrer Evaluierung über die im persönlichen Einstellungssystem tief verwurzelten Ideologien und/oder Wertvorstellungen vergleichsweise Änderungsresistent sein sollten[87] (vgl. auch Pappi 2000: 103f.). Der Nachteil scheint jedoch der zu sein, dass Valenzissues aufgrund ihres geringeren Konfliktpotenzials nicht jene Mobilisierungswirkung entfalten können, wie

[86] Diese Entwicklung wird von einigen durchaus auch als „Verfall" der Institution Partei ausgelegt (vgl. Hallin & Mancini 2003: 40f.).
[87] Deswegen treten auch Projektionseffekte wesentlich häufiger auf als Persuasionseffekte (vgl. Markus & Converse 1979)

es Positionsissues könnten. Gerade die (ehemals) großen Volksparteien müssen sich also genau überlegen, ob sie es wirklich schaffen können im Wettstreit um Kompetenzwahrnehmungen der politischen Konkurrenz mehr Wählerstimmen streitig zu machen, als sie durch den Verzicht auf (kontroverse) Positionen und der dadurch möglicherweise induzierten De-Mobilisierung und/oder Abwanderung von Stammwählern verlieren würden.

II.2.2.1.B. Entscheidung zwischen wahrgenommenen Leistungen und Kompetenzen

Gegenüber den Positionsissues sollten die Valenzissues umso wahlentscheidender werden, je geringer die tatsächlichen und/oder die vom Wähler wahrgenommen Unterschiede der inhaltlichen Positionen der Politikanbieter ausfallen (vgl. auch Pappi & Shikano 2001; Schoen & Weins 2005: 231; Weßels 2004: 164).

Entscheidet sich jedoch der politische Wettbewerb der Politikanbieter *nicht* auf dem Feld der *Präferenzen* und *Einstellungen* (zu politischen Positionen) sondern auf dem Gebiet der *Wahrnehmungen* (von Leistungen und Kompetenzen), wird die politische Kommunikation zum alles entscheidenden Faktor (vgl. Pappi 2000: 103f.).

Durch politische Kommunikation müssen nämlich die Politikanbieter versuchen, als kompetent wahrgenommen zu werden. Diese Kompetenzwahrnehmungen müssen sich jedoch nicht auf alle Politikfelder gleichermaßen erstrecken. Dies wäre zum einen höchstwahrscheinlich ausgesprochen schwierig und zum anderen auch nicht beabsichtigt und sinnvoll, da allein schon aus Gründen der Unterscheidbarkeit sowie aus Rücksichtnahme auf Stammwählerschaften und anvisierte Zielgruppen innerhalb des Elektorats, die Politikanbieter versuchen müssen, entsprechende Schwerpunkte zu setzen. Aber auch dies garantiert noch nicht den Erfolg an der Wahlurne, da sich letztlich wohl nur jene Kompetenzen in Wählerstimmen umsetzten lassen, die zum Zeitpunkt der Wahl vom Elektorat auch als relevant erachtet werden.

Die politische Kommunikation von Parteien und Politikern muss demzufolge zwei entscheidende Leistungen vollbringen: Zum Einen muss erreicht werden, dass man als Politikanbieter auf einem oder mehreren Politikfeldern als kompetenter wahrgenommen wird als die politische Konkurrenz und zum Anderen muss erreicht werden, dass genau diese Kompetenzen dann am Wahltag auch nachgefragt werden. Infolge des in Kapitel I.B.2.2. bereits angesprochenen Medienwandels, welcher zu einer empfindlichen Erosion der exklusiven Vermitt-

lungskanäle für parteipolitische Botschaften (z.B. Partei- bzw. Gesinnungspresse; vgl. Jarren 1998: 76) und dem Aufstieg der elektronischen Massenmedien (sowie Boulevardmedien) als vorherrschende Informationsvermittlungs- und Deutungsagenturen führte, verfügen jedoch die politischen Akteure nicht mehr über ihre einstmaligen Einflussmöglichkeiten auf die Gestaltung dieser wahlentscheidenden Wahrnehmungen, sondern sind nun in erheblichem Maße auf die Vermittlungsleistungen dieser Massenmedien angewiesen. Da sich diese dabei jedoch nicht ohne Weiteres in den Dienst von Parteien und Politikern stellen lassen, sondern stattdessen vornehmlich ihren eigenen Logiken und gegebenenfalls sogar politischen Interessen folgen, können auch sie, wie die folgenden Ausführen zeigen werden, indirekt zu einem unter Umständen größeren wahlentscheidenden Faktor erwachsen als die Väter des ursprünglichen Michigan-Modells es ihnen damals zubilligten[88].

Das Entscheidungsmodell

Zunächst ist jedoch ein grundlegendes Entscheidungsmodell für Valenzissues gefragt: Einen Lösungsansatz ließe sich hier in Anlehnung an die auf Robertson (1976b) zurückgehende *Salienztheorie* entwickeln. Hiernach verfügen die meisten Wähler, aufgrund mangelnder Kenntnisse über die Existenz politische Streitfragen und den diesbezüglich von den Parteien angebotenen Lösungsangeboten, über keine bestimmten Policy-Präferenzen (Petrocik 1996: 830). Aufgrund begrenzter kognitiver Ressourcen und den hohen Informationskosten sind sie ebenfalls nicht in der Lage, die Auswirkungen einer konkreten politischen Entscheidung auf ihre individuelle Lebenssituation herstellen zu können. Ihr Interesse richtet sich daher nicht auf spezifische politische Entscheidungen sondern auf die Lösung allgemeiner politischer Probleme (ebd.; vgl. auch Campbell et al. 1960: 175). Gesellschaftliche Probleme werden dabei in der Weise zu *relevanten* gesellschaftlichen Problemen indem sie (1) als gesellschaftliches Problem definiert (2) gegebenenfalls in einen ideologischen Zusammenhang

[88] Bereits nach Campbell et al. (1960: 60) hängt die Wahlentscheidung einiger Wähler von deren wahrgenommener Wichtigkeit hinsichtlich bestimmter Themen ab, wobei hier neben den persönlichen Interessen, langfristigen Einstellungen auch die Medienberichterstattung zum tragen kommen. Da jedoch die Medienberichterstattung in der klassischen Diktion der Michigan-School nicht zu den sogenannten „personal conditions“ zählte – also zu jenen Faktoren, die sich innerhalb des „Kausalitätstrichters“ befinden – hatte diese für das Michigan-Modell keine Relevanz und wurde deshalb auch von den empirischen Analysen ausgespart. Wichtig waren für Campbell et al. (1954, 1960) in erster Linie die konkreten Wahrnehmungen der Wähler hinsichtlich Kompetenzen und Eigenschaften von Politikern und Parteien. Ereignisse, die sich außerhalb der unmittelbaren Wahrnehmung der Wähler abspielen, bezeichneten die Autoren als „external conditions“. Diese können jedoch über das Vehikel der interpersonalen wie massenmedialen Kommunikation Eingang in den „funnel of causality“ und damit auf die Wahrnehmungsebene erlangen (vgl. Campbell et al. 1960: 31). Ebenso weisen sie bereits darauf hin, dass Diskrepanzen zwischen der tatsächlichen und der vom Wähler wahrgenommenen Realität durch Medieneinflüsse verursacht sein könnten (ebd.: 44).

gestellt und (3) der Öffentlichkeit bewusst gemacht werden (Robertson 1976b: 5). Die Politikanbieter wiederum konkurrieren mit entsprechenden Lösungsansätzen bei den Wählern um eine möglichst hohe Kompetenz-Zuschreibung hinsichtlich der Bewältigung dieser gesamtgesellschaftlichen Probleme. Der Assoziierung von Problemlösungskompetenz auf bestimmten Politikfeldern mit bestimmten Parteien seitens der Wähler kommt dabei eine wahlentscheidende Bedeutung zu. Im Idealfall kann es dabei einer Partei gelingen, ein bestimmtes Themenfeld durch entsprechende Profilierung (speziell im Rahmen von gesellschaftlichen Konflikten) dauerhaft für sich zu reklamieren und damit ein sogenanntes „*issue-ownership*" begründen (Petrocik 1996: 827). Um dies zu erreichen ist es notwendig, dass sie auf dem betreffenden Politikfeld von relevanten Teilen der Bevölkerung als kompetent wahrgenommen wird – und zwar unabhängig davon, ob sie es tatsächlich ist.

Entscheidend sind also nicht die *tatsächlichen* Eigenschaften und Fähigkeiten eines Politikanbieters sondern die von den Wählern *Wahrgenommenen*. Sofern die Wähler diese Wahrnehmungen von Eigenschaften und Fähigkeiten von Politikanbietern dabei nicht aus ihren vorhandenen langfristigen politischen Orientierungen (Werten, Interessen, Ideologie, Lagerorientierung oder Parteiidentifikation) ableiten, können sie diese eigentlich nur (1) aus direkten Beobachtungen (2) persönlichen Gesprächen und (3) durch die Massenmedien beziehen. Da jedoch nur vergleichsweise wenige Wähler sich – beispielsweise durch Besuche von Wahlkampfveranstaltungen oder durch Diskussionen mit Parteivertretern an deren Infoständen – einen unvermittelten Eindruck von den politischen Wettbewerbern verschaffen, kommt den Massenmedien – und hierbei insbesondere dem Fernsehen – eine Schlüsselrolle bei der Wahrnehmung dieser Eigenschaften zu (vgl. auch Brettschneider 2002a: 36, 2005: 483).

Wie versuchen politische Akteure Kompetenz(-Wahrnehmungen) zu erzeugen?

Um auf bestimmten Politikfeldern hohe Kompetenzwerte von den Wählern zugesprochen zu bekommen, behandeln die Parteien nicht alle im politischen Raum diskutierten Sachfragen mit gleicher Intensität, sondern versuchen sich – jeweils durch selektive Betonung bestimmter Politikfelder – von ihren Mitbewerbern abzugrenzen[89] (vgl. Budge 1993: 47; Budge & Farlie 1983: 23f.). Die Intensität, mit der diese selektive Betonung betrieben wird, gibt dabei

[89] Die Mitglieder des Comparative Manifesto Research Projecs (CMP) gelangen im Rahmen ihrer Untersuchungen und Vergleiche von Parteiprogrammen immer wieder zu der Erkenntnis, dass der tatsächliche Unterschied in den inhaltlichen Positionen der Parteien meist nur gering ist (Budge 1993: 47).

Aufschluss über die angestrebte *Salienz* dieses Themas innerhalb der Wählerschaft (vgl. Klingemann et al. 1994). Die Parteien und Politiker verfolgen damit das Ziel, mit einem bestimmten Themenfeld derart identifiziert zu werden, dass sie im Falle einer gesteigerten öffentlichen Aufmerksamkeit für ein bestimmtes Issue, welches diesem Politikfeld zuzurechnen ist, unweigerlich profitieren. Im Verlauf eines Wahlkampfes werden sie schließlich ihre Anstrengungen darauf konzentrieren, die Aufmerksamkeit der Wähler auf jene Sachthemen zu richten, die sich auf Politikfeldern befinden, bei denen ihnen jeweils hohe Kompetenzwerte zugesprochen werden[90] (vgl. Budge & Farlie 1983: 269).

Politische Amtsinhaber werden zudem versuchen Kompetenz mit Hilfe des *Amtsbonus* (Popkin 1993: 33) zu vermitteln, indem sie - in Kenntnis der mangelnden Fähigkeiten der meisten Wähler, die tatsächliche Leistungsfähigkeit der Amtsinhaber durch den Vergleich von einst gegebenen Wahlversprechen und über die Legislaturperiode erbrachten Leistungen, einschätzen zu können – (1) ihre eigenen Leistungen zum Thema machen (2) möglichst viele allgemein als erfreulich erachtete Entwicklungen (wie z.B. Frieden, Sicherheit, Wirtschaftswachstum) als Ergebnis eigener Leitungen darzustellen und (3) die Nicht-Beweisbarkeit der Kompetenz der politischen Gegenseite betonen[91].

Für die Wahlkampfstrategie der Parteien und Politiker bedeutet dies, dass wenn Valenzissues im Zentrum der politischen Auseinandersetzung stehen, nicht die Konfrontation gegensätzlicher Positionen und die Überzeugung der Wähler von den eigenen Standpunkten im Mittelpunkt stehen sondern das *in-den-Vordergrund-rücken* („*Priming*“; vgl. Seite 106f.) jener Themen, von denen sie jeweils selbst profitieren würden (vgl. Pappi 2000: 101). Ebenso muss sich der Wähler nicht zwischen alternativen Problemlösungskonzepten sondern zwischen „*selective policy agendas*“ (Klingemann et al. 1994: 25) entscheiden.

Gleichzeitig gilt es für die Parteien und Politiker auf Basis ihrer vorhandenen Reputation, welche sich stets auf in der Vergangenheit erworbenen oder zugeschriebenen Fähigkeiten und Unzulänglichkeiten auf bestimmten Themenfeldern begründet (vgl. Klingemann et al. 1994: 27), eine entsprechende Imagepflege zu betreiben, welche einerseits die vorhandenen Stärken auf bestimmten Themenfeldern hervorhebt und andererseits bestrebt ist, auf ande-

[90] Die Diskussion konzentriert sich dabei vornehmlich auf die allgemeine Darstellung eigener Erfolge und Zukunftsversprechungen und weniger auf Einzelheiten (Budge & Farlie 1983).
[91] Popkin (1993: 19, 31) geht jedoch von einer begrenzten Reichweite des Erfolgs einer solchen Strategie aus, da die Wähler – allein schon aufgrund der einfacheren Beschaffung aktueller gegenüber retrospektiver Informationen – eher Gegenwarts- als Vergangenheitsorientiert sind.

ren Themenfeldern entsprechende Kompetenzzuschreibungen zu erwerben ohne dabei an Glaubwürdigkeit zu verlieren, indem man sich zu weit oder zu schnell von seinen vorhandenen Hoch-Kompetenz-Politikfeldern distanziert (vgl. auch Pappi 2000: 101f.).

Welche Themen werden für den Wähler entscheidungsrelevant? – Die Rolle und der Einfluss der Massenmedien

Inwieweit es also Parteien und Politikern gelingt, (1) dem Publikum die eigenen Problemlösungskompetenzen auf bestimmten Politikfeldern zu vermitteln und (2) dann dafür zu sorgen, dass gerade solche Issues, die sich auf diesen Politikfeldern befinden, in Wahlkampfzeiten möglichst als die wichtigsten gesamtgesellschaftlichen Probleme wahrgenommen werden, hängt in entscheidenden Maße von deren Fähigkeit ab, bei jenen Teilen des Elektorats, deren Issue-Orientierungen und Kompetenzwahrnehmungen nicht bereits durch langfristige politische Orientierungen weitgehend determiniert sind, entsprechende Prioritäts- und Kompetenzwahrnehmungen zu erzeugen.

Eine entscheidende Bedeutung kommt hierbei den Massenmedien zu, welche im Zuge der „Postmodernisierung“ von Wirtschaft und Gesellschaft, den Parteien einen Großteil ihrer Vermittlungs- und Deutungsmacht abgenommen haben (vgl. Seiten 39ff.). Diese Entwicklung konnte daher auch nicht spurlos an der politischen Kommunikationskultur vorbeigehen. So hat sich nach Hallin & Mancini (2003: 47) das journalistische Selbstverständnis in Westeuropa sowie den Vereinigten Staaten seit den 1960er und 1970er Jahren maßgeblich verändert: Die bisher eher parteipolitische Kommunikationskultur hat sich wesentlich in Richtung einer medienorientierten Kommunikationskultur gewandelt[92]. So hat sich der Stil der Berichterstattung von einem „relativ respektvollen Umgang mit etablierten Eliten und Institutionen hin zu einer aktiveren und unabhängigeren Haltung“(ebd.) entwickelt. Medienvertreter lassen sich folglich nicht mehr von politischen und gesellschaftlichen Akteuren als Forum oder Verlautbarungsinstanz instrumentalisieren sondern streben nach einem eigenständigen Einfluss

[92] Pfetsch (2003a: 404; 2003b: 51-53) unterscheidet nach Maßgabe der Ausrichtung der politischen Öffentlichkeitsarbeit nach der Medien- oder der politischen Logik sowie der Distanz zwischen politischen Sprechern und Journalisten (groß/klein) zwischen einem parteipolitischen, einem strategischen, einem PR-orientierten und einem medienorientierten Kommunikationskulturtyp. Ersterer und Letzterer bilden dabei die Extreme. Dabei wird im ersten Extrem die politische Kommunikation von der (Macht-)Logik der poltischen Akteure determiniert, dem sich die Medien unterzuordnen haben, während im zweiten Extrem die politischen Akteure zu reinen Kommunikatoren bzw. „Schauspielern“ degradiert werden und die Medien als politische Kontrolleure bzw. Publikumsunterhalter agieren.

auf politische Diskussionen und Institutionen sowie deren Entscheidungsprozessen (vgl. Hallin & Mancini 2003; Maurer 2008: 87).

Für die Politikanbieter ergibt sich hieraus die Konsequenz, dass diese die Medienlogik zumindest antizipieren, wenn nicht sogar sich dieser in gewisser Weise unterwerfen müssen um ihre Botschaften wirksam unters Volk bringen zu können (vgl. z.B. Maurer 2008: 87). Aus diesem Grunde lohnt es sich zunächst einen genaueren Blick auf die Funktionsweise der Medienlogik zu werfen, bevor auf die konkreten Einflussmöglichkeiten von Politik und Medien auf die Issue-Agenda und die Kompetenzzuweisungen an politische Akteure eingegangen wird.

Die Medien als „Gatekeeper" zwischen Realität und konstruiertem Wählerweltbild

Nach Neisser (1975:124) konstruiert sich der Wähler ein Weltbild,

> „indem er aus der unendlichen Reizinformation in seiner Umgebung einen kleinen Betrag auswählt, einen großen Betrag aus seinem Gedächtnis hinzufügt und aus dem ganzen eine sinnvolle Vorstellung bildet" (vgl. Schulz 2011:77).

Hierbei kommen dem Wähler insbesondere die Medien in ihrer Eigenschaft als „informationsverarbeitende Systeme" (Lippmann 1922) zur Hilfe. Die Medien selektieren, interpretieren und bewerten aus dem riesigen Strohm tagtäglich anfallender Informationen, welche in ihrer Summe jegliche Fähigkeiten menschlicher und medialer Verarbeitungs- und Speicherfähigkeit sprengen würde, solche heraus, die ihren Rezipienten für den Aufbau eines in sozialer und politischer Hinsicht entgegenkommenden Weltbildes hilfreich sind (vgl. Schulz 2011: 76). Dies bedeutet jedoch auch, dass jene politischen Ereignisse, die diesem Selektionsprozess zum Opfer fallen, für das breite Publikum praktisch nicht stattgefunden haben (vgl. Glaab 2000: 108).

Durch diese Filterfunktion, kommt den Medien jedoch auch eine entscheidende Rolle im politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess zu. Schließlich ist nicht garantiert, dass die Selektion von Mitteilungen seitens der Medien stets unter dem Aspekt ihrer objektiven sozialen und politischen Wichtigkeit erfolgt. Realistischer ist vielmehr, dass die Medien sich bei ihrer Themenauswahl neben journalistischen Normen, Traditionen, subjektiven Vorlieben und Abneigungen sowie objektiven Medienproduktionserfordernissen und –Routinen,

hauptsächlich an sogenannten „Nachrichtenfaktoren[93]“ orientieren (Schulz 2011: 80). Sie erschaffen so in einer für den Seher, Hörer oder Leser wenig durchschaubaren Weise (Jun 2009: 273), eine eigene (Medien-)Realität.

Dieses medial konstruierte Weltbild, muss jedoch in Bezug auf die Realität nicht unbedingt repräsentativ sein (vgl. Schulz 1989; Kepplinger 1989a, 1998b). Schließlich nehmen erstens in der Berichterstattung Mitteilungen mit hohem Nachrichtenwert einen überproportionalen Raum ein und zweitens werden diese darüberhinaus noch entsprechend akzentuiert (Schulz 2011: 80, 92). Auch in Bezug auf die verschiedenen politischen Issues ist daher nicht unbedingt davon auszugehen, dass deren wahrgenommene Wichtig- und Dringlichkeit ausschließlich aus objektiven Gegebenheiten bzw. Entwicklungen resultiert sondern vielmehr abhängig ist von Umfang und Art der Berichterstattung (ebd.: 145).

Es entsteht so jedoch im Wesentlichen die menschliche Vorstellung von der sie umgebenden Realität, welche sich ihrerseits wiederum positiv oder negativ auf die Beurteilung von Parteien und Kandidaten auswirken kann und zwar insbesondere dann, wenn es sich bei den medial dominierenden Themen um solche handelt, die von den Bürgern als wichtig erachtet werden (Brettschneider 2005: 484). Zur Entstehung von Medieneffekten ist es folglich überhaupt nicht notwendig, dass Parteien oder Politiker von den Medien beurteilt werden, es reicht stattdessen aus, wenn sie bezüglich relevanter Sachfragen die Wahrnehmung der Wähler beeinflussen, da auf Basis dieser Wahrnehmungen deren Wahlentscheidung getroffen wird (vgl. Brettschneider 2005: 487).

> „Was da entsteht an vereinfachenden Bildern der Wirklichkeit, das ist die Wirklichkeit der Menschen, die ‚pictures in our heads‘, das ist unsere Realität. Was immer die Wirklichkeit tatsächlich sein mag, es ist bedeutungslos, nur unsere Annahmen über die Wirklichkeit zählen, nur sie bestimmen unsere Erwartungen, Hoffnungen, Anstrengungen, Gefühle, nur sie bestimmen unsere Handlungen.“ (Noelle-Neumann 1980 [2001]: 214f.)

Agenda-Setting: Die Hitparade der wichtigsten politischen Probleme

Da den Mediennutzern die einzelnen Themen umso präsenter sind, je mehr diese mediale Beachtung finden und je auffälliger sie präsentiert werden (insbesondere Top-Meldungen und Zeitungsaufmacher über Themen mit ausgeprägten Nachrichtenfaktorprofil), prägen

[93] Als besonders „hochwertige” Nachrichtenfaktoren haben sich dabei empirisch nach Fretwurst (2008: 220ff.) Negativismus, also konfliktreiche und kontroverse Themen sowie die Involvierung prominenter bzw. einflussreicher Persönlichkeiten erwiesen. Da sich die Journalisten wiederum an solchen Nachrichtenfaktoren orientieren, lässt sich der große Raum erklären, den Themen mit solchen Merkmalen in der medialen Berichterstattung einnehmen (vgl. Schulz 2011: 92f.).

Nachrichtenfaktoren nicht nur die Agenda der Massenmedien sondern mittelbar auch die Agenda der Bevölkerung, da deren Ereigniswahrnehmung ähnlichen Selektionskriterien folgt wie die Nachrichtenselektion der Medien (Schulz 2011: 195; vgl. auch Schulz 1978)[94].

Es bildet sich auf diese Weise – also durch an Nachrichtenfaktoren orientierter, unterschiedlicher medialer Beachtungshäufigkeit und redaktioneller Zuschreibung von Relevanz bezüglich verschiedenster gesamtgesellschaftlicher Themen – beim Publikum eine Rangordnung („*Agenda*“) der vermeintlich aktuell drängendsten politischen Probleme. McCombs & Shaw (1972; vgl. auch Rogers et al. 1997) bezeichnen diesen Vorgang als „*Agenda-Setting*“. Massenmedien nehmen so mittelbar Einfluss auf die Bildung von politischen Einstellungen bei den Wählern indem sie diesen zwar nicht unmittelbar sagen *was* sie zu denken haben sondern ihnen stattdessen zu verstehen geben *worüber* sie sich Gedanken machen sollten[95] (vgl. Cohen 1963: 13).

Fernsehen und Presse nehmen bei diesem Vorgang jedoch unterschiedliche Rollen ein: So wird das eigentliche *Agenda-Setting*, also das setzten der wichtigsten Themen von den Zeitungen übernommen, während das Fernsehen im Sinne eines „*spotlighting*“ die wichtigsten dieser Themen hervorhebt und ihnen entsprechende Breitenwirkung verschafft (vgl. Ehlers 1983).

Priming

Neben den zwischenzeitlich empirisch gesicherten Wirkungen des Agenda-Settings (vgl. Iyengar 1991; Weaver 1991; Iyengar & Simon 2000) können die Medien, über die implizite Definition der Wichtigkeit eines Issues hinaus, auch Einfluss darauf nehmen, welchen Teil-Aspekten dieses Issues mehr oder weniger Beachtung geschenkt und damit Relevanz verliehen wird. Neben diesem *Second-Level Agenda-Setting* (McCombs, Shaw & Weaver 1997; Weaver, McCombs & Shaw 1998) können die Medien zudem Einfluss darauf nehmen, unter welchen Gesichtspunkten eine Beurteilung politischer Sachverhalte vorgenommen werden

[94] Durch die Orientierung an intensiv ausgeprägten Nachrichtenfaktoren entwickeln die Mediennutzer zudem kognitive Schemata und Heuristiken, welche die Verarbeitung von Nachrichten organisieren (vgl. Eilders 1997; Woelke 2003). Individuelle persönliche Merkmale wie die politische Kompetenz, Issue-spezifisches Vorwissen und Interesse sowie der situative Kontext bei der Wahrnehmung einzelner Berichte verhindern dabei, dass sich Medieninhalte unverändert im Vorstellungssystem der Bürger niederschlagen (vgl. Schulz 2011: 195).

[95] „The evidence available suggests very strongly that people think about what they are told, if only subconsciously, but at no level do they merely think what they are told.“ (Trenaman & McQuail 1961: 178).

sollte[96]. Diese Beeinflussungsmöglichkeit bezeichnet man als *Priming* (vgl. Schulz 2011: 147f.; Scheufele & Tewksbury 2007; Iyengar & Kinder 1987; Miller & Krosnick 1997).

Priming-Effekte resultieren dabei aus dem Umstand, dass sich die meisten Wähler ihr Kompetenzurteil über eine Partei oder einen Politiker nicht auf der Basis systematisch abgewogener und vollständiger Informationen über alle wahrgenommenen Kompetenzen auf den verschiedenen Politikfeldern bilden, sondern in erster Linie für ihr Gesamturteil spontan jene Kompetenz heranziehen, die diesem Politikanbieter auf dem Politikfeld zuerkannt wird, das zum Bewertungszeitpunkt gerade aktuell und damit gedanklich verfügbar, also „*top of the head*" ist (vgl. u.a. Zaller 1992; Taylor & Fiske 1978). Welche Themen dies sind, darüber entscheiden im Wesentlichen die Medien in ihrer Eigenschaft als Agenda-Setter; also über die Fähigkeit durch thematische Schwerpunktsetzungen bestimmten Themen(-Aspekten) eine größere Wahrnehmung in der Bevölkerung zu verleihen als anderen. Da einerseits eine Vielzahl von Wählern die medial vorherrschenden Themen zur Kompetenzbewertung von Parteien und Politikern heranziehen und diese andererseits auf verschiedenen Politikfeldern unterschiedlich kompetent wahrgenommen werden, kommt der Medienberichterstattung damit unter Umständen ein wahlentscheidender Einfluss zu, da von der jeweiligen thematischen Schwerpunktsetzung immer der Politikanbieter profitiert, dem auf dem betreffenden Politikfeld, in der Wahrnehmung der Bevölkerung, die größte Kompetenz attestiert wird (vgl. Brettschneider 2005: 488ff.).

Die Medien brauchen also um die Meinungsbildung und damit letztlich auch die Wahlentscheidung zu beeinflussen, keine wertenden Aussagen über Parteien und Kandidaten vornehmen, die darauf abzielen vorhandene Einstellungen zu verändern; stattdessen reicht es vollkommen aus, vorhandene Einstellungen unterschiedlich stark zu aktualisieren (vgl. Kepplinger et al. 1989a: 75; ähnlich Weaver 1991).

Framing

Mit dem *Priming* verwandt ist der Vorgang des *Framings*. Beschreibt ersterer die Verleihung von Salienz für bestimmte politische Objekte (Themen), bezeichnet letzterer Prozess die Betonung bestimmter Attribute und Facetten dieser Objekte (vgl. McCombs & Estrada 1997:

[96] "By calling attention to some matters while ignoring others, television news influences the standards by which governments, presidents, policies, and candidates for public office are judged. Priming refers to changes in the standards that people use to make political evaluations." (Iyengar & Kinder 1987: 63).

239f.).Hierbei wird durch die Hervorhebung bestimmter Teilaspekte, Deutungsmuster, Problemdefinitionen und –Lösungswege, Ursachenzuschreibungen sowie moralische Beurteilungen oder verwendete Begrifflichkeiten durch Medien oder Diskussionsteilnehmer, in präjudizierender Weise Einfluss auf den Interpretationsrahmen bzw. die Interpretationskriterien für ein bestimmtes Issue im öffentlichen politischen Diskurs genommen[97] [98] (vgl. Schulz 2011: 148f.; Entman 1993; Simon & Jerit 2007; Iyengar 1991; Nelson et al. 1997).

In der Regel funktioniert dies jedoch lediglich bei solchen Themen, die vollkommen neu auf der politischen Tagesordnung auftauchen und zu denen sich der Wähler (ob mit oder ohne Parteibindung) folglich noch keine Meinung gebildet haben konnte. In solchen Tabula-rasa-Situationen können die Medien durch Hervorhebung einer bestimmten Beurteilungsperspektive Einfluss auf den Interpretationsrahmen für den weiteren öffentlichen Diskurs nehmen. Bei bereits eingeführten Themen sind die Wirkungen solcher mehr oder weniger direkten Medieneinflüsse sind jedoch sehr begrenzt, da sich die Wähler bei ihrer Themenorientierung für gewöhnlich nicht nach den Regeln des Stimulus-Response-Modells verhalten, welches den Vorstellungen von persuasiven Medieneinflüssen zugrunde liegt. Bei Personen mit starker Parteiidentifikation prallen persuasive Botschaften gewöhnlich an deren Wahrnehmungsfilter ab und auch bei Menschen ohne Parteibindung hängt der Erfolg solcher Medienwirkungen stark vom jeweiligen Themengebiet ab. Ebenso verstärken Wertorientierungen die Resistenz von bestehenden Einstellungen gegenüber Medieneinflüssen. Insbesondere dann, wenn sich eine Person hinsichtlich eines bestimmten Issues nicht erst seit kurzem eine Meinung gebildet hat, müsste sie schon einer extrem heftigen, konsonanten und zudem neue Informationen liefernden Medienberichterstattung ausgesetzt werden um einen entsprechenden Einstellungswechsel herbeizuführen (vgl. Brettschneider 2005: 483f.; Jasperson et al. 1998).

[97] “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described" (Entman 1993:52). "When frames suggest what the essence of an issue is, they provide a kind of mental recipe for preparing an opinion" (vgl. Nelson & Kinder 1996: 1058; vgl. auch Zaller & Feldman 1992: 610). "Framing effects occur whenever altering the formulation of a problem, or shifting the point of view of an observer, changes the information and ideas the observer will use when making decisions" (Popkin 1991: 82).

[98] Von diesem Mitteilungs-Framing ist das kognitive Framing zu differenzieren (vgl. Pan 2008; Scheufele 2008). Während sich ersteres auf die Medienberichterstattung bezieht, handelt es bei letzterem um die individuelle mentale Vorstellung von einem Issue bei Autoren und Rezipienten von Medienberichten (vgl. Früh 1994).

Konsonanz

Die Stärke, mit der sich Medieneinwirkungen in den Einstellungen und Verhaltensweisen der Bürger niederschlagen kann, hängt insbesondere von der Konsonanz der Berichterstattung ab (vgl. Noelle-Neumann 1973a). Eine hohe Konsonanz hat dabei das Potenzial eine dynamischen Wechselwirkung in Gang zu setzten, wie es Noelle-Neumann (1980 [2001]) in ihrem Konzept der „Schweigespirale“[99] beschreibt. Am Ende kann so auf dem Wege der konsonanten Darstellung eines, von den realen Verhältnissen abweichenden politischen Realitätsbildes, das Meinungsklima, das kollektive Selbstvertrauen sowie die Bevölkerungsmentalität verändert und damit ein grundsätzlicher gesellschaftlicher Meinungswandel herbeigeführt werden, welcher sich dann auch in der Wahlentscheidung niederschlägt (vgl. auch Peter 2003; Noelle-Neumann 1978). Neben der Orientierung der Medien an denselben Nachrichtenfaktoren oder –Ideologien (vgl. Westerstahl & Johannsson 1986, 1994; Kepplinger & Weissbecker 1991) können die Ursachen für eine konsonante Berichterstattung auch in der Koorientierung innerhalb des Mediensystems, der Kollegen- oder Leitmedienorientierung seitens der Journalisten (Breed 1955) („intermedia agenda-setting“; Shoemaker 1989: Kap. 5 & 6) sowie der Orientierung an Auflagen bzw. Einschaltquoten und dem damit induzierten inhaltlichen Mainstreaming (Gerbner et al. 1982; sowie Kapitel II.2.1.7.), begründet liegen.

Der „Kampf“ um die Deutungsmacht zwischen Medien und Politik

Die Medienberichterstattung ist – den bisherigen Ausführungen folgend – also zunächst kein unmittelbarer Einflussfaktor auf das Wahlverhalten. Stattdessen wirkt sie bei der Entstehung und Gewichtung der individuellen Themenprioritäten sowie den Kompetenzwahrnehmungen der Wähler bezüglich der Politikanbieter, welche ihrerseits wiederum für das Wahlverhalten entscheidend sind, direkt (persuasiv) und/oder indirekt (via Realitätskonstruktion,

[99] Das Konzept der Schweigespirale (vgl. Noelle-Neumann 1980 [2001]) greift mit der Gruppenzugehörigkeit von Individuen sowie der Macht der interpersonalen Kommunikation zwei zentrale Bestandteile des mikrosoziologischen Ansatzes von Lazarsfeld et al. (1944) auf, verbindet diese mit Medieneffekten und erklärt damit die Veränderung der öffentlichen Meinung aufgrund kollektiver Fehlannahmen über die tatsächliche Verteilung von Meinungen in der Gesellschaft aufgrund verzerrter konsonanter Mediendarstellungen: Aufgrund ihrer sozialen Natur und der Angst sich gesellschaftlich – beispielsweise mit einer bestimmten Parteipräferenz – zu isolieren, orientieren sich Individuen stark an der perzipierten gesellschaftlichen Mehrheitsmeinung, welche ihnen insbesondere durch die Massenmedien aber auch in persönlichen Gesprächen suggeriert wird. Aufgrund des dadurch implizierten sozialen Drucks äußern sich Individuen in persönlichen Gesprächen nur noch dann, wenn sie sich in Konsonanz zur wahrgenommenen Mehrheitsmeinung wähnen, während sie sich im Falle abweichender Meinungen zurückhalten oder schweigen. Aufgrund der asymmetrischen Äußerungsbereitschaft verschiedener Meinungsträger(gruppen) wirkt die vermeintliche Meinungsmehrheit zunehmend stärker während die vermeintliche Meinungsminderheit zunehmend verstummt und damit kleiner wirkt als sie unter Umständen tatsächlich ist.

Agenda-Setting und Priming) nicht unwesentlich mit (vgl. auch Brettschneider 2005: 498, 483). Die Medien könnten jedoch dann zu einem direkten Einflussfaktor werden, wenn Sie ihre Rolle nicht als neutrale Berichterstatter begreifen, sondern danach streben als *Akteure* den politischen Wettbewerb zu(un)gunsten bestimmter politischer Kräfte zu beeinflussen (vgl. Kepplinger 1992: 60-77; Donsbach 1997: 152ff.; Page 1996).

Je nachdem inwieweit die Medien dabei entschlossen und fähig sind eine autonome politische Rolle zu spielen – sei es zugunsten einer bestimmten politischen Richtung oder gegenüber der Politik insgesamt – ergibt sich dabei fast immanent ein Konkurrenzverhältnis zwischen politischen und medialen Akteuren um die „Deutungsmacht" über Themen, Ereignisse, Personen, Parteien, etc. und damit im konkreten Zusammenhang mit Valenzissues die Frage: „Wer bestimmt (1) welcher politische Akteur wie wahrgenommen wird" und (2) „Welche Themen(-Aspekte) werden wie und wie wichtig wahrgenommen?" Die Macht der Medien ergibt sich dabei dadurch, dass sie nach dem weitgehenden Versiegen der direkten Kommunikationskanäle (vgl. Kapitel I.B.2.2.; vgl. auch Poguntke 2000) zwischen Parteien und Bevölkerung, weitgehend kontrollieren könnten, welche Informationen und Botschaften zum Publikum durchdringen und dort zumindest potenziell eine Wirkung entfalten können und welche nicht. Zudem genießen die Medien beim Publikum eine höhere Glaubwürdigkeit als die Politik, welche gegebenenfalls durch ein erhöhtes Maß an Negativismus und Demontage von Politik und Politikern in der Berichterstattung (vgl. z.B. Kepplinger 1998a; Cappella & Jamieson 1997; Robinson 1976b) sogar noch steigerbar sein sollte. In Abhängigkeit von der politischen Kommunikationskultur und den institutionellen Rahmenbedingungen kann also von der sogenannten „vierten Gewalt" auch ein nicht zu unterschätzendes Macht- oder im Extremfall sogar Erpressungspotenzial gegenüber der Politik ausgehen[100].

[100] Meyer (2001, 2002) fürchtet in diesem Zusammenhang gar eine „Kolonisierung" der Politik durch die Medien: Danach geben sich die Massenmedien mit ihrer Aufgabe als Vermittlungsinstanz zwischen Publikum bzw. Wählern und politischen Institutionen und Akteuren nicht mehr zufrieden. Im Zuge wachsender medialer Kommerzialisierung und journalistischer Professionalisierung emanzipieren sie sich von politischer Einflussnahme. Es erfolgt daraufhin eine Unterwerfung der Politik unter die Logik der Medien welche nun die Politik dominieren. Sarcinelli (1992: 46) und Weischenberg (1990: 105) sehen dagegen das Verhältnis zwischen Politik und Medien als eine Symbiose bei der Publizität gegen Informationen getauscht wird.

Exkurs: Die Beziehungen zwischen Politik und Medien in Deutschland und Österreich

Die Beziehungen zwischen Politik und Medien folgen sowohl in Österreich als auch Deutschland dem „*Northern European or Democratic Corporatist Model*“ [101] nach Hallin & Mancini (2004). Charakteristisch hierfür sind (1) eine *Struktur der Mediennutzung,* welche sich durch eine vergleichsweise hohe Reichweiten der Printmedien auszeichnet (2) einem vergleichsweise hohen, aber tendenziell stark sinkenden *Grad an politischem Parallelismus* mit wachsender Unabhängigkeit der Medien (3) einem relativ starken *staatlichen Einfluss auf das Mediensystem* (4) ein *politisches System*, welches jeweils durch einen moderaten ideologischen Pluralismus (vgl. Sartori 1976: 173ff.) geprägt ist sowie (5) eine hohes Ausmaß an *Wohlfahrtsstaatlichkeit* sowie staatlicher Regulierung der Wirtschaft.

Die Fernsehlandschaft wird in beiden Ländern im Wesentlichen durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dominiert. Zwar sinken deren Marktanteile seit Jahrzehnten infolge der *Dualisierung* des Rundfunkmarktes – also der Zulassung privater Fernsehprogramme in Deutschland ab Mitte der 1980er Jahre und in Österreich seit 2001 – kontinuierlich, dennoch behaupteten der ORF bzw. ARD, ZDF & Co. in den Wahljahren 2006 bzw. 2005 immerhin noch Marktanteile in Höhe von 48 Prozent (Österreich; vgl. Plasser, Pallaver & Lengauer 2009: 176f.) bzw. 42 Prozent (Deutschland; vgl. Zubayr & Gerhard 2006: 129)[102].

Die Beziehungen zwischen politischen bzw. staatlichen Akteuren sowie dem Rundfunk-System folgen dabei dem „*politics-in-broadcasting-Modell*“[103] nach Hallin & Mancini (2004), welches einen mittleren Grad an medialer Autonomie beschreibt. Der Einfluss staatlicher bzw. politischer Akteure findet hier in Form der „politischen Repräsentation“ divergierender politischer Gruppierungen in den zuständigen Aufsichtsgremien statt (vgl. Plasser, Pallaver & Lengauer 2009: 178).

Betrachtet man das Mediensystem als Ganzes so zeigt sich in beiden zu untersuchenden Staaten, der nach Hallin & Mancini (2004) für demokratisch-korporatistische Länder im west-

[101] Dieser Variante stellen Hallin & Mancini einerseits das, für Länder wie Italien, Frankreich, Griechenland, Portugal oder Spanien typische, „Mediterranean or Polarized Pluralist Model“ sowie das für die USA, Kanada, Irland oder Großbritannien typische, „North Atlantic or Liberal Model“ gegenüber.

[102] Im Vergleich mit anderen westeuropäischen Staaten belegen dabei Österreich den zweiten und Deutschland den zehnten Platz in puncto Marktanteil öffentlich-rechtlicher Sender (vgl. Plasser, Pallaver & Lengauer 2009: 177)

[103] Die Alternativ-Modelle hierzu wären wiederum das „politics-over-broadcasting-model“ alla Italia, welches der Exekutive einen unmittelbaren Einfluss auf das Mediensystem erlaubt, sowie das amerikanische „professional model“ zu nennen, welches die poltische Einflussnahme explizit ausschließt (vgl. Hallin & Mancini 2004).

lichen Mitteleuropa und Skandinavien typische, „*politische Parallelismus*“ in dem einzelne Medien eine klare politische Ausrichtung vertreten bzw. ein signifikanter organisatorischer oder informeller Einfluss seitens politischer Akteure auf diese besteht[104]. Diese zeigt sich insbesondere in den Kommentaren, während die Berichterstattung auf den ersten Blick neutral erscheint. In Wirklichkeit werden jedoch hier die selektiven und stilistischen Mittel der „*instrumentellen Aktualisierung“* (vgl. nächste Seite) zur Anwendung gebracht (vgl. Schulz 2011: 105). In ihren persönlichen politischen Präferenzen sind die Journalisten dabei mehrheitlich auf der linken Seite des politischen Spektrums zu verorten, während der Anteil jener, die sich rechts der politischen Mitte einordnen überschaubar ist (vgl. z.B. Schneider, Schönbach & Stürzebecher 1993; Weischenberg, Löffelholz & Scholl 1994; Weischenberg, Malik & Scholl 2006: 70 f.; Reinemann 2003: 136)[105]. Doch gerade die ideologisch linksstehenden Journalisten begreifen wiederum ihre Aufgabe zum großen Teil als Möglichkeit der politischen Einflussnahme (vgl. Donsbach 1993; Weischenberg et al. 1994: 161).

„News Bias“ – Die Einflussmöglichkeiten der Medien auf die Wahlentscheidung

Um auf die Wahlentscheidung des Bürgers Einfluss zu nehmen, können die Medien einerseits vor Wahlen *explizite Wahlempfehlungen* zugunsten einer bestimmten Partei in Form eines *Endorsements* oder durch unmissverständliche Kommentare aussprechen. Weit weniger offensichtlich sind hingegen die *impliziten Wahlempfehlungen*, welche sich auf dem Wege der Bevorzugung eines bestimmten Politikanbieters in der Berichterstattung eines Mediums vollziehen (vgl. Brettschneider & Wagner 2008: 227 sowie zur News-Bias-Forschung: Klein & Maccoby 1954; Kepplinger 1989a).

Eine dieser impliziten Wahlempfehlung, welche mittels unausgewogener Berichterstattung versucht Einfluss zu nehmen auf die Einstellungsbildung der Wähler, wäre *die Verleihung publizistischer Prominenz.* Hierbei wird dem bevorzugten politischen Akteur eine überdurchschnittliche Medienpräsenz gewidmet, welche zudem in ihrer Tonalität positiv oder zumin-

[104] In der Praxis käme dies beispielsweise dadurch zum Ausdruck, dass der Zeitungsmarkt die politische Landschaft wiederspiegelt bzw. dass bestimmte Zeitungen einer bestimmten politischen Strömung zuzuordnen sind und auch deren Leserschaft überproportional zu dieser Partei tendiert.

[105] Schulz (2011: 102) führt diese Tendenz auf das journalistische Rollenverständnis zurück (vgl. auch Donsbach 1982: 180; Weaver 1998: 466 f.; Weischenberg, Malik & Scholl 2006: 106), welches sich die Kritik und Kontrolle politischer und wirtschaftlicher Macht sowie einem investigativen Journalismus der politische und soziale Missstände aufdecken soll, zur Aufgabe gemacht hat. Da diese Ziele wiederum ideologisch links-liberalen Standpunkten näher stehen als Konservativen, ergibt sich die beschriebene schmale Bandbreite politischer Einstellungen bei Journalisten.

dest neutral gehalten ist. Eine weitere Möglichkeit der impliziten Wahlempfehlung wäre *die Bewertung von Parteien und Politikern.* Hierbei wird versucht, durch die signifikant vorteilhaftere Beurteilung eines bevorzugten Politikanbieters, welcher illegitimerweise im Nachrichtenteil (Zeitung) bzw. innerhalb des Nachrichtenbeitrags (Fernsehen) stattfindet und nicht wie allgemein üblich in den dafür vorgesehenen Kommentar-Rubriken, diesem einen Vorteil zu verschaffen (vgl. Brettschneider & Wagner 2008: 227). Als dritte Möglichkeit käme der *Einsatz „opportuner Zeugen"* (Hagen 1992) in Betracht. Hierbei nehmen Journalisten in publizistischen Konflikten nicht selber Bewertungen vor, sondern lassen wiederholt solche Personen zu Wort kommen, die ihre eigene und/oder die redaktionelle politische Linie vertreten, während gegensätzliche Stimmen entsprechend ignoriert werden. Eine weitere Möglichkeit beschreibt Kepplinger (1989a; vgl. auch Kepplinger et al. 1989a) mit seiner Theorie der „*instrumentellen Aktualisierung*", nach der Journalisten versuchen durch gezieltes und einseitiges Hoch- bzw. Herunter-stilisieren von Fakten, Themen oder Argumenten, sowie dem Beachten und Zitieren „opportuner Zeugen" (Hagen 1992) die in Verbindung mit einem umstrittenen Issue stehen, den jeweiligen politischen Kontrahenten im Meinungskampf zu Vor- bzw. Nachteilen zu verhelfen (vgl. auch Ausführungen zum Agenda-Setting und –Cutting ab der nächsten Seite). Individuelle politische Überzeugungen der Journalisten korrumpieren dabei bewusst und unbewusst deren Objektivität in puncto Rechercheverhalten, Wahrnehmung von politischen Ereignissen sowie Selektion und Präsentation von Informationen.

Nach Schmitt-Beck (2000: 409; vgl. auch Gunther & Mughan 2000) scheint dabei in puncto News Bias insgesamt ein

> „moderates Maß an politischer Einseitigkeit in der Politikpräsentation von Medien, dass zwar tendenziell bestimmte Parteien bzw. Kandidaten begünstigt, jedoch nicht so eklatant und offensichtlich, da[ss] dies jedem Rezipienten sofort ins Auge springt, die Wahrscheinlichkeit von Einflüssen zu erhöhen."

Ebenso scheinen die strukturellen Rahmenbedingungen des Mediensystems die Einflussmöglichkeiten der Massenkommunikation zu moderieren. So begünstigen insbesondere Konzentrationstendenzen im Printmediensektor sowie Abhängigkeitsverhältnisse zwischen elektronischen Medien sowie politischen bzw. staatlichen Akteuren den Einflussreichtum der von massenmedialer Kommunikation ausgehen kann (Schmitt-Beck 2000: 364). Da diese Kontextbedingungen sowohl in Österreich als auch in Deutschland gegeben sind (vgl. Seiten 111f. & 141f.) kann von dieser Seite tendenziell von einem großen Einflusspotenzial der Massenkommunikation auf das Wahlverhalten ausgegangen werden. Insbesondere von Me-

dien mit hohen Reichweiten können dabei bemerkenswerte Effekte ausgehen (vgl. Schmitt-Beck 2000: 361). Wie Schmitt-Beck (2000: 353) jedoch ebenfalls zeigen konnte bewirkt auch die Massenkommunikation in erster Linie Aktivierungseffekte während sich das begrenzte Potenzial für Konversionseffekte auf parteipolitisch ungebundene Wähler beschränkt.

Die Einflussmöglichkeiten von Parteien und Politikern auf die Medienberichterstattung

Aus den beschriebenen Implikationen der Salienztheorie, der Persistenz von politischen Prädispositionen sowie der Struktur, der Logik und der Autonomie der Medien bzw. des Mediensystems resultiert für die politischen Akteure im Wesentlichen die Konsequenz, dass eine Wahlkampfkommunikationsstrategie, welche im Sinne von Riker (1983; vgl. auch Bartels 2006) auf „*rhetorics*" – also auf Überzeugungskommunikation – setzt und damit das Ziel verfolgt die Ein- bzw. Vorstellungen der Wähler bezüglich politischer Gegenstände (Parteien, Personen, Themen(-Aspekte)) in eine bestimmte Richtung persuasiv zu verändern, wenig erfolgversprechend ist, da dies praktisch eine hohe Konsonanz zwischen den verschiedenen Presseorganen sowie *eines* politischen Anbieters erfordern würde, welche unter den Rahmenbedingungen der Pressefreiheit und -Autonomie sowie dem politischen Parallelismus selten gegeben ist. Wenn jedoch Politikanbieter nicht erwarten können, dass sie direkten Einfluss auf das Framing und/oder die direkte und indirekte Bewertung von politischen Objekten durch Journalisten und Medien nehmen können, müssen sie versuchen andere Wege zu finden um die redaktionelle Berichterstattung der Massenmedien in einer für die eigenen Kommunikationsziele dienlichen Weise zu beeinflussen – was sie auch unter großen Ressourcenaufwendungen tun (vgl. Schmitt-Beck & Pfetsch 1994; Norris et al. 1999). Der Ansatzpunkt hierbei ist die, durch ein raffiniertes Themenmanagement betriebene, gezielte Einflussnahme auf das mediale Agenda-Setting und damit das Priming – also die Generierung (Verdrängung) von Salienz durch die Erhöhung (Senkung) des Nachrichtenwertes – für jene Themen bzw. Themenaspekte, welche vom Publikum tendenziell positiv mit der eigenen (gegnerischen) politischen Seite assoziiert werden (vgl. Simon 2002). Dieses sogenannte *Medien-Agenda-Setting* (vgl. Brettschneider 2002a: 38; 2005: 499) erfolgt dabei insbesondere mittels der Schaffung von (Pseudo-)Ereignissen (Boorstin 1973)[106] durch die Parteien und

[106] Als *Pseudo-Ereignisse* bezeichnet Boorstin (1973) solche Ereignisse die – im Gegensatz zu „*spontanen*" Ereignissen – von interessierter Seite gezielt als Gegenstand medialer Berichterstattung herbeigeführt werden, wie PR-Veranstaltungen, Interviews, Pressekonferenzen, Wahlkampfveranstaltungen, TV-Duelle, Talkshow-Auftritte, etc. Kepplinger (1989b, 2001a: 126) differenzierte weiter zwischen „*genuinen*", „*inszenierten*" und „*medialisierten*" Ereignissen. Erstere treten unabhängig von der Medienberichterstattung auf, zweitere werden

Politiker. Eine andere Methode stellt das *Agenda-Cutting* dar, welches den gezielten Versuch eines politischen Akteurs beschreibt, unliebsame Themen von der Themen-Agenda fernzuhalten bzw. von dieser verschwinden zu lassen[107]. Bei der Variante des *Agenda-Surfing* unternehmen Parteien und/oder Politiker schließlich den Versuch, aus einem unerwarteten oder unvermeidlich aufgetretenen Ereignis oder Problem politisches Kapital zu schlagen (vgl. Brettschneider 2002a: 38; 2005: 499).

Eine solche Kommunikationsstrategie wird nach Riker (1983; vgl. auch Bartels 2006) wiederum als „*heresthetics*" (Wortschöpfung aus heresy & aesthetics) bezeichnet, welche das Ziel verfolgt, bei Konstanz von Einstellungen und deren Verteilung im Elektorat, die von den Wählern wahrgenommene Entscheidungssituation so zu gestalten, dass hieraus interindividuell die Wahlentscheidung für oder gegen einen bestimmten Politikanbieter resultiert.

In Zahlreichen Fällen schaffen es Parteien und Politiker so zwar mittels eines gezielten Themenmanagement Einfluss auf das Agenda-Setting der Medien und damit auch der Wähler zu nehmen (vgl. z.B. Pappi 1999: 26; Lösche 1999: 36; Sarcinelli & Schatz 2002; Prewitt & Nie 1971: 491-492; Page & Brody 1972; Miller et al. 1976; Miller 1978), insgesamt gelingt dies jedoch nur in begrenztem Umfang (vgl. Jun 2009: 274; Eilders et al. 2003; Donsbach & Jandura 1999, 2005, 2009), da insbesondere in dynamischen Wahlkampfzeiten die Nachrichten-Agenda durch die Nachrichtenwerte der einzelnen Wahlkampfereignisse determiniert wird, welche sich wiederum an den Aufmerksamkeitskriterien der Rezipienten orientieren. Hierbei handelt es sich jedoch tendenziell weniger um Policy-Fragen als vielmehr um Politics-Aspekte wie Wahlprognosen, Kandidatenstreit, innerparteiliche Konflikte, Koalitionsoptionen, Personalfragen oder Wahlkampfevents (vgl. Seite 142ff.) – also Inhalte, die durchaus das Potenzial haben eine Eigendynamik zu entfalten und welche zumindest von Seiten der Politikanbieter dann nur noch sehr begrenzt kontrollierbar sind.

---

gezielt erschaffen um dann als Gegenstand der Berichterstattung zu dienen, während letztere zunächst unabhängig von medialen Implikationen auftreten, dann jedoch entsprechend an die medialen Selektions- und Darstellungsbedürfnissen angepasst werden. Eine Spezialform bilden hierbei die „*media events*" (Dayan & Katz 1992), bei denen es sich um inszenierte Ereignisse mit zeremoniellem Charakter handelt, an denen die Bevölkerung via Fernseh-Live-Berichterstattung teilhaben kann. Durch die Medialisierung und Inszenierung von politischen Ereignissen verfolgen Politikanbieter in zunehmendem Maße das Ziel der Erregung medialer Aufmerksamkeit. Dies gelingt ihnen umso besser, je raffinierter sie sich dabei an der Medienlogik orientieren (Kepplinger 1998a: 222).

[107] Diese Strategie verläuft insbesondere dann erfolgreich, wenn es ein Politikanbieter schafft, ein Thema mit hohem Nachrichtenwert auf der Themen-Agenda zu etablieren. Dadurch reduziert sich automatisch die Sendezeit bzw. die Aufmerksamkeit, welche sonst anderen, den betreffenden Parteien und Politikern gegebenenfalls missliebigen, Themen gewidmet werden könnte (vgl. Brettschneider 2005: 499).

Einflussfaktor Demoskopie?

Meinungsumfragen und deren Kommunizierung im Wahlkampf sind sowohl bei den politischen als auch den medialen Akteuren ein mal geliebtes mal gehasstes Kampfmittel im Wahlkampf, da die jeweiligen Akteure von diesen Umfragen oftmals eine viel größere Wirkung erwarten, als diese tatsächlich zu leisten vermögen. In dem Maße, wie jedoch Wahlausgänge knapper werden, werden auch verhältnismäßig kleine Einflussfaktoren relevant. Von daher seien die verschiedenen möglichen Demoskopie-Effekte kurz vorgestellt und auf ihre tatsächliche empirische Relevanz überprüft.

Der erste dieser Effekte ist der sogenannte *Mobilisierungs-Effekt*, welcher besagt, dass für den Fall, dass Meinungsumfragen einen knappen Wahlausgang voraussagen, Bürger, die ansonsten nicht gewählt hätten, den Eindruck bekommen, dass es auf jede Stimme – also auch auf ihre eigene – tatsächlich ankommt und deshalb doch zur Wahl gehen (vgl. Downs 1957). Umgekehrt sollte ein als sicher erwarteter Wahlausgang entweder im Lager des mutmaßlichen Siegers zu *Lethargie-* oder im Lager des erwarteten Wahlverlierers zu *Defätismus-Effekten* führen, weil die jeweiligen Anhänger davon ausgehen, dass ihre Stimme am Wahlergebnis ohnehin nichts mehr ändern wird und deshalb der Wahl fern bleiben. Die empirische Evidenz für den ersten Effekt ist dabei außerordentlich begrenzt, da beispielsweise in „engen" Wahlkreisen ohne eindeutige politische Kräfteverhältnisse, zwar tatsächlich höhere Wahlbeteiligungen feststellbar sind, hier jedoch in der Regel vorher auch größere Wahlkampfaktivitäten stattgefunden haben (vgl. z.B. Feld & Kirchgässner 2001; Schoen 2002: 182; Brettschneider 2000a: 492). Lethargie- bzw. Defätismus-Effekte können empirisch sogar überhaupt nicht nachgewiesen werden (vgl. Brettschneider 2000a: 492).

Empirisch besser sieht es dagegen für den sogenannten *Bandwagon-* oder *Mitläufer-Effekt* aus (vgl. z.B. Simon 1957). Dieser besagt, dass unentschlossene Wähler sich auf die Seite des vermeintlichen Wahlsiegers schlagen und damit ein Momentum im Sinne einer *„self fulfilling prophecy"* zugunsten jener Partei auslösen, die es schafft, als „auf der Siegerstraße" wahrgenommen zu werden. In umgekehrter Richtung und mit wesentlich geringerem empirischen Erfolg, postuliert der *Underdog-Effekt*, dass Wähler aus Trotz, Mitleid oder um bewusst eine zu große Mehrheit für die vermeintliche Siegerpartei(enkoalition) zu verhindern, sich auf die Seite des erwarteten Wahlverlierers schlagen (vgl. z.B. Gallus 2002: 33; Schoen 2002: 182ff.; anders Brettschneider 2000a: 493).

In erster Linie mit Bezug auf die kleinen Parteien ist zudem der *Fallbeil-Effekt* (vgl. Reumann 1983: 4) zu erwähnen. Dieser besagt, dass Wähler, die den Einzug einer ansonsten präferierten Partei in das Parlament für unsicher halten, aus Angst ihre Stimme zu verschwenden eine andere Partei wählen und so ebenfalls eine *self fulfilling prophecy* zuungunsten einer Kleinpartei herbeiführen. Ebenso könnte der unsichere Parlamentseinzug einer Kleinpartei jedoch auch dazu führen, dass taktisch orientierte Wähler, die eigentlich dem potenziellen Koalitionspartner dieser Kleinpartei nahestehen, dieser durch sogenannte *Leihstimmen* ins Parlament verhelfen um so beispielsweise eine Koalitionsmehrheit und zu ermöglichen (vgl. z.B. Tsebelis 1986: 402f.; Falter 1987: 262f.). Empirisch lässt sich zumindest die erste Variante nicht bestätigen (vgl. Schoen 1999, 2000b, 2002: 185; anders Berger et al. 1986: 275), während die zweite zumindest situationsspezifisch und zugunsten bestimmter Parteien – insbesondere der deutschen FDP – bestätigt werden kann: Bei unsicherem Parlamentseinzug erfolgt hier eine stärkere Orientierung an Umfrageergebnissen (vgl. Brettschneider 2000a: 495; vgl. auch Schoen 2000b; Pappi & Thurner 2002).

Es lässt sich also festhalten, dass sich Wahlverhaltens-Effekte, welche durch die Veröffentlichung von Umfrageergebnissen induziert werden können, sich im Wesentlichen auf Bandwagon-Effekte und taktisches bzw. rationales Stimmverhalten beschränken. Diese Effekte gehen jedoch nicht von allen Wählertypen gleichermaßen aus, da Umfragen nur in das Kalkül jener Wähler einfließen können, welche diese erstens zur Kenntnis nehmen und zweitens daraus entsprechende Vermutungen über den Wahlausgang ableiten können. Dies sind jedoch in der Regel insbesondere die kognitiv hoch mobilisierten Wähler mit klaren politischen Vorstellungen, welche dementsprechend auch durch Wahlumfragen nicht manipulierbar sind sondern diese stattdessen neben anderen Informationsquellen nutzen um ihre Wahlentscheidung zu optimieren (vgl. Brettschneider 2000a: 490, 494, 498, 500; Schoen 2002: 177f; vgl. auch Downs 1957: 11). Bei den politisch eher weniger Interessierten wären hingegen bestenfalls Bandwagon-Effekte denkbar, welche dadurch entstehen, dass diese Wähler Wahlumfragen als Heuristik nutzen um herauszufinden welche Partei gerade „*in*“ ist und sich deshalb diesem Zug anschließen. Dies wäre jedoch vornehmlich dann denkbar, wenn sich die rivalisierenden Lager tatsächlich ein Kopf-an-Kopf-Rennen liefern, da mit der Ungewissheit des Wahlausgangs die Berichterstattung und damit die Rezeptionswahrscheinlichkeit von Meinungsumfragen durch weniger interessierte Personen steigt (vgl. auch Brettschneider 2000a: 480).

II.2.2.2. Kandidatenorientierung

Die Vorstellung des Michigan-Modells, dass auch von den Einstellungen zu Kandidaten kurzfristige Einflüsse auf des Wahlverhalten ausgehen, wird – wie eingangs beschrieben – auch im „Integrierten Modell" grundsätzlich, jedoch mit der Modifikation, dass die Kandidaten nicht nur anhand persönlicher Eigenschaften sondern auch aufgrund ihrer wahrgenommen Issue-Kompetenzen bewertet werden, beibehalten[108].

Nachdem die Issue-Dimension daher im Kapitel II.2.2.1. deshalb von Anfang an in Bezug auf Parteien *und* Politiker diskutiert wurde, beschäftigt sich dieses Kapitel nun mit jenen Bewertungsdimensionen, die (vermutlich) in erster Linie nur für die Beurteilung natürlicher Personen herangezogen werden wie Leadership-Qualitäten, Integrität und Vertrauenswürdigkeit sowie (vermeintlich) unpolitischen Eigenschaften. Sämtliche dieser Eigenschaften (einschließlich der Issue-Kompetenz) werden dabei, gemäß der sich in der Literatur weitgehend durchgesetzten Differenzierung, unter *rollennahe* und *rollenferne* Eigenschaften subsummiert. Die erste Dimension umfasst dabei die Beurteilung von politischen Eigenschaften und Kompetenzen, welche für die Ausübung des jeweiligen Amtes vorteilhaft sind, während Letztere sich auf die Beurteilung von eher (unpolitischen) Persönlichkeitseigenschaften beziehen, die zur Führung des angestrebten politischen Amtes von vergleichsweise geringerer Relevanz sind (vgl. z.B. Lass 1995: 60; Sigel 1964; Dennis, Chaffee & Choe 1979: 318; Gant 1983; Butler & Stokes 1969: 377; Rahn et al. 1990: 139; Hacker 1995b: 78; Klein & Ohr 2000a, 2000b, 2001; Lawrence 1979). Hieraus ergeben sich die Gesamtbewertungen der Kandidaten. Unterschiedliche Bewertungssummen für verschiedene Kandidaten spiegeln dabei die entsprechenden Präferenzen wieder. Je größer innerhalb der Gesamtbewertung[109] dabei das Gewicht der rollenfernen Eigenschaften zum tragen kommt, desto eher kann man

[108] In der klassischen Auffassung der Michigan-School bezogen sich die kandidatenorientierten Einstellungen in erster Linie auf den Kandidaten als Person; nicht jedoch auf Solche, die mit seiner Eigenschaft als Repräsentant seiner Partei oder bestimmter politischer Inhalte und Positionen zu tun haben (vgl. Campbell et al. 1954: 136-137). Diese Schwerpunktsetzung behielten Campbell et al. (1960: 55) auch im Nachfolgewerk grundsätzlich bei, nahmen jedoch eine Differenzierung zwischen persönliche Eigenschaften, wie Charisma, Privatleben und Religiosität, und politischen Charakteristika, wie Führungsstärke, Entscheidungsfreude und Erfahrung vor.

[109] Die Gesamtbewertung kann sich, sofern sie nicht schon von vornerein von einer Parteiidentifikation determiniert wird, entweder dadurch ergeben, dass die Wähler die Kandidaten hinsichtlich der verschiedenen Dimensionen vergleichen, die wahrgenommenen Differenzen aufsummieren und hieraus den besseren Kandidaten ermitteln (vgl. Herstein 1985,1993; Marcus 1988; Rahn et al. 1990: 149; Rahn 1995: 46f.; dagegen: Hellweg & King 1983; Nadeau, Niemi & Amato 1996). Oder die Wähler könnten den Kandidaten präferieren, der ihrem „idealen" Regierungschef am ähnlichsten ist (vgl. Nimmo & Savage 1976: 69f.; Nimmo 1995: 57; Kinder & Fiske 1986: 200f.; Kinder et al. 1980: 330; Gant & Davis 1984: 138; Miller, Wattenberg & Melanchuk 1986: 536; ähnlich: Downs 1957: 43).

von einer *Personalisierung der Kandidatenbewertung* sprechen (vgl. ähnlich Brettschneider 2002b).

Wer ist überhaupt Kandidat?

Bevor im Folgenden auf die persönlichen Bewertungsdimensionen näher eingegangen wird, ist jedoch kurz noch zu klären auf wen genau, also *welche* Politiker bzw. Kandidaten, sie überhaupt angewendet werden. Schließlich stellte sich auch beim Export des klassischen Kandidatenkonzeptes der Michigan-School von den USA auf die parlamentarischen und parteienzentrierten Demokratien Westeuropas zunächst die Frage der konzeptionellen Übertragbarkeit (vgl. z.B. Thomassen 1976: 66; Gabriel 2002: 237-238).

Als Pendant zu den amerikanischen Präsidentschaftskandidaten bieten sich diesseits des Nordatlantiks naheliegenderweise zunächst einmal die Kandidaten um das Amt des Regierungschefs (also des Kanzlers)[110] an. Zu rechtfertigen ist dies zum einen aufgrund deren verfassungsmäßigen Stellung, welche insbesondere den deutschen Bundeskanzler mit so umfangreichen Machtressourcen ausstattet, dass man Deutschland allgemein als Kanzlerdemokratie bezeichnet (vgl. z.B. Gabriel & Neller 2005: 214f.; Niclauß 1999; Vetter & Gabriel 1998; Eschenburg 1966: 35). In Österreich ergibt sich die starke Stellung des Kanzlers hingegen insbesondere daraus, dass dieser in der Regel in Personalunion Chef seiner Partei ist. Unter Inkaufnahme analytischer Verkomplizierung könnte man diesen Personenkreis zwar auf weitere Personen (Minister, Partei- und Fraktionschefs, Mitglieder im Wahlkampfteam) erweitern, da jedoch von den Kanzlerkandidaten der großen Parteien in Untersuchungen die entscheidenden Effekte in Bezug auf die Wahlentscheidung herrühren (vgl. Pappi & Shikano 2001) und sich zudem die Wahlkampfauseinandersetzungen mit der Nähe zum Wahltermin auf die Kanzlerkandidaten zuspitzen (vgl. Seite 142ff.), erscheint diese Beschränkung grundsätzlich angebracht. Sofern andere Personen im Wahlkampf eine signifikante Rolle spielen, stehen diese vermutlich symbolisch mit ihrem Image für einzelne Kompetenzen, Parteiflügel oder Bevölkerungssegmente und bilden damit eher einen Teil des Gesamteindrucks ihrer Partei.

[110] Unter Berücksichtigung der institutionellen und politischen Rahmenbedingungen (z.B. starke Stellung der Parteien und demzufolge auch deren Vorsitzenden, Bedeutung der Partei- und Fraktionschefs oder Regierungsmitglieder) ließe sich der Kreis der relevanten Personen unter Inkaufnahme analytischer Verkomplizierung entsprechend erweitern (vgl. z.B. für Deutschland Pappi & Shikano 2001).

Wie bildet sich der Wähler sein Kandidaten-Image?

Eine Möglichkeit um zu Einstellungen bezüglich politischer Kandidaten zu gelangen bietet sich dem Wähler über die Sammlung von Impressionen über die betreffenden Politiker. Aktuelle Informationen treten dabei den, in der Regel über einen längeren Zeitraum gesammelten, Erkenntnissen über den betreffenden Kandidaten hinzu und bilden beim Wähler ein Image über diesen Kandidaten. Zwar verfügt jeder Wähler über ein persönliches Image von einem bestimmten Kandidaten, da er jedoch, wie die meisten anderen Wähler auch, sein Kandidatenimage letztlich zum größten Teil auf medial vermittelten Informationen aufbaut, wobei insbesondere die visuellen Impressionen einen nachhaltig prägenden Einfluss hinterlassen, sind der interpersonellen Varianz eines Kandidatenimages gewisse Grenzen gesetzt (vgl. Frey 1999; Holicki 1993; Kepplinger 1991; Garramone, Steele & Pinkleton 1991; Schulz 1998a, 2011: 262; Radunski 1980; Brettschneider 1998b, 2000b m.w.Lit., 2002b: 135). Eventuelle Nuancen im Kandidatenimage verschiedener Wählergruppen, sollten sich daher wenn, dann insbesondere aus deren unterschiedlichem Mediennutzungsverhalten (Art und Umfang der Mediennutzung) ergeben, aus welchem wiederum sowohl der quantitative als auch der qualitative (rollennahe/-ferne) Umfang an Kandidaten-bezogenen Informationen resultiert. Für den einzelnen Politiker leitet sich daher implizit der Imperativ ab, durch entsprechendes Impressions-Management (insbesondere im Wahlkampf) das eigene Image durch positive Eindrücke zu stärken und das des Gegners durch Konfundierung mit unvorteilhaften Wahrnehmungen zu schwächen (vgl. auch Brettschneider 2002b: 135).

Notwendige Bedingung hierfür ist damit zunächst einmal die Schaffung von Bekanntheit im Elektorat auf dem Wege einer möglichst großen Fernsehpräsenz, denn allein diese verfügt bereits, aufgrund des sogenannten *„Top-of-the-Head“*-Phänomens (vgl. Seite 106f.), über das Potential, dass ein Kandidat seitens der Wähler als ernst zu nehmende Wahlalternative in Betracht gezogen werden kann. Ebenso muss ein Kandidat bei den Wählern zunächst bekannt sein, bevor diese sich über ihn hinsichtlich seiner politischen Fähigkeiten und persönlichen Eigenschaften eine Meinung bilden können (vgl. Taylor & Fiske 1978; Schulz 2011: 257).

Hierbei war zunächst lange Zeit fraglich, ob die vom einzelnen Wähler gewonnenen Kandidatenimages ausschließlich das Ergebnis *Stimulus-determinierter Wahrnehmung* sind oder ob die von Wähler aufgenommenen Informationen zunächst einem kognitiven Verarbeitungsprozess unterworfen werden, bei dem insbesondere bereits vorhandene Einstellungen sowie

eine Parteiidentifikation zu einer eher *Rezipienten-determinierten Wahrnehmung* führen (vgl. u.a. Blumler & McQuail 1968; Conover 1980).

Die erste Perspektive würde dabei insbesondere für die Wichtigkeit der medialen Berichterstattung sowie der Selbstdarstellung von Politikern sprechen. Beispielsweise könnten nach Popkin (1994, 1993: 31-32) die Wähler vom Auftreten eines Kandidaten im Wahlkampf auf dessen politische Kompetenz schließen. Auf Basis der Fähigkeiten des Kandidaten, schnell auf Medienereignisse, kurzfristige politische Geschehnisse oder Angriffe der politischen Gegner reagieren zu können, könnte der Wähler auf dessen Fähigkeit und Belastbarkeit zur Führung eines politischen Amtes und zur Verwirklichung inhaltlicher politischer Ziele schließen[111].Dies würde wiederum eine Personalisierung von Medienberichterstattung und Wahlkämpfen implizieren, was wiederum eine Personalisierung des Wahlverhaltens zur Folge hätte (vgl. Brettschneider 2002b: 135; Geiger & Reeves 1991: 121; Kiousis, Bantimaroudis & Ban 1999; Mashall 1983: 656).

Aus der *Stimulus-determinierten* Sichtweise haben also die Kandidaten nicht nur die Möglichkeit, mittels gezielter Aktivitäten (z.B. Reden, Auftritte, Werbemaßnahmen) und deren medialen Darstellung, ihr jeweiliges Gesamtimage zu optimieren sondern durch eine entsprechende Ausgestaltung von Fernseh-Spots auch die Schwerpunkte innerhalb ihrer Gesamtbewertung entsprechend zu beeinflussen (vgl. z.B. Kaid & Chanslor 1995; Kern & Just 1995; Rosenberg & McCafferty 1987; Rosenberg u.a. 1986; Sullivan & Masters 1988; Brettschneider 2002b: 135f.). Die so erzeugten Images hätten dann zumindest solange Bestand, wie keine exogenen Einflüsse eine Veränderung provozieren (Brettschneider 2002b: 136). *Stimulus-determinierte* Einstellungen sollten dabei insbesondere in Bezug auf unpolitische Aspekte wie Attraktivität, Auftreten oder Charme zum tragen kommen, da zur Bewertung solcher Merkmale die jeweilige Kandidatenwahrnehmung in Wahlkampf und Massenmedien stärker zum tragen kommen sollte als der Einfluss langfristiger politischer Prädispositionen (vgl. Siegel 1964: 494).

Bei *politiknahen Eigenschaften* ist dagegen eher die Gültigkeit der Rezipienten-determinierten Perspektive zu erwarten. Hierbei sollten insbesondere die langfristigen politischen Orientierungen von Ego dafür sorgen, dass dieser dem eigenen Kandidaten – unabhängig von des-

[111] In analoger Weise könnten die Wähler auf Basis von Kenntnissen über das Privatleben auf Charaktereigenschaften des Kandidaten schließen (vgl. Popkin 1993).

sen tatsächlichen Dispositionen – eher vorteilhafte politiknahe Eigenschaften zuerkennt als dem Gegnerischen (vgl. Kinder 1978: 859 sowie: u.a. Sigel 1964: 488ff; anders McGrath & McGrath 1962, Shaffer 1981).

Ebenso existieren zwischenzeitlich aber auch integrierende Perspektiven, die die Vorstellungsbilder über Kandidaten als „*stimulus-perceiver transactions*" betrachten (Nimmo & Savage 1976: auch Conover 1980; Hurwitz & Peffley 1980; Rahn 1993: 491f.; Rahn, Aldrich & Bordiga 1994; Just et al. 1996: 16; MacDonald et al. 1988; Zaller 1992), welche sich wiederum auf kognitionspsychologischen Erkenntnissen über Wahrnehmung, Verarbeitung, Speicherung und Abruf von Information in sogenannten „*Schemata*"[112] oder „*Frames*" aufbauen (vgl. Brody 1986: 297; Nimmo 1995: 57; Fiske & Taylor 1991; Fiske 1986; Kinder & Fiske 1986: 198; Garramone, Steele & Pinkleton 1991; Lau 1986; Lodge & McGraw 1995; Brown et al. 1988; Zaller 1992: 37; Popkin 1994: 15). Angewandt auf Personen spricht man bei solchen „*cognitive shortcuts*" auch von „*Prototypen*" (Miller, Wattenberg & Malanchuk 1985: 188, 1986: 523), also kognitiven Repräsentationen eines typischen bzw. idealen Vertreters einer Kategorie (vgl. z.B. Hogg & Vaughan 2008: 51), hinsichtlich der Kombination bestimmter zentraler Eigenschaften und Verhaltensweisen („cues"; Conover 1981) an denen eine reale Person bzw. Kandidat gemessen wird[113] und anhand derer auf das (Nicht-) Vorhandensein anderer Eigenschaften und Verhaltensweisen gefolgert werden kann[114] (vgl. auch Kinder 1986: 235; Schneider, Hastorf & Ellsworth 1979; Barber 1972; Lyons 1997; Hermann 1986: 173ff; Page 1978: 244ff.; Graber & Weaver 1996; Just et al. 1996: 218; Conover & Feldman 1986).

Unbekannte bzw. nicht wahrgenommene Eigenschaften und Verhaltensweisen werden also induktiv aus bekannten bzw. wahrnehmbaren Eigenschaften und Verhaltensweisen gewonnen. Aus der (in der Regel massenmedial vermittelten) Beobachtung des realen Verhaltens

[112] Als Schema bezeichnet man eine kognitive Struktur innerhalb derer Informationen bezüglich eines Sachverhalts, dessen Eigenschaften sowie deren wechselseitigen Beziehungen repräsentiert werden; man könnte auch sagen „organisierte Wissensbestände". Schemata beeinflussen (1) ob und wie gut jemand einen (neuen) Sachverhalt versteht (2) die Gedächtnisleistung durch Organisation von vorhandenem und Integration von neuem Wissen (3) die Fähigkeit „automatische" Schlussfolgerungen ziehen zu können, die über den vorhandenen Informationsstand hinausgehen (4) die Aufmerksamkeit sowie das Entstehen bestimmter Erwartungshaltungen (5) das persönliche Verhalten (vgl. Herkner 1991; Schenk 2002: 269ff.).

[113] Liegt eine solche prototypische Vorstellung über z.B. einen Kanzler bei einem Wähler vor, wird er vornehmlich solche Informationen suchen, aufnehmen, abspeichern und abrufen, die sich auf Eigenschaftsdimensionen beziehen, die ihm in Bezug auf einen idealen Kanzler wichtig sind (vgl. auch Kinder et al. 1980).

[114] „Knowing on central element about a president will lead naturally and automatically to inferences about others" (Kinder & Fiske 1986: 201).

eines Politikers sowie der Bewertung und Attribution[115] dieses Verhaltens schafft sich der Wähler so ein vergleichsweise einheitliches und widerspruchsfreies Image über diesen Kandidaten (vgl. Krech et al. 1992: 76ff.).

Den Umstand, dass objektiv vorliegende Eigenschaften und Verhaltensweisen die nicht in Einklang mit dem so gewonnenen Kandidatenimage stehen bzw. diesem sogar zuwiderlaufen kollektiv übersehen bzw. fehleingeschätzt werden, bezeichnet man in der Sozialpsychologie als Halo-, Hof- oder Überstrahlungseffekt (z.B. Thorndike 1920). Hierbei überstrahlt die Wahrnehmung bestimmter, vom Beobachter als wichtig eingestufter, Einzeleigenschaften einer Person die Wahrnehmung anderer objektiv vorhandener Eigenschaften und führt so zu einer verzerrten Wahrnehmung des Gesamteindrucks. Der Grund hierfür liegt nach Asch (1946) darin, dass Menschen andere Menschen nicht als Summe verschiedener Eigenschaften sondern als einheitliches Ganzes wahrnehmen. Hierbei haben jedoch bestimmte, zentrale *Traits* (z.B. warm- vs. kaltherzig) einen größeren Einfluss auf Inferenzprozesse und damit auf die Gesamtbeurteilung einer Person als periphere Traits (z.B. freundlich vs. rüde).

II.2.2.2.1. Die Bewertung von rollennahen politischen Eigenschaften

a.) Leadership

Die Bewertungsdimension „*Leadership*“ umfasst insbesondere Eigenschaften wie Führungsstärke, Entscheidungsfreude, Tatkraft, Organisationstalent, Entschlossenheit, Überzeugungskraft und Beharrlichkeit – also (Manager-)Eigenschaften, die sich weniger auf den Inhalt als die Durchsetzungsfähigkeit von politischen Zielsetzungen beziehen. In Bezug auf die Politikerwahrnehmung ist diese Bewertungsdimension von nicht unerheblicher Relevanz, da sie den Unterschied ausmachen kann, ob ein Politiker nur als „Schönredner“ gesehen wird oder auch als jemand, der in der Lage ist, seine Positionen institutionell durchzusetzen. (vgl. Brettschneider 2002b: 143; auch Popkin 1994: 146). Ebenso kann die Aberkennung von Leadership-Fähigkeiten nachhaltigen Einfluss auf ein Kandidaten-Image haben (Bretteschneider 2002: 178). Die Leadership-Komponente steht damit in engem Verhältnis zur Issue-

[115] Attribution bezeichnet in der Kognitionspsychologie die Zuschreibung von Ursachen für ein bestimmtes Verhalten (vgl. Shaver 1975; Jones & McGillis 1976; Conover 1980; Kinder & Fiske 1986; Nimmo & Savage 1976: 100ff.). Nach Kelley (1967) kann dabei unterschieden werden zwischen (1) Personen- (2) Stimulus- und (3) Umstände-Attribution. Im ersten Fall wäre ein Verhalten in einer vergleichsweise stabilen (persönlichen bzw. internen) Eigenschaft der betreffenden Person begründet. Im zweiten Fall wäre die Ursache eine stabile (externe bzw. Umwelt-)Eigenschaft eines bestimmten Reizes bzw. der Situation. Im dritten Fall läge die Ursache im Aufeinandertreffen verschiedener interner und externer Umstände (Zufall).

Dimension und lastet zumindest in Deutschland nicht ausschließlich auf den Schultern der Kandidaten (vgl. Lass 1995: 181) sondern verteilt sich auch auf die der Parteien, denen beispielsweise im Vergleich zu den USA, auch eine relativ größere Themenkompetenz zugeschrieben wird. Hinsichtlich der Kandidaten ist dagegen die Leadership-Komponente in Deutschland wichtiger als in den USA. Dahinter steht der Aspekt, dass ein Spitzenkandidat in einem politischen System mit starken Parteien, für seine Postionen zunächst innerhalb der eigenen Partei Unterstützung finden und sodann für innerparteiliche Geschlossenheit sorgen muss (vgl. auch Brettschneider 2002b: 177f.).

Charisma

> „Charismatische Menschen sind Magneten, denen man sich mit leisem Grauen und gleichzeitig fasziniert nähert. Unendlich weit sind sie entfernt und gleichzeitig ein Teil von einem selbst. Man fühlt ein Stück Ich in einem solchen Wesen und alles andere gleichzeitig auch. Es zieht an, lockt und macht Immer-dran-denken-müssen. Man spürt Zukunft, Antwort, Wissen, Kraft." (Klaus Woltron in einem Interview mit Holger Rost, trend 6/95 zitiert nach Kirchler 2008: 463f.)

Den Faktor Charisma könnte man als hier als eine Sonderform von Leadership betrachten. Geboren wird Charisma in modernen Demokratien in Anlehnung an Kepplinger (1997: 180, 188) insbesondere aus der Fernsehperformanz eines Politikers. Diese erzeugt einen gewissen Star-Ruhm, welcher wiederum einerseits Kompetenzvermutungen evoziert und andererseits dem betreffenden Politiker aufgrund seiner Prominenz ein gewisses Beziehungskapital beschert, welches ihm einerseits eine gewisse Gremienunabhängigkeit verschafft[116] (vgl. Dörner 2004) und ihn andererseits zum „expressiven Meinungsführer" erhebt, welcher für viele Menschen eine Art Orientierungsfunktion erfüllt (vgl. Faulstich 1998: 727). Instrumentell betrachtet, kann Charisma letztlich den Unterschied ausmachen, ob ein Politiker eher als Manager wahrgenommen wird dem man die Erfüllung der angestrebten Aufgabe zutraut oder ob dieser Politiker eher oder auch als Leader wahrgenommen wird, der in der Lage ist, (auch) eine sinnstiftende Funktion zu erfüllen.

Eine inhaltliche Unterscheidung zwischen Managern und Leadern könnte man in Anlehnung an die Unterscheidung von Führungspersönlichkeiten im wirtschaftlichen Bereich nach Steyrer (1995: 78; vgl. auch Kirchler 2008: 463) folgendermaßen ableiten:

[116] „Wer die Ressource (knappe Medienzeit) erobert hat, der kann sich dann auch im innerparteilichen Machtkampf oder in den diversen Foren der Verhandlungsdemokratie leichter durchsetzen. Mediale Benennungsmacht wird in politische Verhandlungsmacht konvertiert" (Dörner 2004: 251).

	Manager	**Leader**
Verhältnis zu politischen Zielen	Unpersönlich Politische Ziele entstehen aus objektiven Notwendigkeiten Reagiert auf Ideen	Persönlich Politische Ziele entstehen aus subjektiven Bedürfnissen Generiert aktiv Ideen
Verhältnis zur politischen Arbeit	Konzentriert sich auf politische Prozesse Reduziert Möglichkeiten im Zuge von Entscheidungsprozessen Versteht sich als Problemlöser, der den Ausgleich zwischen Gruppeninteressen sucht Hat eher geringe emotionale Bindung zu politischen Inhalten	Konzentriert sich auf politische Inhalte Entwickelt neue Möglichkeiten, denen er motivierende Substanz gibt Ist Problementdecker, der nicht auf Konsens bedacht ist Identifiziert sich mit den politischen Inhalten
Beziehung zu Anderen	Starke Beziehungsorientierung zur Machtabsicherung Mangel an Empathie und Emotionalität Vermittelt „Signale“ Motiviert mit Belohnung und Bestrafung Erfüllt Rollenerwartungen und schöpft daraus Selbstsicherheit	Sucht mehr die Auseinandersetzung mit Ideen als mit Menschen Hohes Maß an Intuition, Empathie und Emotionalität Vermittelt „Botschaften“ Motiviert durch begeisternde Ideen Definiert Selbstbild nicht über die Erfüllung von Rollenerwartungen
Selbstbild	Identifikation mit Status quo	Gefühl der Unabhängigkeit gegenüber Status quo

Die Bedeutung des Faktors „Charisma“ lässt sich zurückführen auf die sogenannten „great man“-Theorien, welche um die vorletzte Jahrhundertwende entwickelt wurden. Sie basieren letztendlich auf dem Bedürfnis vieler Menschen ihre Führungspersönlichkeiten als herausragende Personen wahrzunehmen, welche wiederum über herausragende Eigenschaften verfügen, die sie wiederum zu herausragenden Leistungen befähigen (Kirchler 2008: 426).

Führungspersönlichkeiten sollten daher neben physischen Eigenschaften wie einem eindrucksvollen Erscheinungsbild oder Körpergröße auch über persönliche Eigenschaften wie Extraversion, Dominanz, Selbstvertrauen, emotionale Stabilität, Intelligenz, sowie erlernte Fähigkeiten wie Überzeugungskraft, Kreativität, Durchsetzungsvermögen, konzeptuelle Fähigkeiten und soziale Kompetenzen aufweisen, welche sie von Nicht-Führungspersönlichkeiten abheben (vgl. Gordon 1996)[117].

In Anlehnung an Weinert (1998) und Greenberg & Baron (1997) zeichnen sich „charismatische“ Führungskräfte insbesondere dadurch aus, dass sie über eine Zukunftsvision verfügen, welche ihre Ziele sowie die zu deren Erreichung notwendigen Mittel und Wege beschreibt.

[117] Derartige Eigenschaftsansätze waren dabei stets darauf ausgerichtet, Zusammenhänge zwischen persönlichen Merkmalen und Führungserfolg bzw. –Effektivität auszumachen, was bei einigen Eigenschaften wie physischer und psychischer Kraft, Stresstoleranz, interner Kontrollorientierung, emotionaler Reife, Integrität, hoher Leistungsmotivation sowie einem hohen (zielorientiertem) Machtbedürfnis und geringem Affiliationsbedürfnis empirisch auch gelang (vgl. Yukl 1998; Kirchler 2008: 426).

Sie sind zudem in der Lage, diese Vision klar zu formulieren und mit hoher Überzeugung, Eloquenz, Emotionalität sowie eindrucksvollen verbalen Metaphern und Gesten darstellen zu können. Hierdurch resultiert wiederum ein Eindruck einer besonderen Geeignetheit für die Besetzung einer Führungsposition. Gleichzeitig verfügen charismatische Persönlichkeiten über einen sensiblen Instinkt gegenüber Chancen, die ihnen ihr Umfeld ermöglicht. Charismatische Persönlichkeiten verfügen zudem über eine hohe Entschlossenheit und ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Macht sowie ein Gespür für die Gefühle anderer. Ihnen wird zudem annähernd vorbehaltlos vertraut und ihre Integrität wird nicht infrage gestellt. Sie können aus diesen Gründen auch eine große Identifikationsmacht entfalten (vgl. French & Raven 1959). Diese resultiert dabei insbesondere aus der Bewunderung und Wertschätzung durch andere Personen, welche ein Bedürfnis entwickeln sich die Einstellungen und Wertvorstellungen dieser Persönlichkeit zum Vorbild zu nehmen.

Charismatische Führungspersönlichkeiten erwidern dies, indem sie beispielsweise in emotionaler und motivierender Weise öffentlich Anerkennung und Vertrauen gegenüber den Geführten aussprechen was bei diesen wiederum den Selbstwert verstärkt und Gefühle wie Loyalität und Teamgeist evoziert (vgl. Weinert 1998). Nach House (1977) erhöht sich durch diese Kombination von Vertrauen, Loyalität und Imitation die gemeinsame Leistungsfähigkeit. Insbesondere in Krisenzeiten gewinnen daher charismatische Führungspersönlichkeiten die Fähigkeit, Akzeptanz für gravierende Reformprozesse zu schaffen bzw. durch die Verbreitung von Mut und Zuversicht aus einer Krise heraus einen Aufschwung zu initiieren (vgl. Weinert 1998)[118]. Charismatische lässt sich daher von der klassischen Führungstheorie im wesentlich darin unterscheiden, dass sie auf Zukunftsvisionen, den Emotionen, dem Selbstwert sowie dem Vertrauen der Geführten sowie dem Leistungsmotiv gründet, während letztere sich an Aufgaben oder Personen sowie an Zufriedenheit und Leistung orientieren (ebd.).

b.) Integrität & Vertrauen

Neben der Issue- und der Leadership-Dimension bilden die Einschätzung von (z.B.) Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit eine weitere relevante rollennahe Komponente zur Beurteilung eines Politikers. Schließlich können derartige Persönlichkeitseigenschaften

[118] Walter (2009: 11f.) weist jedoch darauf hin, dass „Charismatiker“ zwar „Aktivierer“ sind, sich jedoch gerade im politischen Alltagsgeschäft in komplexen Verhandlungsdemokratien mit vielen Vetospielern leicht verbrauchen und abnutzen. Dadurch, dass sie gut mobilisieren und emotionalisieren können, können sie zwar Prozesse anstoßen, auf die Dauer mangelt es ihnen jedoch meist an den handwerklichen politischen Fähigkeiten, welche nötig sind um langfristig effizient Probleme zu lösen.

von Politikern im Gegensatz zu denen von ihnen eingenommenen Standpunkten zu aktuellen politischen Ereignissen als wesentlich stabiler angenommen werden (vgl. Popkin et al. 1976: 794; Glass 1985: 519) und können zudem auch vermeintlich einfacher eingeschätzt werden (vgl. u.a. Hacker 1995a: xvi; Rahn et al. 1990: 139; Rahn 1995: 43; Stroh 1995: 209; Kendall & Paine 1995: 28; Kepplinger et al. 1994a: 501). Des Weiteren konnten Kinder (1986; vgl. auch King 2002) sowie Kepplinger et al. (1994a: 500) zeigen, dass alltägliche Bewertungsstandards, die Menschen in vielen persönlichen und geschäftlichen Lagen an ihre Interaktions- oder Geschäftspartner anlegen (z.B. Sympathie, Vertrauen, Ehrlichkeit), auch eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung über Politiker spielen können. Politisch werden diese Eigenschaften insbesondere dadurch relevant, als dass der Wähler hieraus auf das Verhalten eines Politikers in unerwarteten Situationen, die während seiner Amtszeit auftreten können, schließen kann (vgl. auch Brettschneider 2002b: 144). Alltagsrationalität sollte daher nach Gabriel & Vetter (1998: 506) sowie Bentele (1998: 305-311) nicht ex ante als Faktor bei der Entscheidungsfindung ausgeschlossen werden. Förderlich für die Vertrauensbildung zwischen Politikern und Wählern sollten dabei in Anlehnung an Weibler (2001: 193) insbesondere vom Wähler wahrgenommene Ähnlichkeiten bezüglich bestimmter, als wichtig empfundener Eigenschaften mit dem Kandidaten sowie dessen wahrgenommener Geeignetheit für die angestrebte Aufgabe sein. Ebenso sollte dessen Selbstkommunizierung als integere, loyale, gutwillige und nicht destruktive Persönlichkeit sowie ein individueller offener Kommunikationsstil vertrauensbildend wirken. Maßgeblichen Einfluss sollte jedoch die Wahrnehmung und Attribution von Kompetenz für die Entwicklung von Vertrauen seitens der Wählerschaft haben.

II.2.2.2.2. Die Bewertung von rollenfernen persönlichen Eigenschaften

Ein nahezu unschlagbarer Vorteil der unpolitischen Eigenschaften eines Kandidaten ist die, dass es bei diesen am einfachsten sein sollte, sich ein Urteil zu bilden. Schließlich bereitet es erfahrungsgemäß den meisten Menschen wenige Umstände, sich auf Basis weniger und zum Teil sogar nur flüchtiger Informationen, ein detailliertes Bild von einer anderen Person zu machen. Erwiesenermaßen (vgl. z.B. Frey 1999) können dabei bereits innerhalb von Bruchteilen einer Sekunde, auf Basis (persönlicher oder medial vermittelter) visueller Eindrücke, einem Menschen (und damit logischerweise auch einem Politiker), reflexartig und ohne kritische Überprüfung, stark werthaltige Attribute zugeschrieben und beurteilt werden. Die

Wähler können folglich auf diese Weise Einstellungen auch gegenüber einem Kandidaten generieren, dessen politische Positionen sie (wenn überhaupt) nur ansatzweise kennen (vgl. Schulz, Zeh & Quiring 2000: 166).

a.) Physische Attraktivität

In Anbetracht dessen, dass die sozialpsychologische Attraktivitätsforschung immer wieder belegen konnte, dass attraktive Menschen gegenüber Unattraktiven in vielen relevanten Lebensbereichen einen beachtlichen Wettbewerbsvorteil genießen, wäre es verwunderlich, wenn physische Attraktivität ausgerechnet in Bezug auf Politiker keine Wirkung entfalten würde (vgl. z.B. Klein & Ohr 2001; Klein & Rosar 2005: 265ff.)[119].

Schließlich besitzen attraktive Personen die besondere Fähigkeit die Aufmerksamkeit ihres Umfeldes auf sich zu lenken (Maner et al. 2003). Sie werden von anderen Menschen besser behandelt (Dion & Berscheid 1974) wobei man ihnen sogar sozial unangebrachtes Verhalten eher durchgehen lässt (Bassili 1981; Grammer 2002: 169). Neben diesem „*Glamour-Effekt*" werden attraktiven Personen zudem nach dem Prinzip „*what is beautiful is good*" unbewusst zahlreiche positive Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben wie physische und psychische Gesundheit, Intelligenz, Stärke, Fleiß, Selbstsicherheit, Kompetenz, Gesellig- und Sozialverträglichkeit (Dermer & Thiel 1974; Dion et al. 1972; Eagly et al. 1991; Feingold 1992; Miller 1970; Kinder & Fiske 1986: 206; Keating, Randall & Kendrick 1999; Sullivan & Masters 1988), die ihnen auch in ihrer Beruflichen Entwicklung sehr oft zum Vorteile gereichen.

So überrascht es wenig, dass Attraktivität aber auch das Privatleben Einfluss auf die Gesamtbewertung eines Kandidaten haben (vgl. z.B. Rosenberg et al. 1986; Rosenberg & McCafferty 1987; Klein & Ohr 2000b, 2001) infolgedessen beispielsweise auch attraktive Wahlkreiskandidaten besser abschneiden als weniger Attraktive (Klein & Rosar 2005). Des Weiteren können sich auch Eigenschaften wie die Vermittlung menschlicher Wärme durch den Kandidaten vorteilhaft auf dessen Gesamtbewertung auswirken (vgl. z.B. Funk 1996, 1999). Klein & Ohr (2001: 125) weisen jedoch darauf hin, dass nicht jede Eigenschaft in Bezug auf jeden Spitzenkandidaten dieselbe Wichtigkeit hat.

---

[119] So haben attraktive Personen wenig überraschend Vorteile auf dem Partnerschaftsmarkt (Grammer 2002), im Beruf (Biddle & Hamermesh 1998; Hosoda et al. 2003) und beim Einkommen (Hamermesh & Biddle 1994; Harper 2000). Sie kommen bei Leistungsbewertungen (Hamermesh & Parker 2005) und vor Gericht (Efran 1974) besser weg. Sie begehen weniger Straftaten (Mocan & Tekin 2006) und genießen auch sonst in zahlreichen Lebenslagen Vorteile (Mulford et al. 1998; Umberson & Hughes 1987).

b.) Herkunft, Religion, Geschlecht & Alter: Wirklich vollkommen *un*-politische Merkmale?

Nach Popkin (1994: 27f, aber auch Huddy & Terkildsen 1993, Carmines & Huckfeldt 1996; Juhász 2002) bietet sich hinsichtlich der Einschätzung von Politikern auch die Orientierung an bekannten bzw. offensichtlichen sozialen Merkmalen wie beispielsweise Alter, Geschlecht, Konfessions- und/oder Parteizugehörigkeit oder die landsmannschaftlichen Herkunft bzw. ethnische Abstammung[120] als „*information shortcut*" an. Da die Wähler die Kandidaten als typische Repräsentanten ihrer Herkunftsgruppen betrachten, schließen sie auf Basis dieser stereotypen Merkmale auch auf die politischen Standpunkte, die diese Politiker höchstwahrscheinlich vertreten würden. Den Kandidaten werden somit allein schon aufgrund ihrer Persönlichkeitsmerkmale bestimmte Kompetenzen, Standpunkte, Überzeugungen und/oder Wertvorstellungen zugeschrieben oder Sympathien entgegengebracht. Die Spitzenkandidaten werden somit zum *Symbol*. Beispielsweise könnte, auch ohne explizite Thematisierung im Wahlkampf, allein schon die katholische Konfessionszugehörigkeit, als grundsätzliches Bekenntnis des Kandidaten zum katholischen Milieu und dessen Lebensführung und Wertvorstellungen interpretiert werden, welche wiederum vom Wähler entweder geteilt oder abgelehnt werden können[121] (vgl. Roßteutscher 2007: 323f.). In jedem Fall erleichtern solche Merkmale, als „*information shortcut*", „*default vaue*" bzw. „*cost-saving device*" (Popkin 1991: 13, 51f.) dem unvollständig informierten Wähler die Entscheidungsfindung. Nach Lijphart gelten solche symbolischen Aktivierungen von Wähler-Politikanbieter-Koalitionen zudem als außerordentlich wichtig für einen Erfolg an der Wahlurne (vgl. Roßteutscher 2007: 323). Im Gegenzug führt die Unterlassung eines entsprechenden Symbolaktes nach Rohe (1992: 25) zu einer möglichen Wahlverhaltensänderung in den betroffenen Wählerschichten, welche wiederum auf längere Sicht eine Veränderung im Parteiensystem nach sich ziehen kann.

Ebenso stellt sich insbesondere in Deutschland seit der Kandidatur von Angela Merkel als Kanzlerkandidatin im Wahljahr 2005 die heikle (!) Frage des Geschlechts als wahlentschei-

[120] „Characteristics such as a candidate's race, ethnicity, religion, gender and local ties (hereinafter, „localism") are important cues, because the voter observes the relationship between these traits and real-life behavior as a part of his daily experience" (Popkin 1991: 63)

[121] Angehörigen der Evangelischen Konfession sind hingegen über das Konfessionsmerkmal selten zu aktivieren, da für sie empirisch andere – und hierbei insbesondere soziale und ökonomische – Themen wahlentscheidend sind (vgl. Roßteutscher 2007: 326). Auf diese Asymmetrie in der Dominanz konfessioneller Milieuzugehörigkeiten gegenüber anderweitigen Faktoren weisen auch Jagodzinski & Quandt (2000:163) hin.

dender Faktor. Nach der sogenannten „*Social Role Theory*“ von Eagly (1987) entwickeln Individuen, aus Beobachtungen von anderen Menschen innerhalb deren sozialer Rollen heraus, entsprechende Stereotypten, welche die Erwartungen gegenüber anderen Personen aber auch für die eigene Person prägen. Da Führungspersonen größtenteils durch Männer repräsentiert werden, während Frauen tendenziell in untergeordneten oder familiären Rollen wahrgenommen werden, hat die mögliche Besetzung einer (hier politischen) Führungsposition durch eine Frau durchaus das Potenzial eine Unsicherheit zu erzeugen, da sie eine Ausnahmeerscheinung darstellt (vgl. auch Kanter 1977, 1993). Aus der (auf niedrigem Niveau) umfangreicheren amerikanischen Forschung ist diesbezüglich bekannt, dass mit der Prestigeträchtigkeit des Amtes die Unterstützung von Kandidatinnen abnimmt (Ambrosius & Welch 1984). Ebenso sinkt die elektorale Unterstützung für weibliche Kandidaten mit der Seltenheit mit der das angestrebte Amt bisher weiblich besetzt war (Clark & Clark 1984). Gleiches gilt für Ämter auf den höheren staatlichen Ebenen sowie in der Exekutive (Adams 1975). Bezogen auf den prominenten deutschen Fall weist Winand Gellner (zitiert nach politik & kommunikation 30/2005: 26) darauf hin, dass

> „[w]as nicht so laut gesagt wird, ist und bleibt der Faktor Geschlecht. Die vier oder fünf Prozent, die Frau Merkel auf wundersame Weise verloren hat[122], dürften auf grundsätzliche Ressentiments gegenüber einer Frau an der Spitze des deutschen Staates zurückzuführen sein.“

Westle & Schübel (2009: 225) stellten ebenfalls fest, dass insbesondere im konservativen Wählerpotential – aber auch darüber hinaus – versteckte Vorbehalte gegen Frauen in politischen Führungspositionen existieren.

Jenseits des deutschen Falles wären in Kombination mit dem Attraktivitätsaspekt zudem „*beauty is beastly*“- Effekte im Hinblick auf Frauen als mögliche Führungspersönlichkeiten denkbar: Dieser Effekt besagt, dass attraktive weibliche Personen in männlich geprägten und

[122] Noch wenige Tage vor der Bundestagswahl vom 18.09.2005 ermittelten die großen deutschen Meinungsforschungsinstitute folgende CDU-Werte: 41-43% (Forsa 16.09.) 42% (Emnid 13.09.) 41,4 (Allensbach 16.09.), 41% (Forschungsgruppe Wahlen 09.09.), 42% (GMS 12.09.), 41% (Infratest Dimap 08.09.). Das tatsächliche Wahlergebnis der CDU betrug am Ende dagegen nur 35,2% (vgl. www.wahlrecht.de). Die Geschäftsführerin des Instituts für Demoskopie in Allensbach Renate Köcher stellte in diesem Zusammenhang fest, dass sich zahlreiche Wähler in den Wahlumfragen damit „gebrüstet hätten, die Union zu wählen, es dann aber nicht getan“ hätten (zitiert nach politik & kommunikation 30/2005: 26). Der Geschäftsführer von forsa Manfred Güllner fügte dem hinzu, dass sich dies mit Effekten der sozialen Erwünschtheit erklären lässt. Demnach hätten zahlreiche potentielle CDU-Wähler im Bewusstsein der politischen Incorrectness ihrer Vorbehalte gegenüber einer Kanzlerin, unrichtigerweise eine CDU-Wahlabsicht geäußert um nicht „als diskriminierend zu gelten.“ (Internet-Ausgabe der Financial Times Deutschland vom 19.09.2005). In der Ausgabe Nr. 40 des Magazins „Der Stern“ (29.09.05) führte er weiterhin aus, dass der massive Einbruch der CDU insbesondere auf die Spitzenkandidaten Merkel zurückzuführen sei, da gerade unter den potentiellen Unions-Wählern die Ressentiments gegen eine Kanzlerin besonders ausgeprägt waren.

dominierten Kontexten Nachteile wiederfahren, die sich daraus ergeben, dass ihre feminine Perzeption den stereotyp männlich geprägten Rollenerwartungen widersprechen (Heilmann & Saruwatari 1979; kritisch: Podratz & Dipboye 2002). Da Kühnen & Sczesny (2003) dieses Verhalten in Bezug auf Führungskräfte in der Privatwirtschaft nachweisen konnten, liegt die Übertragbarkeit auf politische Führungspositionen sehr nah (Klein & Rosar 2007: 276).

Das ebenfalls (innerhalb gewisser Bandbreiten) offensichtliche Lebensalter der Kandidaten könnte wiederum unter dem Aspekt eine Rolle spielen, dass es den Wählern Inferenzen bezüglich deren Gesundheit ermöglicht. Hieraus wiederum lässt sich die Fähigkeit der Kandidaten beurteilen, das angestrebte Amt auch über die gesamte Wahlperiode hinweg kraftvoll ausüben zu können. (vgl. u.a. Abrams & Brody 1998).

II.2.2.2.3. Welche Eigenschaften entscheiden die Kandidatenpräferenz?

Vergleichbar den Problemlösungskompetenzen von Parteien und Kandidaten beruhen auch die Wahrnehmungen der Wähler hinsichtlich der Kandidatenimages (zumindest sofern sich Wähler und Politiker nicht persönlich kennen) weit weniger auf Kenntnissen über *objektiv vorhandene Eigenschaften* als vielmehr auf *wahrgenommenen* und über die Massenmedien *vermittelten* Eigenschaften (Brettschneider 2005: 494). Die Wahrnehmung eines Kandidaten hängt folglich im Wesentlichen von Umfang und Art der Medienberichterstattung über ihn ab (vgl. z.B. Kindelmann 1994).

Ebenfalls vergleichbar zur Kompetenzbeurteilung von Politikanbietern über verschiedene Politikfelder kann angenommen werden, dass der Wähler bei der Imagebewertung nicht *alle* persönlichen Eigenschaftsdimensionen gleichermaßen heranzieht, sondern auch hier sein Urteil schwerpunktmäßig auf Basis jener Eigenschaften trifft, die aufgrund hoher medialer Thematisierung, zum Beurteilungszeitpunkt „*top of the head*“ sind (vgl. Weaver et al. 1981). Analog zur Kompetenzbeurteilung kann sich also durch das „*Image-Agenda-Setting“* ein Vorteil (Nachteil) für solche Politiker ergeben, die von den Wählern auf jenen Eigenschaftsdimensionen positiv (negativ) wahrgenommen werden, die vor einer Wahl von den Medien stark thematisiert werden (vgl. Brettschneider 2005: 495).

Hinzu kommt, dass Einstellungen, die sich auf bestimmte Politiker beziehen, in weit geringerem Ausmaß mit Bestandteilen des persönlichen Orientierungssystems vernetzt sind als bei-

spielsweise Einstellungen, die sich auf bestimmte Sachfragen beziehen[123]. Daher sind Kandidateneinstellungen in jeden Fall im Vergleich zu Issue-Orientierungen wesentlich anfälliger für persuasive Medienberichterstattung. Empirisch zeigt sich dies insbesondere in einer höheren Volatilität der Politikerbewertungen gegenüber den Beurteilungen von politischen Standpunkten oder Kompetenzen von Parteien in der Demoskopie. Dies korrespondiert wiederum mit der ebenso diskontinuierlichen Medienberichterstattung über Spitzenpolitiker, deren mediale Bewertungen meistens sehr stark von aktuellen Themenschwerpunkten abhängen mit denen diese Politiker in Zusammenhang stehen. Es ist daher auch keine Seltenheit, dass in vergleichsweise kurzer Zeit aus „Medienlieblingen" „Medienopfer" werden können, wenn nach einer Episode umfangreicher und wohlwollender Medienberichterstattung, diese plötzlich aussetzt oder sogar eine negative Tonalität bekommt (vgl. Brettschneider 2005: 491f.).

Die Wirkung die von Medieneinflüssen auf die Kandidateneinstellungen der Wähler ausgehen kann, wird dabei zum einen moderiert von der Konsonanz der Medienberichterstattung (vgl. Seite 109f.) sowie dem Vorhandensein sowie der Stärke langfristiger politischer Orientierungen. Medieneinflüsse sind demzufolge individuell umso wahrscheinlicher, je höher die Konsonanz der Medienberichterstattung ausfällt und je schwächer die langfristige politische/ideologische Orientierung von Ego ausgeprägt ist (vgl. Brettschneider 2005: 495).

Ebenso ist in puncto Medienwirkungen wiederum zwischen der Wirkung von Fernseh- und Zeitungsberichterstattung zu differenzieren. So ist das Fernsehen eher in der Lage die Einstellungen hinsichtlich der persönlichen Kandidateneigenschaften zu beeinflussen, während Einstellungen bezüglich der Kompetenzaspekte eher durch die Presse beeinflussbar sind (Kepplinger et al. 1994b: 57).

II.2.2.2.4. Personalisierung der Kandidatenbewertung und des Wahlverhaltens?

Fällt im Zusammenhang mit Politik im Allgemeinen und Wahlverhalten im Besonderen der Begriff der „Personalisierung" wird damit oft eine Entpolitisierung von Politik bzw. eine „inhaltsarme" Wahlentscheidung impliziert, welche unter demokratietheoretischen Aspekten nicht so ganz dem Ideal vom rationalen, Issue-orientierten Wähler entspricht (vgl. z.B. Gabriel & Vetter 1998; Dalton & Wattenberg 1993). Welche Art „Personalisierung" ist jedoch in

[123] „So stellt die Umbewertung eines Politikers nicht unbedingt die eigenen politischen Grundüberzeugungen in Frage" (Brettschneider 2005: 491).

diesem Zusammenhang gemeint? Personalisierung kann nämlich auf vier verschiedenen Ebenen stattfinden: Zum einen auf der Ebene der *Kandidatenbewertung*, indem rollenferne Politikereigenschaften für die Gesamtbeurteilung wichtiger werden als Rollennahe. Zum anderen kann das *Wahlverhalten* personalisiert sein, wenn von den Kandidaten ein größerer Effekt auf das Wahlergebnis ausgeht als von Themen. Ein solcher Effekt würde jedoch vermutlich nicht von ungefähr kommen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass hierbei der Personalisierungsgrad des vorangegangenen *Wahlkampfes* sowie der Personalisierungsgrad der medialen *Berichterstattung*, welche für viele Wähler die Grundlage ihrer Entscheidungsfindung ist, den Hintergrund bildet (vgl. auch Brettschneider 2002b).

a.) Personalisierung der Kandidatenbewertung?

Die *Personalisierung der Kandidatenbewertung* bezieht sich auf relative Bedeutung der rollenfernen gegenüber den rollennahen Dimensionen im Rahmen der Gesamtbewertung von Kandidaten. Nach Gabriel & Neller (2005) sowie Kepplinger & Maurer (2003, 2005) haben dabei insbesondere Faktoren wie „Sympathie“, aber auch „Vertrauenswürdigkeit“ großen Einfluss auf die Gesamtbewertung von Kandidaten. Brettschneider (2002b: 176f.) ermittelte hingegen Themen- und Führungskompetenzen als maßgeblich Image-prägende Faktoren. Er weist jedoch auch darauf hin, dass die entsprechenden Faktoren von Wahl zu Wahl (und damit implizit auch von Kandidat zu Kandidat) variieren. Unter Berücksichtigung, der verschiedenen Messinstrumente müssen sich diese Erkenntnisse nicht wiedersprechen, es zeigt sich hier jedoch ein nicht unerhebliches Problem: Nämlich jenes, ob Probanden in einer Befragung die Bewertungen auf den verschiedenen Dimensionen wirklich sauber abstrahieren können. So könnten Sympathien bzw. Antipathien für bestimmte Kandidaten beispielweise aus den von diesen vertretenen politischen Standpunkten zu bestimmten Issues erwachsen sein oder sich aus Zu- bzw. Abneigungen gegenüber deren Parteien ableiten. Genauso gut könnten optische Eigenschaften auf Kompetenzwahrnehmung ausstrahlen. Vermeintlich unpolitische Merkmale könnten auf diese Weise also durchaus eine politische Bedeutung bekommen (vgl. auch Page 1978: 262; Conover & Feldman 1989; Carlson 1984; Carlson & Boring 1981). Aus dem Streben nach kognitiver Konsonanz heraus versuchen die Wähler mit der Nähe zum Wahltag zudem ihre Wahrnehmungen bezüglich der Kandidaten in Einklang zu bringen und passen dabei ihre Kompetenzwahrnehmungen eher an vorhandene Sympathien an als umgekehrt (Kepplinger & Maurer 2005).

Insbesondere der Bedeutung der Parteizugehörigkeiten und den sich daraus ergebenden Stereotypen und Heuristiken, welche insbesondere in Bezug auf rollennahe Eigenschaften wirksam werden sollten, werden in der Literatur ein hoher Einfluss und eine hohe Persistenz hinsichtlich der Kandidatenbewertung zugeschrieben (vgl. z.B. Sigel 1964; Rahn 1993; Brettschneider 2002b: 164-170, 183-186). Die Bedeutung solcher Schemata ist dabei (1) umso größer, je geringer die Bereitschaft des Wählers ist, entsprechende Informationen zu sammeln und/oder je schwieriger solche Informationen verfügbar gemacht werden können[124] und (2) umso einflussreicher und zeitlich näher die entsprechende Wahl ist (vgl. Conover & Feldman 1989; McCann 1990). Personalisierungstendenzen im Sinne einer allgemeinen Verschiebung der Beurteilungsschwerpunkte von rollennahen zu rollenfernen Eigenschaften lassen sich jedoch empirisch nicht feststellen[125] (vgl. Lass 1995: 125-128; Brettschneider 2002b: 176-188; Schoen & Weins 2005: 237).

Für das „Integrierte Modell des Wahlverhaltens“ bedeuten diese Überlegungen, dass von einer starken und von Wahl zu Wahl variierenden Interaktion der einzelnen Bewertungsdimensionen für Kandidaten ausgegangen werden muss, wobei die maßgeblichen Einflüsse seitens der langfristigen politischen Orientierungen ausgehen sollten. Diese sollten einerseits einen direkten und andererseits einen über die Issue-Bewertungsdimension vermittelten Einfluss auf die Kandidatenpräferenz haben. Der Einfluss von Leadership, Integrität sollten hingegen nur dann eine messbare Rolle spielen, wenn sie zumindest in Bezug auf zumindest einen Kandidaten thematisiert (also öffentlich betont oder infrage gestellt) werden. Ebenso kann von physischer Attraktivität und Charisma nur dann ein Effekt ausgehen, wenn zumindest ein Kandidat über das jeweilige Attribut auch verfügt. Ein größerer Effekt sollte dagegen von den *„Symbolen“* (Herkunft, Religion, Geschlecht, Alter) ausgehen, da durch diese erstens bestimmte Kompetenzvermutungen quasi automatisch aktiviert sowie zweitens Vertrauen, Sympathie und Antipathie innerhalb bestimmter Bevölkerungssegmente erzeugt werden können, welche hier wiederum zu entsprechenden (De-)Mobilisierungseffekten führen.

[124] Die Einordnung und Bewertung von Kandidaten allein auf Basis von Stereotypen bedeutet jedoch gleichzeitig auch, dass diese Einstellungen vergleichsweise stabil und vom Kandidaten selbst wenig beeinflussbar sind (vgl. Schoen & Weins 2005: 236).

[125] Allerdings liegen zu rollenfernen Kandidatenmerkmalen auch nicht für längere Zeiträume vergleichbare Daten vor, so dass keine Aussage über einen Trend zur Personalisierung im engeren Sinne möglich ist (vgl. Schoen & Weins 2005: 240; Brettschneider 2002b).

b.) Personalisierung des Wahlverhaltens?

Während beispielsweise in den USA der eigenständige Kandidateneffekt auf das Wahlverhalten beträchtlich ist, ist strukturieren in parlamentarischen Systemen, im Wesentlichen die langfristigen politischen Prädispositionen die Wahlentscheidung. Dahinter wiederum wechseln sich – in Abhängigkeit von wahlspezifischen Konstellationen, der Themenagenda, dem Kandidatenangebot sowie dem jeweiligen institutionellen, situativen und individuellen Kontext – Themen und Kandidatenorientierungen auf den Plätzen zwei und drei gegenseitig ab (vgl. Brettschneider 2002b: 115; Gabriel & Vetter 1998; Gabriel & Neller 2005; Falter & Rattinger 1983; Kaase 1994; Lass 1995; Denver 1994). Innerhalb des Elektorats sind dabei die Kandidateneffekte tendenziell bei Personen die parteipolitisch ungebunden und/oder keiner großen Partei die Lösung der relevanten politischen Probleme zutrauen am höchsten (vgl. Gabriel & Vetter 1998: 527; Gabriel & Neller 2005: 233). Ein genereller Trend zum „Candidate-Voting“ lässt sich dabei weder in Deutschland noch in Österreich diagnostizieren (vgl. Brettschneider 2002b; Plasser, Ulram & Seeber 2003, 2007; abweichend Ohr 2000).

Hierbei ist zu konstatieren, dass in parlamentarischen Systemen allgemein die Wähler den Parteien eine bedeutendere Rolle zuerkennen als deren Spitzenkandidaten (vgl. Klingemann & Wattenberg 1990: 335); dennoch ist es auch wichtig, dass beide als zu einander passen wahrgenommen werden müssen, um erfolgreich sein zu können. Verkörpern Partei und Person dagegen keine Einheit, ist beim Wähler mit Dissonanz und Skepsis zu rechnen, welche sich in einer geringeren Wahlwahrscheinlichkeit für diese Partei niederschlägt (vgl. Pappi & Shikano 2001; Weßels 2009: 358ff)[126].

In der Praxis weichen jedoch Parteibindung sowie die Einstellung zu Sachthemen und Kandidaten bereits im Michigan-Modell relativ selten voneinander ab, sodass sich spezielle Kandidateneffekte oftmals nicht exakt sondern höchstens in Gestalt einer möglichen Bandbreite definieren lassen[127]. Die häufig konkordante Bewertung von Spitzenkandidaten sowie den von ihnen vertretenen Positionen belegen zudem die Unangemessenheit der getrennten

[126] Weßels (2009) konnte dabei zeigen, dass die Wahlwahrscheinlichkeit für eine Partei um 20 bis 30 Prozentpunkte sinkt, wenn sich der Wähler nicht von Partei *und* (!) Kandidat repräsentiert fühlt. Bei konsonanter Wahrnehmung erreicht diese Wahrscheinlichkeit dagegen annähernd 100 Prozent. Innerhalb des Parteien-Kandidaten-Tandems bleibt dabei die Partei die wichtigere Größe, welche jedoch ohne die passende Person wenig wert ist (vgl. ebd.: 376f.)

[127] Da auch von der Kandidatenorientierung ein rückwirkender Effekt auf die Parteibindung ausgehen sollte, kann deren tatsächlicher Einfluss als größer angenommen werden (Brettschneider 2002b: 110; Lass 1995: 191).

Betrachtung von Themen- und Kandidatenorientierungen[128] (Gabriel & Neller 2005: 214-215).

Da in der Vorstellung eines „integrierten Modells“ die Funktion der Parteiidentifikation durch die kulturellen Prädispositionen substituiert wird, sollten insbesondere Effekte eliminiert werden, die bisher von Rückwirkungen seitens der Themen- und insbesondere der Kandidatenorientierung auf die Parteibindung ausgegangen sind. Kandidateneffekte sollten daher im „Integrierten Modell“ tendenziell einen größeren relativen Einfluss auf die Wahlentscheidung entfalten. Wechselwirkungen zwischen Partei- und Kandidatenorientierung sollten zwar ebenfalls auftreten und aufgrund der direkten sowie über die Themen-Bewertungsdimension vermittelten ideologischen Orientierungen tendenziell ein konkordantes Verhältnis aufweisen, dennoch sollten hier die Diskrepanzen größer sein als im Michigan-Modell zwischen Themen- und Kandidatenorientierung. Dies sollte insbesondere daraus resultieren, dass im „Integrierten Modell“ die Untersuchung nicht auf die Anhänger der großen (möglichen) Kanzlerparteien beschränkt werden muss, da hier in erster Linie die politischen Lager entscheidend sind, welche auch die Wähler der kleinen (potenziellen Koalitions-) Parteien einschließen. Diese sollten zwar einerseits tendenziell auch eher jenen Kanzlerkandidaten favorisieren, der „ihrer“ Seite des poltischen Spektrums zuzurechnen ist, andererseits ist zu vermuten, dass die Anhänger der kleinen Parteien, diese in der Regel aufgrund bestimmter Themen – und hierbei insbesondere Positionen – und weniger wegen deren Spitzenkandidaten wählen.

Die größten Differenzen zwischen Partei- und Kandidateneinflüssen auf das Wahlverhalten sollten sich jedoch nach Segmentierung des Elektorats in politisch Interessierte und Uninteressierte zeigen. Gemäß der zugrundeliegenden Hypothese, sollte dabei das Teil-Elektorat der politisch Interessierten stärker Partei- und das politisch uninteressierte Pendant stärker Kandidatenorientiert wählen. Das Potenzial des Personalisierungsgrades insgesamt hinge damit zum Einen von der Größe des unpolitischen Teils des Elektorats ab. Dieser käme jedoch auch wiederum nur dann zum tragen wenn die Mobilisierungsquote in beiden Teilelektoraten konstant bliebe. Fehlen beispielsweise in einem Wahlkampf einerseits kontroverse Positionen, die die politisch Interessierten mobilisieren würden und treten gleichzeitig zwei

[128] Bedeutende Sachthemen haben darüberhinaus sogar das Potential mit bestimmten Kandidaten nahezu untrennbar zu verschmelzen (z.B. die Ostpolitik mit Willy Brand oder die deutsche Einheit mit Helmut Kohl) (vgl. Brettschneider 2002b: 113).

wenig begeisternde Kandidaten an, die die Unpolitischen mobilisieren könnten, würde sich lediglich das Niveau der Wahlbeteiligung absenken, während die relative Bedeutung von Partei- und Kandidatenorientierung ceteris paribus unverändert bliebe.

II.2.2.2.5. Die „Kulisse“ der Personalisierung der Kandidatenbewertung und des Wahl-Verhaltens

Auch wenn die Mehrheit der Autoren, die sich mit dem Thema Personalisierung des Wahlverhaltens bzw. der relativen Stärken der Einflussfaktoren im Michigan-Modell auf das Wahlverhalten beschäftigt haben, keinen *Trend* zur Personalisierung feststellen, sondern konstatieren, dass der Grad an Personalisierung in Abhängigkeit vom wahlspezifischen Kontext schwankt (vgl. Seiten 135ff.), wäre es dennoch interessant zu wissen, welche Faktoren den Personalisierungsgrad des Wahlverhaltens (aber eventuell auch die der Kandidatenbewertung) am stärksten beeinflussen können. Geht man realistischerweise davon aus, dass der institutionelle Kontext, die Verteilung von kulturellen Prädispositionen sowie das Parteienangebot langfristig relativ stabil ist, bleiben eigentlich nur noch Themen- und Kandidatenkonstellationen übrig. Diese wiederum können jedoch nur dann ihre Wirkung entfalten, wenn sie durch Maßnahmen der politischen Kommunikation im Rahmen von Wahlkämpfen sowie der Medienberichterstattung entsprechend asymmetrisch aktiviert werden. Stellen beispielsweise die maßgeblichen politischen Akteure ihre gegensätzlichen Positionen in den Mittelpunkt des Wahlkampfes, sollte dies einen Lagerwahlkampf zur Folge haben, der insbesondere die politisch Interessierten mit klarer ideologischer Orientierung mobilisieren würde. Geht man weiterhin davon aus, dass politische interessierte Personen wiederum gegenüber politisch weniger interessierten Personen in ihrem sozialen Nahumfeld bei entsprechender Motivation durch emotionalisierende Themen ebenso zu Meinungsführern (vgl. Kapitel I.A.4.; Schmitt-Beck 2000; Radunski 1980: 118ff.) avancieren und damit entsprechende Multiplikatorwirkungen auslösen können, wie die Medien, könnten Positionen das gesamte Elektorat erfassen und die Bedeutung von Spitzenkandidaten marginalisieren. Das andere Extrem wäre ein Wahlkampf in dem insbesondere die großen potenziellen „Kanzlerparteien“ auf kontroverse Positionen komplett verzichten, eine mögliche Demobilisierung ihrer Stammwählerschaften in Kauf nehmen und schwerpunktmäßig um die Stimmen der eher Unpolitischen werben, indem sie ihre Spitzenkandidaten in den Mittelpunkt des Wahlkampfes stellen. Den Medien sollte eine solche Strategie (vgl. Seiten 146ff.) entgegenkom-

men: Einerseits weil die Darstellung von Politik anhand von „sprechenden Köpfen“ und „visualisierten Darstellungen“ den Logiken und Erfordernissen des Mediums Fernsehen sowie dem Boulevard entgegenkommen sollten und zum anderen weil diese Art des Wahlkampfes den Medien ein größeres Machtpotenzial eröffnet, welches sich daraus ergibt, dass Wahrnehmungen der Wähler – und hierbei insbesondere in Bezug auf Personen – wesentlich einfacher manipulierbar sind, als die im Elektorat bereits vorhandenen und kulturell gestützten Einstellungen zu bestimmten Positionen (vgl. Seiten 131ff.). Gleiches gilt für die Wahrnehmungen von Themenprioritäten (vgl. Seiten 103ff.) im Rahmen der Meinungsbildung zu Valenzissues (vgl. Seiten 101ff.).

Die politischen Akteure würden jedoch mit einer solchen Strategie, welche auch gern mit dem Begriff „*Amerikanisierung*“ apostrophiert wird, effektiv ihr Schicksal sehr weit in eine „*Black Box*“ der politischen Kommunikation verlagern, welche insbesondere im Wahlkampf eine hohe und vom einzelnen Akteur, in Bezug auf dessen eigene Imagegestaltung, kaum noch zu kontrollierende Dynamik entfalten kann. Eine Personalisierung des Wahlkampfes sollte von einer Partei also nur dann angestrebt werden, wenn sie sicher weis, dass sie für die eigenen Positionen im Elektorat bei weitem keine Mehrheit finden würde, zur Lösung der wichtigsten politischen Probleme (als Partei) nicht als kompetent wahrgenommen wird, dafür aber einen Kandidaten aufbieten kann, der im Elektorat als wesentlich beliebter und kompetenter wahrgenommen wird, als der der Gegenpartei.

Entscheidend für den Personalisierungsgrad des Wahlverhaltens sind also vermutlich jene Wahrnehmungen, die von politischen und medialen Akteuren im Wahlkampf sowie im Rahmen der Medienberichterstattung vor Wahlen beim Publikum erzeugt werden. Diese wiederum beeinflussen über die Mechanismen von *(Second Level) Agenda-Setting, Priming* und *Framing* (vgl. Seiten 105ff.), nach welchen Kriterien die Bürger ihre Wahlentscheidung treffen und damit auch, welche Rolle die Kandidaten dabei spielen. Folglich bilden zum einen die *Personalisierung der Medienberichterstattung* im Zeitalter des Fernsehens und zum anderen *die Personalisierung der Wahlkämpfe* die „Kulisse“ der *Personalisierung des Wahlverhaltens* (vgl. Brettschneider 2002b, 2009). Mit dem in diesem Zusammenhang häufig verwendeten

Begriff der „*Amerikanisierung*“, wird dabei auch ein (meist negativer[129]) Bezug zum amerikanischen Politik- Wahl- und Mediensystem hergestellt.

Personalisierung stellt jedoch in diesem Zusammenhang jeweils nur einen Aspekt des diffusen Begriffs der „*Amerikanisierung*“ dar, welchen man hier genauso gut auch als „*Modernisierung*“ bezeichnen könnte. Im Kern verstehen sich beide Vokabeln als Oberbegriffe unter welche sich bestimmte Veränderungsprozesse des politischen Kommunikationsverhaltens der politischen und medialen Akteure im Rahmen von Wahlkämpfen subsummieren lassen, welche sich infolge des gesellschaftlichen, politischen und medialen Strukturwandels international mehr oder weniger gleichförmig vollzogen haben[130]. Inhaltlich umfassen dabei die Begriffe „*Amerikanisierung* bzw. *Modernisierung*“ im Bezug auf Wahlkämpfe neben (1) einer Personalisierung und Entideologisierung[131] der Kampagne (2) die Führung des Wahlkampfes als Wettstreit der Kandidaten, welcher (3) als Angriffswahlkampf (4) professionell – also von Experten statt „Parteisoldaten“ – unter (5) Marketing-Gesichtspunkten sowie (6) unter Anwendung von Erkenntnissen aus dem Ereignis- Themen- und Kommunikationsmanagements geführt wird[132]. Bezogen auf die Medienberichterstattung machen sich „*Amerikanisierung*“ bzw. „*Modernisierung*“ insbesondere im Rahmen der Betonung des Kandidaten-Wettstreits bemerkbar, welcher von den Medien durch eine „*horse race*“- Berichterstattung befördert, wenn nicht sogar initiiert wird (vgl. Schulz 1997: 186f., 1998a: 378; Radunski 1996: 34f.).

[129] Der Begriff „Amerikanisierung“ wird im Bezug auf politische Sachverhalte allgemein zumeist negativ konnotiert und mit Prozessen wie Entpolitisierung oder Trivialisierung von Politik und/oder einem einseitigen Kulturtransfer assoziiert (vgl. z.B. Kamps 2000).

[130] Die, im Rahmen dieser Arbeit irrelevante, semantische Frage, ob man diese Prozesse als „*Amerikanisierung*“ oder „*Modernisierung*“ bezeichnen möchte, hängen letztlich davon ab, ob man diese Veränderungen der politischen Kommunikationspraxis (exogen) als einseitigen Transfer bzw. Imitation von amerikanischen Handlungslogiken und Wahlkampfmethoden auf bzw. in andere(n) nationalen Kontexte (ohne Rücksicht auf das dortige Institutionengefüge) betrachtet (vgl. z.B. Plasser 2000: 50; Caspi 1996: 176), oder ob man diese Veränderungen (endogen) als Resultat von gesellschaftlichen, politischen und medialen Veränderungsprozesse begreift, die schlicht und einfach in den Vereinigten Staaten bereits weiter fortgeschritten sind als in anderen Teilen der Welt (vgl. u.a. Schulz 1998a: 378, 1997: 194; Hallin & Mancini 2003; Kamps 2000; Donges 2000; Holtz-Bacha 2000).

[131] Entideologisierung im Sinne von Reduktion des programmatischen und ideologischen Profils zugunsten einer Hervorhebung vorteilhafter Eigenschaften und allseitiger Kompetenz.

[132] Diese Aufzählung ließe sich ergänzen um die Faktoren „Emotionalisierung“ (Gleich 1998: 412), „negative campaigning“ (Falter 1998), „Aufhebung der Trennung von Politik und Privatem“ und „Entpolitisierung“ (Dietmar Herz zit. n. Holtz-Bacha 2000: 44), „Trivialisierung des Politischen (Weischenberg (1998: 16) der Betonung von Show-Elementen und Inszenierungen im Wahlkampf (Holtz-Bacha 1999) sowie der Thematisierung des Wahlkampfes als Wahlkampfthema (vgl. Kamps 2000: 18).

Veränderte Kommunikationsbedingungen seit den 1960er Jahren

1. Der Faktor „Fernsehen“

Visualisierte Darstellungen haben eine große Wirkungsmacht, da aufgrund ihrer vermeintlich abbildgetreuen Suggestion, sich dem Rezipienten der Unterschied zwischen Realität und inszeniertem Schauspiel nicht sofort erschließt. Insbesondere das Fernsehen mit seiner starken Fokussierung auf Visualisierung bietet daher einen unvergleichlichen Spielraum zur Selbst- und Fremdinszenierung (vgl. Jun 2009: 275; Sarcinelli 2000: 20).

Durch seine hohe Reichweite, starke Nutzung auch und insbesondere bei den politisch weniger Interessierten, seine hohe Glaubwürdigkeit[133] (vgl. Hickethier 2003; Wehmeier 1998; Jandura 2007: 39; Berg & Ridder 2002: 228), seiner Fähigkeit Emotionen zu wecken[134] (Maurer & Kepplinger 2003) und die Selektionsbarrieren des Publikums mittels sequentieller Darstellung von Informationen zu überwinden[135] sowie seines Unterhaltungswertes (vgl. Noelle-Neumann 1971, 1973a,b), kommt dem Medium Fernsehen die zentrale Rolle als Leitmedium in Sachen Politikvermittlung und Meinungsbildung im Allgemeinen und der Bildung von Kandidatenimages im besonderen zu (vgl. auch Schulz 2011: 226f.; Schmitt-Beck 1998; Dahlem 2001: 363ff.). Dies wirkt sich wiederum mittelbar auf das Wahlverhalten aus (vgl. z.B. Iyengar & Simon 2000; Kepplinger et al. 1994a; Norris 2006; Schmitt-Beck 2000; Sheafer & Weimann 2005).

So bezeichnen mehr als die Hälfte aller Deutschen und Österreicher das Fernsehen als ihre wichtigste Informationsquelle in Wahlkampfzeiten. In weitem Abstand folgt die Presse, welche für etwa ein Viertel der Wähler in beiden Staaten das wichtigste Informationsmittel ist (vgl. Zubayr & Gerhard 2002; Geese, Zubayr & Gerhard 2005, 2009: 638; Plasser & Lengauer 2010a). Für die kognitiv weniger mobilisierten Wähler ist dabei das Fernsehen meist sogar

---

[133] Diese resultiert nach Früh (1994: 56) insbesondere daraus, dass aufgrund der Verbildlichung die Medienrealität bei den Betrachtern eine der realen Weltwahrnehmung vergleichbaren Stellenwert einnimmt. Ebenso ist der Rezipient bei den meisten Ereignissen über die die Medien berichten persönlich nicht zugegen und ist daher letztlich von dem Bild abhängig, dass ihm die Medien präsentieren (vgl. auch Schulz 2011: 78).

[134] Kepplinger & Maurer (2003) weisen darauf hin, dass nonverbale emotionsgeladene Mitteilungen vom menschlichen Wahrnehmungssystem besser erkannt und unmittelbarer (da nicht intellektuell kontrolliert) verarbeitet werden, als Verbale.

[135] Schönbach & Lauf (2002, 2004, vgl. auch Marcinkowski 2010) bezeichnen diese Überrumpelung des Publikums auch als „trap effect“. Dieser tritt dabei insbesondere bei der Nutzung von sogenannten push-Medien auf, die vornehmlich passiv konsumiert werden, während die sogenannten pull-Medien, die ein aktives Suchen von Informationen seitens des Nutzers verlangen – wie z.B. das Internet – für die Verursachung solcher Fallen-Effekte weniger prädestiniert sind.

die einzige Quelle politischer Informationen und hat deshalb gerade bei dieser Gruppe das Potential, deren Realitätssicht zu determinieren, während kognitiv mobilisierte Bürger die politischen Angebote des Fernsehens mit der Lektüre von Qualitätszeitungen und Nachrichtenmagazinen kombinieren (vgl. z.B. Brettschneider 1997).

Die Ausbreitung des Fernsehens in den sechziger Jahren brachte dabei einen sprunghaften Anstieg des politischen Interesses mit sich (vgl. Noelle-Neumann 1971; Schulz 2011: 224). In Folge der Dualisierung der Rundfunklandschaft nahm das Informationsangebot insgesamt weiter zu, im Vergleich zum rasanten Wachstum des unterhaltungsorientierten Programmangebots konnte es jedoch – auch hinsichtlich der Zuschaueranteile – nicht mithalten (vgl. Berens et al. 1997; Saxer 2007: 178ff.; Tenscher 1998). Dafür entstanden jedoch neue Programmformate, welche politische Themen mit Unterhaltung zum sogenannten „*Infotainment*“ verknüpften (z.B. Talkshows) und von den politischen Akteuren gerne zur Präsentation der eigenen Ideen in Anspruch genommen werden (vgl. z.B. Hallin & Mancini 2003: 45).

2. Österreichische Besonderheit: Der Machtfaktor „Boulevard“

Die im europäischen Vergleich besondere Beschaffenheit der österreichischen „Medienarena“ macht es notwendig den Machtfaktor Boulevard als Kontextfaktor nicht unberücksichtigt zu lassen. So wird die im Vergleich zu Deutschland und relativ zum Fernsehen wesentlich Presse-lastigere österreichische Medienlandschaft im Wesentlichen von einer einzigen Boulevard-Tageszeitung – der „Kronen Zeitung“ – beherrscht. Diese erzielt eine tägliche Reichweite von ca. 42% der Bürger ab 14 Jahren. Das deutsche Pendant „Bild“ bringt es dagegen im Vergleich gerade einmal auf rund 18%. Drei der rund 8,3 Millionen Österreicher (bzw. der 5 Millionen Zeitungsleser insgesamt) lesen die „Krone“ täglich. 17% des Elektorats sind lesen die Kronen-Zeitung sogar ausschließlich und für 37% bezeichnen sie als ihr persönliches Leitmedium. Sie erreicht mit ihrem politischen Informationsangebot täglich mehr als dreimal soviele Bürger wie die Hauptnachrichtensendung „ZiB 19:30“ und zusammen mit einer weiteren Boulevardzeitung „Österreich“ erreicht die sie ca. 53% der Österreicher und damit viermal so viele, wie alle Qualitätszeitungen des Landes zusammengenommen. (vgl. Plasser & Lengauer 2010a)[136]. Österreich gilt daher im internationalen Vergleich als „Boulevard-Demokratie“ und dies nicht zuletzt deshalb, weil die „Kronen-Zeitung“ ihre publizistische und

[136] Dabei genießen zudem die Printmedien in Österreich ein vergleichsweise hohes Vertrauen (62%; Deutschland 47%; vgl. Fernsehen 72 vs. 56&; Stand 2007-2008; vgl. Plasser & Lengauer 2010a).

politische Macht auch radikal auszuspielen pflegt (vgl. Passer & Seeber 2010). Die deutsche „Bild"-Zeitung verhält sich zwar in Wahlkämpfen auch nicht neutral, geht jedoch wesentlich subtiler vor, indem sie auf *explizite Wahlempfehlungen* verzichtet, jedoch die auf den Seiten 112ff. beschriebenen Methoden der *impliziten Wahlempfehlungen* (Opportune Zeugen, selektive Vergabe von publizistischer Präsenz, instrumentelle Aktualisierung, etc.) konsequent anwendet (vgl. z.B. Wagner 2007, Brettschneider & Wagner 2008).

a.) Personalisierung der Medienberichterstattung?

Die Medienberichterstattung gilt allgemeinhin dann als personalisiert bzw. „amerikanisiert", wenn sie sich (1) vornehmlich mit den *Spitzenkandidaten* und weniger mit den *Parteien* beschäftigt (2) sich dabei überwiegend auf *unpolitische* bzw. persönliche Aspekte des Kandidaten anstatt auf dessen Policy-*Standpunkte* konzentriert und (3) den *Wettkampfaspekt* des Wahlkampfes im Sinne eines sogenannten „*Horse-Race-Journalismus*" über die Auseinandersetzung mit den einzelnen *politischen Positionen* der politischen Akteure erhebt[137] (vgl. Brettschneider 2009: 512).

Für Deutschland zeigt sich dabei für die Bundestagswahlen zwischen 1990 und 2005 kein Bedeutungsgewinn der Kanzlerkandidaten gegenüber ihren Parteien in der Berichterstattung der Hauptnachrichtensendungen. Der Personalisierungsgrad variiert hier zwischen ca. 30 und 45 Prozent und damit weit unterhalb des amerikanischen Referenzwertes von ca. 66 Prozent bei der Präsidentschaftswahl von 2004 (vgl. Brettschneider 2009: 517: vgl. auch Vowe & Wolling 2000: 82). Eine ähnliche Tendenz zeigt sich auch in Österreich wo nach Lengauer, Pallaver & Pig (2007) und Lengauer & Vorhofer (2010) die Beachtung der politischen Parteien die Beachtung der Kandidaten in der Berichterstattung um ca. die Hälfte (ORF) übersteigt und sich beim Privatsender ATV die Waage hält. Das Ausmaß dieser Personalisierung steigert sich dabei in den meisten Fällen mit der Nähe zur anstehenden Wahl und ist zudem bei den kommerziellen Fernsehsendern etwas stärker ausgeprägt als bei den öffentlich-rechtlichen Pendants (vgl. Brettschneider 2009: 518f.).

Zwar ist der Anteil der visuellen Darstellung der Kandidaten seit Beginn der 1990er Jahre kräftig gestiegen, eine „Vermenschlichung" der Berichterstattung kann jedoch seither nicht

[137] Nach Lass (1995: 9-11) könnte man im Fall (2) auch von einer „Personalisierung der Politiker" bzw. einer „spezifischen Personalisierung" sowie in den Fällen (1) und (3) von einer „Personalisierung der Politik" bzw. einer „globalen Personalisierung" sprechen.

konstatiert werden, da sich gut die Hälfte der Berichterstattung der Hauptnachrichtensendungen, welche sich auf die Kanzlerkandidaten bezieht, auf deren Sachkompetenz fokussiert, wobei es sich bei den Urhebern entsprechender Aussagen in zwei von drei Fällen um Politiker und in einem Fall um Journalisten handelt. Gut ein weiteres Fünftel nimmt auf die ebenfalls rollennahe Leadership-Eigenschaft Bezug[138]. In der Berichterstattung über die Amtsinhaber spielt dabei die Sachkompetenz eine größere Rolle als bei den Herausforderern, über welche wiederum stärker unter Leadership-Aspekten berichtet wird[139]. Integrität sowie die die rollenfernen Eigenschaften werden dagegen unabhängig von der Nähe zum Wahltermin kaum thematisiert. Letztere Eigenschaften werden insbesondere von Journalisten (>50%) und weniger von Politikern selbst (ca. 25%) thematisiert und zudem von den Privatsendern etwa doppelt so stark wie von den Öffentlich-Rechtlichen, welche sich etwas stärker mit dem Sachkompetenzaspekt beschäftigen (ebd.: 521ff.; Schulz & Zeh 2004: 114. 2006: 300; vgl. auch Vowe & Wolling 2000: 82ff.; Marcinkowski & Greger 2000).

Mit der Nähe zum Wahltermin verschiebt sich der Fokus der Aufmerksamkeit – in Abhängigkeit von Themenlage und Wahlkampfdynamik – von den Sachthemen auf den Wahlkampf selbst. In den Mittelpunkt rücken dabei zum einen die steigende Zahl an veröffentlichten Wahlumfragen sowie die zunehmenden Spekulationen über den Wahlausgang, eventuelle Koalitionen und letzte Schachzüge der politischen Akteure vor der Schließung der Wahllokale. Urheber entsprechender Aussagen sind hierbei insbesondere die Journalisten, welche sich dafür bei Sachaussagen im Vergleich zu den politischen Akteure zurückhalten (vgl. Brettschneider 2009: 525ff.; Schulz & Zeh 2006: 300). Dieser Trend zum „*Horse-Race-Journalismus*“ bzw. „*game schema*“ vollzieht sich dabei nicht nur innerhalb eines Wahlkamp-

[138] Zu grundsätzlich anderen Ergebnissen kommen Kepplinger & Maurer (2005; vgl. auch Kepplinger et al. 1995: 146f., 1994b: 91f.), welche neben den verbalen auch die visuellen Informationen in ihre Analyse einbeziehen, da diese eine nachhaltigere Wirkung in der Wahrnehmung der Rezipienten entfalten. Hiernach beziehen sich zwischen 80 und 90% der vermittelten Informationen auf die Persönlichkeit der Kandidaten (insbesondere auf Vertrauenswürdigkeit und Sympathie). Die Autoren sehen aufgrund der zunehmenden Visualisierung der Kandidaten in den Medien eine Verlagerung des Bewertungsschwerpunktes auf die eher unpolitischen Kandidateneigenschaften. Eine solche Verlagerung hätte dabei nachhaltige Konsequenzen, da Wähler mit der Nähe zur Wahl ihren Gesamteindruck vom Kandidaten in Einklang bringen wollen und dabei eher Kompetenzvorstellungen an persönliche Sympathien und Antipathien anpassen als umgekehrt. Am Ende meinen die Wähler, dass sie sich an Sachkompetenzen orientieren obwohl sie sich in Wirklichkeit von ihren Sympathien und Vorstellungen über die Vertrauenswürdigkeit eines Kandidaten leiten lassen.

[139] Brettschneider (2009: 522f.) begründet dies damit, dass die Amtsinhaber erstens ein autonomes Agenda-Setting betreiben können und zudem über ihre Leadership-Fähigkeiten in Laufe ihrer Amtszeit bereits Gewissheit schaffen konnten. Die Herausforderer wurden dagegen zunächst unter dem Gesichtspunkt des innerparteilichen Wettbewerbs um die Kanzlerkandidatur betrachtet und müssen sich nun im Wahlkampf den Spekulationen um ihre mögliche Amtsführung stellen.

fes sondern beschreibt als einzige der drei genannten Personalisierungs- bzw. Amerikanisierungskomponenten einen langfristigen Trend (vgl. Schulz & Zeh 2004, 2006, 2010).

Dieser langfristigen Stilwandel in der Medienberichterstattung seit den 1970er Jahren, welcher mit einer „Entsachlichung" und einer zunehmenden Beurteilungs- und Bewertungstätigkeit innerhalb der Berichterstattung seitens der Journalisten einherging[140], ist dabei nach (Kepplinger 1998a: 78) insbesondere auf die veränderten Berufsauffassungen der jüngeren Journalistengeneration, die Professionalisierung der Kampagneführung sowie die Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsendern zurückzuführen (vgl. Schulz & Zeh 2006: 279). Mit der Kommerzialisierung eines Mediensystems steigt dabei grundsätzlich die Tendenz zu einer personalisierten und medienzentrierten Strategie der Berichterstattung (Pfetsch 1998: 86), da sich durch Werbeeinnahmen finanzierte TV-Sender letztlich an den Bedürfnissen eines möglichst großen Teils des Publikums orientieren müssen und daher dem vergleichsweise unrentablen Informationssegment nur einen kleinen Teil ihres Gesamtprogramms widmen und diesen zudem kurz, einfach und Personen-orientiert halten (vgl. z.B. Pfetsch 1991; Brettschneider 2005b). Politik wird daher im Privatfernsehen in einem auf Personalisierung und Wettkampf ausgerichteten (also unterhaltsamen) Stil präsentiert, der Nebensächlichkeiten oftmals wichtiger erscheinen lässt als Sachthemen (Brettschneider 2009). So verengte sich die Berichterstattung in den TV-Nachrichten zunehmend auf *politics*-Aspekte wie den Wahlkampf, den Kampagnestrategien, den Kandidatenwettstreit, Kontroversen oder Wahlprognosen, während Sachthemen zunehmend verdrängt und „*sound bites*" zwar zahlreicher und visualisierter, dafür jedoch auch kürze wurden. Inhaltlich wurden die TV-Nachrichten zudem – ganz im Sinne des Publikums – vitaler, bunter, thematisch „weicher" und stilistisch spannender gestaltet (Schulz & Zeh 2004: 114; Genz, Schönbach & Semetko 2001). Obwohl die öffentlich-rechtlichen Sender dabei ein anderes Informationsverständnis haben als die Privatsender (Krüger 2000), kam es in zeitlichen Abstand zur Dualisierung zu einer Annäherung der Nachrichtenstile- und Inhalte (vgl. z.B. Maier

[140] Insbesondere die Einführung der TV-Duelle zwischen den Kanzlerkandidaten in Deutschland führte dabei zu einem sprunghaften Anstieg der Beurteilungstätigkeit bezüglich der Kandidaten wobei sich hieran die Journalisten selber jedoch nicht überproportional beteiligten. Als Ziele negativer Beurteilungen sind dabei hauptsächlich Kompetenzaspekte festzustellen. Insgesamt werden jedoch in zunehmendem Maße die unpolitischen Eigenschaften der Kandidaten sowie deren aktuelle Position im „horse race" bewertet. Insgesamt überwiegen dabei eine negative Tonalität sowie eine Konflikt-Zentrierung in der Berichterstattung. Ein signifikanter, allgemeiner Negativismus-Trend, der unabhängig von den jeweiligen Kandidaten und/oder des politischen Kontextes wäre, kann jedoch bisher nicht festgestellt werden (Schulz & Zeh 2004: 114, 2006: 300, 2010: 334, Plasser, Pallaver & Lengauer 2009, Genz, Schönbach & Semekto 2001).

2002; Schulz & Zeh 2004: 114). Redaktionelle politische Präferenzen lassen die TV-Sender – zumindest in Wahlkampfzeiten – nicht erkennen und zwar weder im Rahmen eigener Beurteilungen noch durch „opportune Zeugen".

Weniger unparteiisch verhalten sich hingegen in beiden Ländern die Printmedien: Während sich dabei jedoch bei den Qualitätsmedien eher ein differenziertes Bild zeigt, welches insbesondere in einer Tendenz zur Akteures-bezogenen Themenvermittlung über „Experten" – und hierbei insbesondere der Minister und weniger der Spitzenkandidaten – zum Ausdruck kommt (vgl. Römmele 2005), welches wiederum inhaltlich von einem Wachstum negativer Kandidatenbezüge, bei Rückgang der Länge von Kandidatenzitaten in zunehmend „subjektiven" (Reportagen, Kommentare gegenüber „objektiver" Tatsachenberichterstattung) und visuellen Darstellungsformen begleitet ist (vgl. Wilke & Reinemann 2000, 2003, 2006), verfolgen insbesondere die führenden und im Hinblick auf das Wahlverhalten im Aggregat bedeutenderen Boulevard-Medien eine klare redaktionelle Linie[141]: So kommen sowohl bei der „BILD"-, als auch bei „Kronen" Zeitung im Rahmen der Wahlkampfberichterstattung, sämtliche der auf den Seiten 112ff. beschriebenen „Waffen" des „News Bias" zum Einsatz. Hierbei agiert jedoch die österreichische „Kronen Zeitung" wesentlich penetranter als ihr deutsches Pendant. Beiden Medien gelingt es dabei durchaus, signifikante Effekte auf das Wahlverhalten bei den jeweiligen Elektoraten in der angestrebten Richtung zu erreichen (vgl. Plasser & Seeber 2010; Wagner 2007; Brettschneider & Wagner 2008; Schmitt-Beck & Mackenrodt 2009).

b.) Personalisierung des Wahlkampfes?

Insgesamt macht sich die „*Personalisierung*" als Bestandteil der „Amerikanisierung" bzw. „Modernisierung" von Wahlkämpfen insbesondere durch (1) die Entkopplung und (2) den Bedeutungsgewinn des Spitzenkandidaten gegenüber seiner Partei, (3) der Professionalisierung der Wahlkampforganisationen, (4) der Entideologisierung und Emotionalisierung sowie

[141] Die Qualitätsprintmedien spielen insofern eine geringere Rolle in Bezug auf das Wahlverhalten im Aggregat, da (1) davon auszugehen ist, dass die überregionalen Qualitätszeitungen aufgrund ihrer zumeist offenkundigen politische Linie vornehmlich auch nur von Wählern mit gleichgerichteten politischen Grundüberzeugungen gelesen werden und von daher bei diesem Publikum nur „schwache" Medienwirkungen (Mobilisierung & Aktivierung) erzeugen können, während (2) bei den Regionalzeitungen eine Selektionsmöglichkeit durch die potenziellen Leserschaften auf der prä-kommunikativen Ebene zwar meistens mangels Angebotsvielfalt ausgeschlossen ist (vgl. z.B. Wilke 1994), sich jedoch aufgrund der Vielzahl dieser Zeitungen über das gesamte Wahlgebiet hinweg, Einstellungs-dissonante Medienwirkungen auf Teile der jeweiligen Leserschaften im Aggregat weitgehend ausgleichen sollten.

(5) der Fokussierung der Kampagne auf das Medium Fernsehen bemerkbar (vgl. zusammenfassend Brettschneider 2009: 512). Mit dem Aufstieg des Massenmediums Fernsehen als Hauptvermittler politischer Informationen und der stärkeren Unterhaltungsorientierung des Publikums, haben sich für die Parteien und die Kandidaten die Rahmenbedingungen für die Vermittlung politischer Inhalte einschneidend verändert (siehe auch Saxer 2007). „Aus dem Parteienwahlkampf ist der Fernsehwahlkampf geworden" (Radunski 1996: 36), der Personalisierung und Visualisierung geradezu erzwingt. So hat sich die Politik nach Oberreuter (1998: 17) der Unterhaltung als „Superideologie des Fernsehens" entsprechend unterwerfen müssen und Swanson & Mancini (1996: 272) argumentieren:

> „The modern campaign strategy which dominates all others and best fits media logic is personalization, concentrating on telegenic leaders while programs and policy proposals remain in the background".

Die persönlichen Interaktionen zwischen den Wählern und den Politikanbietern haben also zu Gunsten von massenmedial vermittelten Relationen an Bedeutung spürbar eingebüßt (vgl. Swanson & Mancini 1996). Dies ist wenig verwunderlich, wenn man bedenkt, dass bereits vor drei Jahrzehnten ein Politiker durch einen einzigen Fernsehauftritt mehr Wähler erreichen konnte, als er dies über seine gesamte politische Karriere im Rahmen von Veranstaltungen, persönlichen Gesprächen, etc. geschafft hätte (Radunski 1980: 82). Geradezu multipliziert wird dieser Effekt, wenn zudem – wie beispielsweise anlässlich der TV-Duelle der Spitzenkandidaten vor Wahlen – Fernsehauftritte von Politikern zu einem Medienevent hochstilisiert werden, welches wiederum eine umfangreiche Vor- und Nachberichterstattung auslöst, durch die die Wirkung des eigentlichen Ereignisses erst zur vollen Entfaltung kommt (Schulz 2011: 34; Maurer & Reinmann 2003; Maier & Faas 2003; Krüger & Zapf-Schramm 2002).

Entscheidend für das Ausmaß der Personalisierung im Wahlkampf sind jedoch die jeweilige politische Ausgangssituation und die Kandidatenkonstellation. Personalisierung im Wahlkampf stellt dabei für die Bundesrepublik Deutschland grundsätzlich neuartiges Phänomen der neunziger Jahre dar. Bereits die Wahlkämpfe von Adenauer und Willy Brandt waren intendiertermaßen stark personalisiert und „amerikanisiert" (vgl. Hetterich 2000; Recker 1997; Wildenmann & Scheuch 1965; Rosumek 2007; Eschenburg 1966). Die Veränderung gegenüber den älteren Wahlkämpfen im Sinne einer „Amerikanisierung" oder Personalisierung zeigen sich vielmehr darin, dass die Wahlkampfaktivitäten auf die Kanzlerkandidaten fokussiert

werden (vgl. u.a. Falter 1998: 11). Dies dient wiederum deren Bestreben sich mit Hilfe der Medien als unabhängiger von ihren Parteien darzustellen (vgl. auch Heffernan 2006: 597) und sich gegebenenfalls sogar zu „Vermenschlichen“[142] (vgl. Schulz & Zeh 2004, 2006, 2010).

Die zweite wesentliche Veränderung betrifft die Amerikanisierung, Kommerzialisierung bzw. Professionalisierung der Wahlkampfführung. Betroffen sind hiervon sowohl die organisatorische als auch die inhaltliche Dimension. Auf der organisatorischen Ebene fand dabei in dem Sinne eine zunehmende Professionalisierung bzw. Kommerzialisierung statt, als dass Aufgaben, die bisher durch den Parteiapparat sowie durch die ehrenamtlichen Parteimitglieder mehr oder weniger dezentral geplant und ausgeführt wurden, nun in zentralisierten Wahlkampfstäben gebündelt und zum Teil durch parteiexterne Organisationen und „Wahlkampfprofis“[143] übernommen wurden. Ebenso konzentriert sich die Wahlkampfkommunikation auf die Massenmedien und damit weg von den klassischen Kommunikationskanälen (Infostände, Wahlveranstaltungen, Plakate, etc.)[144] (vgl. Donges 2000; Holtz-Bacha 1999; Schulz 1997: 187; Brettschneider 2002b: 16f; Swanson & Mancini 1996; Niedermayer 2000b; Radunski 1996).

Die wesentlichste inhaltliche Veränderung zeigte sich jedoch in Gestalt eines Übergangs vom *Persuasions*- zum *Marketingwahlkampf* und damit von einer Angebots- zu einer Nachfrageorientierten Wahlkampfführung. Versuchten in den klassischen Persuasionswahlkämpfen die Parteien und Politiker noch, die Wähler von der Richtigkeit ihrer Programme zu überzeugen, wird nun gezielt und unter Einsatz moderner Marketingmethoden versucht, die Wünsche, Einstellungen, Vorstellungen, Stimmungen, Erwartungen und Bedürfnisse der Wähler zu eruieren um dann eine Programmatik zu entwerfen, die speziell auf jene „Target Groups“ zugeschnitten ist, die der jeweilige Politikanbieter glaubt erreichen zu können (vgl. u.a. Vowe & Wolling 2000: 65; Holtz-Bacha 2000; Rose 1997: 243; Katz & Mair 1995; auch: von Beyme 1997; Epstein 1967; Schlesinger 1965, 1994; Filzmaier & Plasser 2001: 199f.). Downs (1957:

[142] Als „Vermenschlichung“ sei dabei nach Schulz & Zeh (2004, 2006, 2010) eine Kampagnestrategie gemeint, die das Ziel verfolgt, den Kandidaten mittels der Projektion eines unpolitischen Images für unpolitische bzw. nicht festgelegte Wähler interessant zu machen.
[143] Holtz-Bacha (1999: 10) spricht hierbei von den „Spezialisten der persuasiven Kommunikation“. Hiermit sind insbesondere bezahlte und damit „kommerzielle“ Medienberater, Meinungsforscher, PR- und Werbeagenturen und wissenschaftliche Politikstrategen gemeint, welche die einstigen Aufgaben der Parteisoldaten übernehmen. Dies hat zudem nach Farrell (1996: 174) den für die poltische Führung praktischen Nebeneffekt, des Autonomiegewinns gegenüber den einfachen Parteimitgliedern.
[144] Niedermayer (2000) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Funktionsentleerung der Parteibasis“.

28) behält damit recht mit seiner Aussage: „Parties formulate policies in order to win elections, rather than win elections in order to formulate policies“[145].

Durch die Konzentration der politischen Kommunikation auf das Medium Fernsehen (aber auch die Boulevardzeitungen) versprechen sich die politischen Akteure zum einen auch den unpolitischen und eher unterhaltungsorientierten Teil des Elektorats zu erreichen (vgl. Schulz, Zeh & Quiring 2000: 423; Vowe & Wolling 2000: 75ff.) und zum anderen – in entsprechenden Formaten – die Wählerschaft vergleichsweise „ungefiltert“ ansprechen zu können[146] (vgl. Brettschneider 2002b: 18). Die Konzentration von Wahlkämpfen auf Personen führt dabei nicht zwingend zu einer Verdrängung von politischen Inhalten, sondern stattdessen zu einer Vermittlung von Inhalten über Personen auf dem Wege des Imagetransfers (Radunski 2003: 189) bzw. zu einer Symbolisierung von politischen Sachverhalten, Organisationen und Institutionen durch Personen (vgl. Marcinkowski & Greger 2000: 181ff.)[147]. Die Personalisierung von Politik kann somit nach Jucknat (2004: 22) als „Technik zur Themenvermittlung“ verstanden werden.

> „Zu allen Zeiten waren politische Führer die Verkörperung politischer Ideale und Ziele. Die Personalisierung ist so alt wie die Politik selbst, denn nur ein Mann oder eine Frau in Aktion sind eine Nachricht“ (Radunski 2003: 189).

Gleichwohl gewinnt so der Aspekt der Telegenität bei der Rekrutierung von politischem Personal an Relevanz, da auf dem Wege des „*Image-Building*“ die Medien mittelbar in das Kandidaten-Casting involviert werden (vgl. Graber 2002: 238ff.).

Die Schattenseite der personalisierten politischen Kommunikation über die Massenmedien zeigt sich jedoch insbesondere darin, dass sie den personellen Verschleiß der Parteien be-

[145] Dieser Gedanke steht zudem im Einklang mit den von Otto Kirchheimer (1965) postulierten Entwicklungen von Massenintegrations- bzw. Weltanschauungsparteien (vgl. z.B. Duverger 1964; Neumann 1956) zu Allerweltsparteien über den Weg der Entideologisierung, Professionalisierung und Orientierung am Wahlerfolg. Vorrangige Aufgabe dieser Catch-All-Partys wäre „die Nominierung von Kandidaten, die die Öffentlichkeit als Amtsinhaber legitimieren sollen“ (Kirchheimer 1965: 39). Jun (2009) entwickelt dieses Konzept weiter zur Figur der „professionalisierten Medienkommunikationspartei“.

[146] Peter Radunski (1996: 37) empfahl daher den deutschen Politikern: „Rein in die Talkshows und Unterhaltungssendungen. Hier steigen die Chancen, ein größeres Publikum zu erreichen, hier kann man seine Gedanken viel ausführlicher entwickeln als in Nachrichtensendungen oder politischen Magazinen, wo nur kurze Statements erlaubt sind“.

[147] Nach Marcinkowski & Greger (2000) werden korporativ verfasste Akteure in zunehmendem Ausmaß von einer kleinen Anzahl individueller und immer wiederkehrender politischer Akteure in der Öffentlichkeit repräsentiert. Das Ansehen und die Sachkompetenz dieser Personen sollen dabei auf die jeweiligen Institutionen und deren Entscheidungen überstrahlen. Hierdurch wird neben einer Komplexitätsreduktion durch Symbole (hier: Personen) auch dem Umstand Rechnung getragen, dass Nachrichten vom Perzipienten inhaltlich dann besonders gut erinnert werden, wenn diese in personalisierter Form dargeboten wurden (vgl. Eilders & Wirth 1999).

fördert. So führt die gezielte Selbstdarstellung in den Medien dazu, dass ein Politiker mit bestimmten Inhalten, Eigenschaften und Verhaltensweisen assoziiert wird. Der Politiker landet somit in einer bestimmten „Schublade“ aus der er in Regel nur schwer wieder entrinnen kann, da Verhaltensweisen und Standpunkte dieses Politikers, die vom Publikum nach Maßgabe des gebildeten Images nicht erwartet werden auch nicht akzeptiert werden. So erzwingt quasi jeder inhaltliche oder strategische „Neuanfang“ auch eine personelle Veränderung, da diese „neue“ Politik nur über neue „un-markierte“ Politiker vermittelt werden kann (vgl. Luhmann 1995).

Als wichtigstes Fazit in Bezug auf den Faktor Wahlkampf ist jedoch festzuhalten, dass die politischen Eliten über die Art ihrer Wahlkampfführung in nicht unwesentlichem Umfang einen Einfluss darauf nehmen können, ob die Wähler ihre Wahlentscheidung im Sinne eines Personalplebiszits, als Entscheidung über eine oder mehrere konkrete Sachfragen oder eine grundsätzliche Richtungsentscheidung unter mehr oder weniger ideologischen Gesichtspunkten treffen. Indem beispielsweise Parteien ihre Spitzenkandidaten im Wahlkampf besonderes herausstellen und damit ihre Wahlkampfführung personalisieren sollte sich dementsprechend auch die Medienberichterstattung personalisieren. Im Sinne des *Top-of-the-Head*-Phänomens sind damit auch die Kandidaten beim Publikum stärker gedanklich präsent als beispielsweise bestimmte Themen und werden somit auch stärker als Entscheidungskriterium bei der Wahlentscheidung herangezogen als wenn sich der vorangegangene Wahlkampf hauptsächlich um Sachthemen – und hierbei speziell politischen Positionsthemen drehte (vgl. z.B. Iyengar & Kinder 1892; Iyengar, Peters & Kinder 1987; Iyengar 1991; Iyengar & Simon 1993; Krosnik & Kinder 1990; Bowler et al. 1992: 208ff.; Johnston et al. 1992: 141ff.; Mendelsohn 1996; Popescu & Tóka 2002; Simon 2002: 55ff.; Westyle 1991) .

Unabhängig davon, ob nun die Parteien versuchen den Wählern Personen anstatt Valenzthemen (oder umgekehrt) als Grundlage für deren Wahlentscheidung Salienz zu verleihen, unterliegen beide Strategien zum einen dem Risiko des Parteienwettbewerbs, bei dem die politischen Opponenten versuchen, im Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit und mit ungewissem Erfolg die eigenen Themen zu *primen* und die des Gegners möglichst zu verdrängen (vgl. Seiten 114ff.) sowie der begrenzten Berechenbarkeit des Verhaltens der massenmedialen Akteure (vgl. Seiten 112ff.), durch welche schließlich derartige politische Kommunikation im Wesentlichen und mehr oder weniger unbeeinflusst an das Publikum vermittelt

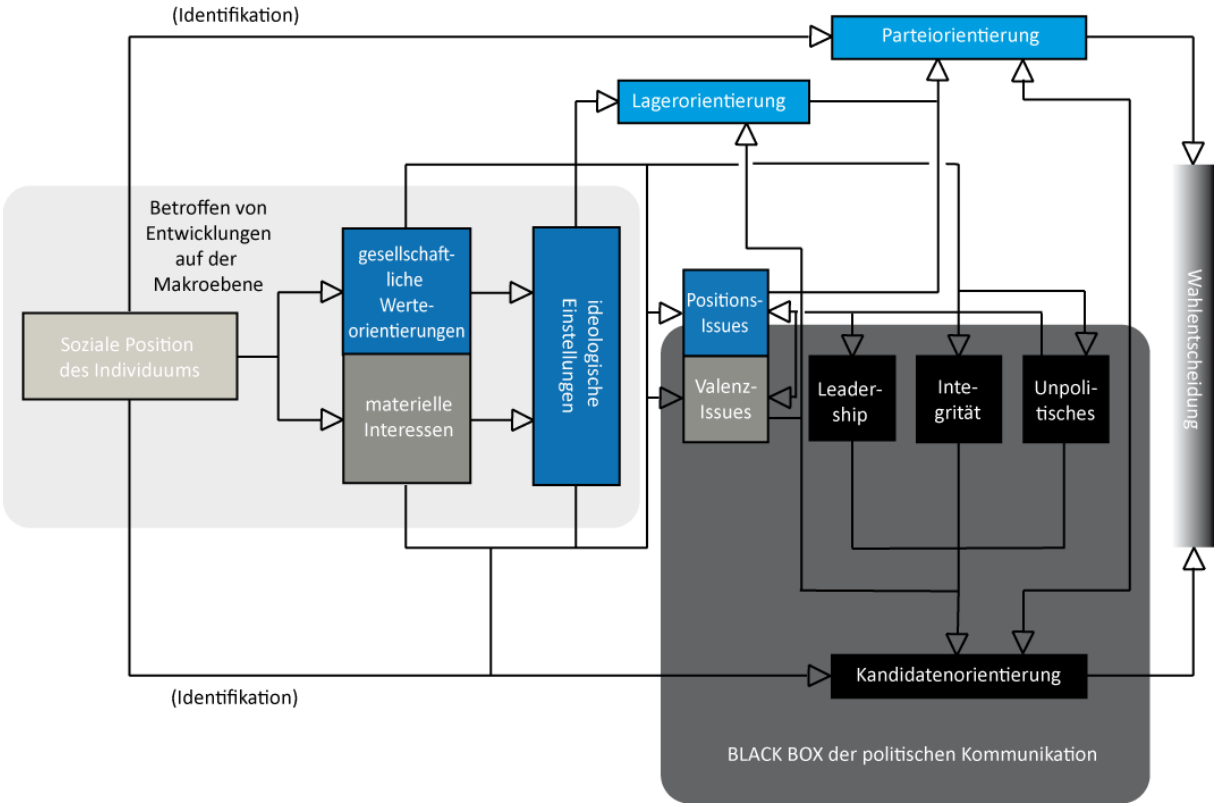
wird (vgl. auch Schoen 2004: 26f.). Je stärker folglich der Wahlkampf – und infolge dessen auch die Medienberichterstattung – personalisiert wird und umso stärker sich der parteipolitische Wettbewerb um Kandidaten und Valenzissues dreht, desto tiefer entscheidet sich die individuelle sowie die kollektive Wahlentscheidung innerhalb einer „BLACK BOX der politischen Kommunikation“.

III. Das „Integriert Modell des Wahlverhaltens“

Wie einleitend beschrieben, hatte sich der theoretische Teil dieser Arbeit das Ziel gesetzt, die verschiedenen Ansätze, Theorien und Modelle des Wahlverhaltens zu einem gemeinsamen Modell zu integrieren. Ziel war es, alle denkbaren Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge im Rahmen der Meinungsbildung und Entscheidungsfindung der Wähler aufzuzeigen und hieraus zunächst die wichtigsten Wenn-Dann-Beziehungen theoretisch abzuleiten.

Auf Basis der extensiven Ausführungen der Kapitel I. und II. lässt sich daher das „Integrierte Modell des Wahlverhaltens“ wie folgt darstellen (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Das Integrierte Modell des Wahlverhaltens



Aus den in den Kapiteln I.A. und I.B. dargestellten soziologischen Ansätzen wird dabei insbesondere die Vorstellung mitgenommen, dass das Wahlverhalten des Individuums letztendlich zu großen Teilen auf dessen soziale Position zurückzuführen ist. Aus der sozialen Position des Individuums bzw. Individuen-Gruppen leiten sich wiederum – gemäß den Ausführungen zum makrosoziologischen Ansatz (vgl. Kapitel I.B.) – bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen und/oder materielle Interessenlagen ab. Der politische Wettbewerb zwischen den Parteien sorgt wiederum dafür, dass diese materiellen und ideellen Interessen von den Wählern mit bestimmten Positionen, Bereichen bzw. Richtungen auf einem allgemeinen ideologi-

schen Links-Rechts-Kontinuum assoziiert werden können. Insbesondere die gesellschaftlichen Werteorientierungen werden dabei aufgrund ihrer frühen Sozialisation im Lebenszyklus als sehr stabil angenommen, während sich materielle Interessenlagen aufgrund von Veränderungen im Lebensverlauf eines Individuums grundsätzlich verändern können. Ebenso könnte sich langfristig die Selbstpositionierung von Ego auf dem ideologischen Kontinuum verändern, wenn dieses im Zeitverlauf – beispielsweise durch neue oder veränderte soziale Konflikte und deren Politisierung durch bestimmte politische Parteien – eine neue oder veränderte Bedeutung erhält. Ebenso könnten Entwicklungen auf der sozialen, politischen und ökonomischen Makro-Ebene dazu führen, dass sich die soziale Position relevanter Bevölkerungssegmente signifikant verändert. Dies wiederum würde im Zuge der Generationenfolge auch die Komposition gesellschaftlicher Werteorientierungen und materieller Interessenlagen in einer Population verändern („Wertewandel“). Im nächsten Schritt würde eine solche Entwicklung dann gegebenenfalls auch zu einem Bedeutungswandel der ideologischen Dimension führen. Aufgrund unterschiedlicher nationaler gesellschaftlicher Konfliktkonstellationen kann dabei die (letztlich symbolische) Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Achse von Land zu Land variieren, während das allgemeine Verständnis bestimmter gesellschaftlicher Werteorientierungen wiederum als grundsätzlich vergleichbar angenommen werden kann.

Gesellschaftliche Werteorientierungen und die sich daraus ableitenden (bzw. zumindest nicht im Widerspruch stehenden) Ideologischen Einstellungen bilden daher im „Integrierten Modell“ die langfristige Determinante des Wahlverhaltens, da sie beim Individuum für eine (zumindest in ihrer Grundausrichtung) langfristig stabile Politiknachfrage sorgen. Da Ego nun für seine Politiknachfrage jenen Politikanbieter sucht, der diese potenziell am besten bedienen kann, kommen für ihr grundsätzlich nicht alle Parteien als Wahlalternative in Frage. Stattdessen ist er hinsichtlich seiner tatsächlichen Auswahlmöglichkeiten in einem Vielparteiensystem in der Regel auf die Parteien eines bestimmten ideologischen Spektrums bzw. Lagers restringiert. Für welche Partei dieses Lagers bzw. Spektrums er sich am Ende dann entscheidet kann dabei sowohl von deren wahrgenommener retrospektiver Performance, den Wahrnehmungen im Zuge des vorangegangenen Wahlkampfes, taktischen Überlegungen oder einem (durchaus langfristigen) Identifikationsverhältnis mit einer bestimmten Partei dieses Lagers abhängen. Die Parteiidentifikation im Sinne der Michigan-School (vgl. Kapitel II.) wird hierbei als ein additiver Vermittlungsmechanismus angenommen, welcher dann

zum tragen, wenn das Individuum eine sehr hohe Kongruenz zwischen den eigenen gesellschaftlichen Werteorientierungen bzw. ideologischen Einstellungen und jenen von einer politischen Partei Repräsentierten wahrnimmt (bzw. sich diese Kongruenz im Sinne eines Projektionsverhältnisses einbildet). Da jedoch die kulturellen Prädispositionen – also die gesellschaftlichen Werteorientierungen und die ideologischen Einstellungen – als persistenter angenommen werden als eine Parteiidentifikation, wird sich letztere dann sukzessive auflösen, wenn die wahrgenommene kulturelle Kongruenz zwischen Ego und seiner Identifikationspartei schwindet. Dies wäre wiederum insbesondere dann der Fall, wenn die bisherige Identifikationspartei ihre inhaltliche Ausrichtung in wichtigen Punkten in eine Richtung verändert, die mit Egos kulturellen Prädispositionen nicht mehr konform geht oder Skandale, Affären oder tatsächliche und/oder wahrgenommenes politisches Versagen das Image der Partei nachhaltig beschädigen. Ebenso könnten Entscheidungen der Identifikationspartei über ihr Spitzenpersonal nachhaltig zur Erosion einer Parteiidentifikation führen, wenn beispielsweise bestimmte Positionen oder „Flügel“ innerhalb einer Partei durch den ersatzlosen Abgang bestimmter profilierter Politiker, nicht mehr ausreichend repräsentiert werden oder die Partei über einen längeren Zeitraum durch eine Führungsperson verkörpert wird, die aus persönlichen Gründen (Sympathie, Vertrauen, Unpolitischem) von Ego abgelehnt wird.

Zurückkehrend auf den Kern des Integrierten Modells sei daher Festgehalten, dass – im Vergleich zum Michigan-Model – die kulturellen Prädispositionen die Funktion der Parteiidentifikation als langfristig das Wahlverhalten strukturierende Determinante übernehmen. Das heißt wiederum auch, dass von den kulturellen Prädispositionen ein maßgeblicher Einfluss auf Themen- und Kandidatenorientierungen ausgeht. In Anlehnung an die von Brettschneider (2002b) angeregte Modifikation des Michigan-Modells, werden hierbei wiederum die Themenorientierungen nicht als Bewertungsobjekt sondern als *eine* Bewertungsdimension behandelt anhand derer Parteien *und* Politiker gemessen werden. Issues wurden wiederum Positions- und Valenzissues unterschieden. Diese werden zwar beide von Ego durch eine „ideologische Brille“ gesehen, jedoch sollten insbesondere bei Positionen, welche eher einen wertmäßigen oder ideologischen Bezug aufweisen sollten, diese „färbenden“ Wirkungen stärker zum tragen kommen als bei der Beurteilung von Leistungen, welche wiederum stärker von Wahrnehmungen des aktuellen politischen Geschehens beeinflusst werden können. Postionen von Parteien und Politikern werden also weitgehend nach Maßgabe von *stabilen Einstellungen* (Werte & Ideologien) beurteilt, während sich prospektive Leistungserwartun-

gen zu signifikanten Anteilen auch aus *labilen Wahrnehmunge*n über die aktuellen und retrospektiven Leistungserfahrungen ableiten.

Während dabei die Einstellungen zu Parteien weitgehend nach Maßgabe der kulturellen Prädispositionen und der Issue-Bewertungsdimension gebildet werden, müssen sich die Kandidaten wiederum auch anhand von „persönlichen Eigenschaften" messen lassen. Hierbei wurde wiederum in den Ausführungen zunächst zwischen rollennahen und rollenfernen Eigenschaften differenziert wobei sich die Rollennahen wiederum in die Komponenten „Leadership" und „Integrität/Vertrauen" zerlegen ließen. Bei diesen persönlichen Eigenschaften kann wiederum angenommen werden, dass auch sie zu gewissen Anteilen von den kulturellen Prädispositionen beeinflusst werden, da Ego vermutlich auch Politiker umso wohlwollender beurteilen wird, je größer die wahrgenommene Kongruenz zwischen deren und den eigenen Einstellungen ist. Zum tragen kommen, sollten diese Eigenschaften im Rahmen der Wahlentscheidung jedoch nur dann, wenn Sie im Wahlkampf auch thematisiert werden bzw. wenn ein Kandidat im Kontrast zu seinem Gegenkandidaten bei einer dieser Eigenschaften einen signifikanten Vorsprung in der allgemeinen Wahrnehmung geniest. Treten also alle potenziellen Kanzlerparteien mit Kandidaten an, deren Leadership-Fähigkeiten und Vertrauenswürdigkeit sich auf einem ähnlichen Niveau bewegen und wiegen sich die salienten unpersönlichen Merkmale (Attraktivität, Alter, Geschlecht, etc.) gegenseitig auf, so würde dieser Komplex für die Wahlentscheidung weitgehend irrelevant. Umgekehrt könnten in einer Konstellation, bei der die Positionen und/oder Leistungserwartungen der Parteien und Spitzenkandidaten als wenig unterscheidbar wahrgenommen bzw. wenig thematisiert werden, persönliche Merkmale entscheidend werden. Auch hier jedoch nur unter der zusätzlichen Voraussetzung, dass sich die Spitzenkandidaten zumindest entlang einer dieser Beurteilungsdimensionen wesentlich unterscheiden. Gerade von den unpolitischen Merkmalen könnten dabei größere Effekte ausgehen, als es unter demokratietheoretischen Gesichtspunkten wünschenswert wäre: So könnte beispielsweise die physische Attraktivität bestimmte Kompetenz- und Integritätsvermutungen bzw. –Erwartungen evozieren, welche objektiv nicht vorhanden sein müssen. Ebenso könnten andere (vermeintlich) unpolitische Merkmale (z.B. Konfessionszugehörigkeit, Lebensstil, sexuelle Orientierung, regionale und/oder ethnische Herkunft, etc.) symbolisch für bestimmte politische Positionen stehen – und zwar unabhängig davon, ob sie der betreffende Kandidat auch thematisiert. Unpolitische Eigenschaften beeinflussen sich also zum einen – bei entsprechendem Vorhandensein –

gegenseitig und interagieren zudem mit der Issue-Beurteilungsdimension, was eine Trennung der einzelnen Effekte in einer hypothetischen Untersuchung durchaus erschweren würde. Im Integrierten Modell wurde zusätzlich auch die Möglichkeit eingeplant, dass sich ein Wähler aufgrund einer wahrgenommen Ähnlichkeit mit einem der Spitzenkandidaten identifiziert bzw. auf diesen aufgrund einer allgemeinen Sympathie bestimmte Erwartungen projiziert.

Politischer Wettbewerb entscheidet über die „Route" der Entscheidungsfindung

Alles in Allem sieht also das „Integrierte Modell" durchaus verschiedene kognitive „Routen" vor, welche am Ende zu einer Wahlentscheidung führen könnten. Entlang welcher „Route" dabei im Aggregat der „stärkste Verkehr verläuft" hängt dabei vom individuellen Kontext einer jeden Wahl ab. Die „Hauptstraße" bilden jedoch in jedem Fall erst einmal die kulturellen Prädispositionen. Ausgehend von diesen hängt dann sehr viel von den Kommunikationsleistungen der politischen Akteure ab, auf welchen „Nebenstrecken" dann die letzten Meter bis zur Wahlentscheidung verlaufen: Werben beispielsweise die Parteien sehr stark mit politischen Positionen, wird das Wahlverhalten der Bürger sehr stark von deren kulturellen Prädispositionen beeinflusst. Im Wahlergebnis würde sich dann weitgehend die Verteilung dieser Prädispositionen in der jeweiligen Gesellschaft niederschlagen. Der Einfluss der Medien wäre bei einem solchen Wahlkampf vergleichsweise gering, da Positionen, welche sich an tief im individuellen „belief system" verwurzelte Einstellungen richten, nur sehr schwer desavouiert werden können. Gleiches gilt Gegenpropaganda der politischen Konkurrenz, welche in einer solchen Konstellation sowieso nicht das Ziel verfolgen würde, die Anhänger des politischen Gegners von den eigenen Positionen zu überzeugen, sondern durch entsprechende Polarisierung eine Aktivierung und Mobilisierung jener Wähler anzustreben versucht, welche aufgrund ihrer politischer Prädispositionen jeweils eher der eigenen parteipolitischen Seite zuneigen sollten. Der Weg zur Wahlentscheidung würde also im Integrierten Modell weitgehend über die „blaue Route" erfolgen.

Führen die Parteien hingegen einen Wahlkampf um Valenzthemen, werden – wiederum ausgehend von den politischen Prädispositionen – Wahrnehmungen gegenüber langfristigen Einstellungen relevanter und die „Route" zur Wahlentscheidung führt zum Teil durch eine „BLACK BOX der politischen Kommunikation", da Wahrnehmungen wiederum sehr stark von den Medien und der Wahlkampfdynamik beeinflusst werden können. Ebenso fordert eine

solche Konstellation den politischen Akteuren ein höheres Ausmaß an politischen Kommunikationsfähigkeiten ab, da zunächst versucht werden muss im Sinne der Salienztheorie, bei den Wählern Kompetenzvermutungen auf bestimmten Politikfeldern zu erzeugen. Ist dies mehr oder weniger geschafft, muss dann zweitens dafür gesorgt werden, dass just jene Themen, bei denen die eigene Partei bzw. der eigene Spitzenkandidat als kompetent(er) wahrgenommen werden, die Medien-Agenda in der Nähe zum Wahltag dominieren. Je nachdem, welche politische Seite dabei das größere kommunikative Geschick an den Tag legt bzw. den stärksten Rückenwind durch die Medien erhält, kann dann hoffen, dass sich am Ende das Wahlergebnis zu ihren Gunsten von der „Grundlinie" entfernt. Wiederholte Wahlkämpfe um Valenzthemen sollten also grundsätzlich zu einer höheren Volatilität von Wahlergebnissen führen.

Eine zusätzliche Dynamik ließe sich wiederum über die „Stellschraube" der Personalisierung in die Meinungsbildung und Entscheidungsfindung der Wähler bringen. So würde eine stärkere Personalisierung des Wahlkampfes unweigerlich eine stärkere Personalisierung der Medienberichterstattung nach sich ziehen. Dies würde wiederum eine stärkere Orientierung der Wähler an den Kandidaten bewirken. Die Einflussmöglichkeiten der Medien nehmen hier ihr Maximum ein, da sie neben der Beeinflussung der Themen-Agenda und der Wahrnehmungsgestaltung bezüglich einzelner Kompetenzen nun auch Einfluss darauf nehmen können unter welchen persönlichen Gesichtspunkten ein Kandidat bewertet wird. Hinzu kommt, dass Personen leichter als Parteien und Einstellungen zu bestimmten Themen durch Aktionen des politischen Gegners sowie der Medien diskreditiert werden können. Die Wahlentscheidung findet also hier auf „den letzten Metern" sehr tief in der „BLACK BOX der politischen Kommunikation" statt, was wiederum Wahlergebnisse noch unberechenbarer macht.

Empirische Überprüfung des Integrierten Modells des Wahlverhaltens

In der anstehenden empirischen Untersuchung sollen nun nicht alle diese beschriebenen Zusammenhänge untersucht werden. Dies wäre allein schon deshalb praktisch unmöglich, weil es keinen dem Autor bekannten Datensatz gibt, welcher zu allen im Modell vorkommenden Aspekten entsprechende Items vorhalten würde – geschweige denn länderübergreifend. Des Weiteren ergäben sich – selbst wenn ein Solcher existieren würde – Probleme bei Messung der Zusammenhänge von teils ordinal, teils metrisch und teils dichotom skalierten Variablen. Unabhängig davon ist das Integrierte Modell des Wahlverhaltens ohnehin nicht in

erster Linie als Vorlage für ein Strukturgleichungs- oder Pfadmodell angelegt. Stattdessen soll es in erster Linie im Sinne eines Schaubildes einen Überblick liefern, wie – unabhängig von der praktischen statistischen Berechenbarkeit – eine Wahlentscheidung zustande kommt und welche Faktoren und Vermittlungsmechanismen dabei unter welchen Konstellationen eine Rolle spielen können. In Kenntnis dieser Gesamtzusammenhänge können dann wiederum einzelne Aspekte näher überprüft werden, wobei hier stets die Datenlage den Flaschenhals einer jeden Untersuchung bildet. Beispielsweise ließen sich für eine oder mehrere empirische Wahlen die Effekte, welche von der ideologischen Positionierung im Vergleich zu der Kandidaten- und/oder Parteiorientierungen ausgehen, vergleichsweise einfach mittels verschiedener statistischer Methoden ermitteln. Ebenso ließe sich die Zusammensetzung der Kandidatenorientierung bei entsprechender Datenlage für eine oder mehrere empirische Wahlen rekonstruieren. All dies ist jedoch im Rahmen der anstehenden Untersuchung nicht relevant, da sich im vorliegenden Fall das empirische Erkenntnisinteresse, welches durch die Methode des *Vergleichs* erreicht werden soll, darauf ausrichtet herauszufinden, warum sich das Wahlverhalten in den drei zu untersuchenden Elektoraten seit längerem strukturell unterscheidet. Das heißt, dass im Rahmen dieser Arbeit zunächst ausschließlich die langfristigen Determinanten des Wahlverhaltens im Integrierten Modell – also die kulturellen Prädispositionen – interessant sind, da nur sie erklären können, warum sich die Parteiensysteme über einen Zeitraum, welcher sich über mehrere Dekaden erstreckt, so stark unterscheiden.

Überprüft werden soll daher zum einen, welche gesellschaftlichen Großkonflikte in Gestalt der so genannten „Value-Cleavages“ in beiden Ländern vorzufinden sind. Erwartet wird dabei, dass in allen drei Ländern ein sozio-ökonomischer Gegensatz sowie verschiedene sozio-kulturelle Konflikte vorgefunden werden, welche jedoch unterschiedlich stark ausfallen sollten. Zweitens soll untersucht werden, wie sich diese Konflikte in den jeweiligen ideologischen Links-Recht-Achsen niederschlagen. Es wird dabei erwartet, dass sich das allgemeine Verständnis der jeweiligen Links-Rechts-Achsen von Elektorat zu Elektorat aufgrund der als unterschiedlich Dominant erwarteten Cleavages unterscheidet. Grundsätzlich wird jedoch erwartet, dass länderübergreifend Wertvorstellungen, welche im folgenden Kapitel als wohlfahrtsstaatlich und libertär definiert werden als ideologisch links und dementsprechend solche als marktwirtschaftlich und autoritär etikettierten Wertvorstellungen als ideologisch rechts verstanden werden. Drittens soll die Hypothese über die „Lagerorientierung“ unter-

sucht werden. Hiernach soll konkret überprüft werden, in welchem Umfang und allein anhand der ideologischen Positionierung (welche annahmegemäß von Elektorat zu Elektorat eine mehr oder weniger unterschiedliche inhaltliche Bedeutung haben kann) eine Präferenz für die Parteien eines bestimmten politischen Lagers vorhergesagt werden kann. Ebenso interessieren die Zusammenhänge zwischen bestimmten Werte-Ausprägungen und der Wahl bestimmter Parteien – also konkret die Frage: Welche gesellschaftlichen Wertvorstellungen begünstigen tendenziell und unter Vernachlässigung von Interdependenzen mit anderen Werteorientierungen die Wahl welcher Partei(en) in den drei untersuchten Elektoraten? Erwartungsgemäß sollten dabei religiöse, konservative und marktwirtschaftliche Einstellungen eher die Wahl der Konservativen Parteien begünstigen während insbesondere wohlfahrtsstaatliche Einstellungen zur Wahl der Sozialdemokraten animieren sollten. Grüne und Liberale Parteien sollten von libertären Einstellungen profitieren, während autoritäre Einstellungen den Parteien des rechten Lagers Wähler zutreiben sollten.

Als nicht völlig uninteressantes Nebenprodukt dieser Untersuchung soll dabei auch ein kultureller Vergleich der einzelnen Parteiwählerschaften ermöglicht werden. Als weiteres interessantes Nebenprodukt der Untersuchung wird die Darstellung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Werteindikatoren erwartet, welche Aufschluss darüber geben sollten, welche Wertvorstellungen konform gehen mit anderen Wertvorstellungen und ob sich hierbei von Land zu Land interessante Unterschiede zeigen werden.

Als Untersuchungsmaterial wird dabei ein Datensatz der European Value Survey aus dem Jahr 2008 zur Anwendung kommen, aus welchem sich erfreulicherweise zahlreiche Indikatoren zu verschiedenen möglichen gesellschaftlichen Werteorientierungen direkt entnehmen bzw. durch Index-Bildung konstruieren lassen. Ebenso enthalten die national aufgeschlüsselten Datensätze ($N_{West\text{-}Deutschland} = 1071$; $N_{Ost\text{-}Deutschland} = 1004$; $N_{Österreich} = 1510$) die ideologischen Selbsteinstufungen, Parteipräferenzen sowie zahlreiche strukturelle Daten. Leider nicht enthalten sind Items, welche die Kompetenzzuschreibungen hinsichtlich politischer Issues messen würden sowie jegliche Items, welche sich auf Einstellungen zu politischen Kandidaten beziehen, wodurch eine Ausweitung der empirischen Untersuchung auf weitere Aspekte des Integrierten Modells bereits aus praktischen Gründen leider ausgeschlossen war.

Teil 2: Empirische Befunde

IV. Langfristige poltische Prädispositionen und ihr Niederschlag auf der ideologischen Links-Rechts-Achse in Österreich und Deutschland

IV.1. Vorüberlegungen und Untersuchungsdesign

Wie die extensiven Ausführen des Teils 1 dieser Arbeit erläuterten, wird im Rahmen dieser Arbeit davon ausgegangen, dass das Wahlverhalten auf der Individual- wie der Aggregatebene langfristig von kulturellen Prädispositionen bzw. deren Verteilung im Elektorat strukturiert wird. Bei kulturellen Prädispositionen wurde dabei zunächst zwischen gesellschaftlichen Wertorientierungen und Ideologien differenziert, wobei davon auszugehen war, dass erstere die grundlegendsten und stabilsten Faktoren sind, da sie auf der Individualebene bereits während der Primärsozialisation von einflussreichen Sozialisationsagenten wie den Eltern vermittelt werden und sich so im persönlichen Einstellungssystem bereits früh fest verankern und damit Einfluss auf die Deutung und Integration künftiger Erfahrungen und Beobachtungen ausüben. Für die Makroebene erlangen solche gesellschaftliche Werteorientierung wiederum dadurch bzw. dann zu Bedeutung, wenn diese von einer größeren Anzahl von Personen – gegebenenfalls sogar von ganz bestimmten sozialen Gruppen – geteilt werden und unter Umständen mit materiellen Interessen verknüpft sind und in direkter Konkurrenz zu anderen gesellschaftlichen Wertorientierungen mit entgegengesetzten Implikationen stehen, welche wiederum ebenfalls von anderen zahlenmäßig relevanten Bevölkerungsteilen für erstrebenswert gehalten werden. Ideologien stellen demgegenüber ein Set aus generalisierten politischen Einstellungen dar, welches das Individuum im Laufe seines Lebens entwickelt. Da das Individuum jedoch höchstwahrscheinlich keine generalisierten politischen Einstellungen entwickeln wird, die konträr zu seinen fundamentalen Wertorientierungen verlaufen, ist logischerweise davon auszugehen, dass sich seine ideologische Einstellungen weitgehend aus seinen gesellschaftlichen Wertorientierungen und den damit unter Umständen verknüpften materiellen Interessens- und Lebenslagen und -Stilen ableiten bzw. mit diesen konform gehen werden. Ebenso könnten auch eine gegenwärtige oder ehemalige Partei[148]- oder Gruppenidentifikation[149] bestimmte ideologische Orientierungen nahelegen bzw.

[148] Den Ausführungen von Teil 1. dieser Arbeit folgen wäre dies so zu verstehen, dass grundsätzlich die gesellschaftlichen Wertorientierungen eines Individuums die politische Orientierung eines Individuums steuern und sich bei entsprechender Kongruenz zu den repräsentierten Wertvorstellungen eines bestimmten politischen Anbieters auch zu einer Parteiidentifikation verdichten können. Hat jedoch eine entsprechende Wertevermitt-

begründet haben. Durch den politischen Wettbewerb bzw. durch die politische Repräsentation und Politisierung gleichgerichteter gesellschaftliche Wertorientierungen durch bestimmte politischen Akteure, wird es wiederum theoretisch möglich, bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen mit einer bestimmten Position bzw. Richtung innerhalb eines sogenannten politischen Raumes – oder besser noch auf einem eindimensionalen ideologischen Kontinuum – zu assoziieren. Diese Verortung von gesellschaftlichen Werteorientierungen innerhalb eines ideologischen Raumes bzw. Kontinuums ermöglicht es wiederum insbesondere den politischen Nachfragern sich in der politischen Sphäre zu orientieren und ausgehend von ihrer eigenen Positionierung entweder jenen Politikanbieter zu finden, der ihnen ideologisch und damit auch wertmäßig am nächsten gelegen ist oder der in die von ihnen jeweils als richtig empfundene Richtung strebt. Durch das Konstrukt des ideologischen Kontinuums bzw. den ideologischen Raum wird es folglich vergleichsweise einfach möglich, Politikanbieter und Politiknachfrager zusammen zu bringen. Gerade die eindimensionale ideologische Links-Rechts-Darstellung zeigte sich dabei jedoch empirisch oft als problematisch, da Wähler als Politiknachfrager wie Politiker und Parteien als Politikanbieter durchaus widerspruchsfrei hinsichtlich eines oder mehrerer gesellschaftlicher Wertekonflikte „rechte“ und hinsichtlich eines oder mehrerer anderer gesellschaftlicher Wertekonflikte „linke“ Positionen einnehmen konnten, was eine klare Verortung auf einem solchen Kontinuum deutlich erschwert und den Wähler bei seiner Entscheidung in einem solchen Fall letztlich zu einem Trade-Off nötigt. Streng logisch betrachtet, müsste in einem solchen Fall ein entsprechender Saldo oder Mittelwert aus den linken und rechten Positionen der Politikanbieter gebildet werden, was jedoch praktisch zu kuriosen Ergebnissen führen könnte: So müsste man bei-

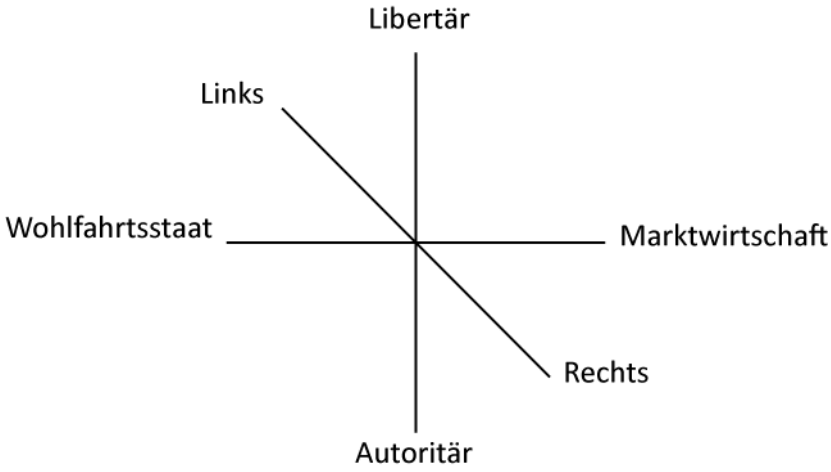
---

lung während der Primärsozialisation sowie speziell der sogenannten „formativen Phase“ nicht oder nur oberflächlich stattgefunden, so könnte beispielsweise auch eine diffuse oder affektive Sympathie für bestimmte Politiker oder Parteien während dieser Phase im Lebenszyklus auf die Werthaltungen oder ideologischen Positionen überschwappen, welche mit dieser Partei bzw. Politikern assoziiert werden und sich dann im Verlauf der Sekundärsozialisation entweder festigen oder in bestimmten Nuancen verändern. Am Ende der Sekundärsozialisation sollten dann jedoch auch bei diesen Individuen erstens bestimmte kulturelle Prädispositionen ausgebildet sein und zweitens sollten auch diese dann ebenfalls persistenter sein als das gegebenenfalls noch vorhandene Identifikationsverhältnis mit einem bestimmten Politikanbieter.

[149] Bei der Entwicklung erstmaliger individueller kultureller Prädispositionen über ein Gruppen-Identifikations-Verhältnis gilt grundsätzlich das gleiche Prinzip wie bei dem Umweg über eine Parteiidentifikation, d.h. das Individuum orientiert sich zunächst an den kulturellen Prädispositionen einer bestimmten Gruppe. Herrscht innerhalb dieser Gruppe offenkundig zudem eine Orientierung bzw. Wahlnorm zugunsten einer bestimmten (Interessen-)Partei könnte sich das Identifikationsverhältnis von Ego auch auf diese Partei ausdehnen, so dass die Erstentwicklung von Egos kulturellen Prädispositionen sowohl von Bezugsgruppe wie von deren Koalitionspartei geprägt werden. Aber auch bei dieser Art der Begründung kultureller Dispositionen sollte gelten, dass diese spätestens nach Ende der Sekundärsozialisation stabiler sein sollten als die Gruppen- oder Parteiidentifikation.

spielsweise bei der NPD deren extrem „rechte“ gesellschaftlich-kulturellen Positionen mit deren sozio-ökonomisch extrem „linken“ Positionen verrechnen und käme zu dem aberwitzigen Schluss, dass es sich somit bei der NPD um eine Partei der „Mitte“ handeln muss. Sofern es also möglich ist, den politischen Raum auf eine Dimension zu verengen, muss dies auf dem Wege einer abstrakten Deutung geschehen, welche für jedermann eine entsprechende Orientierung ermöglicht. Die politische Links-Rechts-Dimension wäre damit inhaltlich letztlich dass, was innerhalb eines Elektorats *allgemein* darunter verstanden wird. Wenn sich jedoch die Bedeutung eines solchen ideologischen Kontinuums weitgehend aus der Verortung bzw. Übertragung gesellschaftlicher Wertorientierungen auf diesem Kontinuum ergibt und diese gesellschaftlichen Wertorientierungen sich wiederum aus national möglicherweise sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Konfliktkonstellationen ableiten, könnten die Bedeutungen von „links“ und „rechts“ von Land zu Land durchaus variieren. Ist beispielsweise ein Land sehr stark geprägt von sozio-ökonomischen Konflikten, dann werden in diesem Land die Bürger eigene bzw. die den jeweiligen Politikanbietern zugeschriebenen „linken“ bzw. „rechten“ Positionierungen in erster Linie auf deren jeweils gewünschte bzw. verfolgte Wirtschafts- und Sozialpolitik – also im Extrem zwischen Planwirtschaft und freier Marktwirtschaft – beziehen. Überdecken bzw. dominieren hingegen in einem Land gesellschaftlich-kulturelle Konflikte alle anderen (möglichen) Konflikte, dann werden hier vermutlich „linke“ und „rechte“ Positionierungen eher im Hinblick auf die gewünschte bzw. politisch angestrebte persönliche Freizügigkeit, Lebensqualität, Partizipation sowie die Emanzipation von staatlichen oder religiösen Autoritäten verstanden werden.

Abbildung 8: Skizze: Das Verhältnis der sozio-ökonomischen und der sozio-kulturellen Dimension zur Links-Rechts-Achse



Da sich wiederum die vorliegende Arbeit mit dem Wahlverhalten in mehreren Elektoraten beschäftigt, wäre damit eigentlich auch schon die erste Aufgabe insinuiert – nämlich die

Interpretation der jeweiligen Links-Rechts-Dimensionen. Es gilt folglich zu untersuchen, von welchen gesellschaftlichen Wertorientierungen diese in welchem Ausmaß ihr Gepräge erhält. Es wird daher im Rahmen der Untersuchung zunächst einmal ein „Konfliktlinien-Check" vorgenommen, d.h. es wird überprüft, welche gesellschaftlichen Wertekonflikte in den drei untersuchten Elektoraten messbar sind, wie sich die konkurrierenden Positionen auf den nationalen Links-Rechts-Schemata niederschlagen und wie groß die relative Stärke dieser Effekte ausfällt. Auf diese Weise wird zunächst geklärt, ob man unter den Begriffen „links" und „rechts" in Österreich sowie in den beiden Teilen Deutschlands das Selbe versteht oder ob und falls ja wie stark hierunter jeweils inhaltlich etwas anderes assoziiert wird.

Im ersten Untersuchungsschritt werden daher zunächst die Beziehungen zwischen den verschiedenen theoretisch denkbaren Konflikten und den ideologischen Links-Rechts-Dimensionen untersucht. Grundsätzlich wird dabei zunächst von einem zwei-dimensionalen politischen Raum ausgegangen bei dem die erste Dimension die sozio-ökonomischen Gegensätze repräsentiert und die zweite Dimension die Konflikte repräsentiert, die sich auf der gesellschaftlich-kulturellen Ebene abspielen (können). In Abhängigkeit der relativen Stärken der einzelnen Konflikte in den jeweiligen Elektoraten sollten dann die ideologischen Links-Rechts-Dimensionen in einem mehr oder weniger steilen Winkel zu diesen beiden Dimensionen verlaufen (vgl. Abbildung 8 beispielhaft). Dies verlangt jedoch zunächst die Überprüfung der Konsistenz der der verschiedenen Werteorientierungen untereinander sowie deren gleichgerichteten Beziehungen hinsichtlich der ideologischen Links-Rechts-Achsen. Im „Idealfall" sollten dabei jeweils die – bezogen auf die einzelnen Werteindikatoren – als „links" bzw. „rechts" definierten Ausprägungen mit einander sowie der ideologischen Dimension positiv korrelieren. Erwartungsgemäß sollten dabei wohlfahrtsstaatliche (marktwirtschaftliche) sozio-ökonomische mit libertären (autoritären) gesellschaftlich-kulturellen Werteorientierungen einhergehen, was für dass allgemeine Verständnis der Links-Rechts-Dimensionen bedeuten würde, dass ideologisch „linke" Positionen für wohlfahrtsstaatlich-libertäre und „rechte" Positionen für marktwirtschaftlich-autoritäre Wertemuster stehen, wobei – wie gesagt – die relativen Stärken der sozio-ökonomischen wie der sozio-kulturellen Komponenten von Land zu Land variieren können. Bezogen auf die Skizze in Abbildung 8 würde die Links-Rechts-Achse umso steiler (flacher) verlaufen, je stärker sie durch sozio-kulturelle (sozio-ökonomische) Konflikte ihre Bedeutung erhält.

Im nächsten Schritt werden dann die Faktoren Alter und Geschlecht in die Untersuchung eingebunden. Hierbei handelt es zwar per se weder um gesellschaftliche Werteorientierungen noch um ideologische Einstellungen, da jedoch in der Literatur sowie der politischen Diskussion immer wieder einmal von Alters- oder Geschlechterkonflikten gesprochen wird, welche sich auch im Wahlverhalten manifestieren würden, gilt es diesem Aspekt genauer auf den Grund zu gehen. Konkret stellt sich dabei die Frage, ob die Faktoren Alter bzw. Geschlecht möglicherweise dazu geeignet sind zur Entwicklung bestimmter Wertemuster oder Kombinationen beizutragen, welche dann auch zu einer strukturell unterschiedlichen ideologischen Positionierung von Männer und Frauen bzw. verschiedener Alterskohorten oder Generationen führt die sich dann wiederum in einem Geschlechts- bzw. altersspezifischen Wahlverhalten bemerkbar macht.

Im darauffolgenden Untersuchungsschritt gilt es zu überprüfen, ob und inwieweit die im ersten Schritt inhaltlich definierten ideologischen Links-Rechts-Dimensionen tatsächlich das Wahlverhalten strukturieren. Relevant ist dabei vor Allem, ob sich die parteipolitischen Lager auch auf der Wählerebene tatsächlich entlang dieser Dimension scheiden, da gemäß der theoretischen Postulierungen aus Kapitel III., kulturelle Prädispositionen die parteipolitischen Auswahlmöglichkeiten der Wähler zunächst auf die Parteien eines Lagers verengen sollten, während die konkrete Entscheidung für *eine* Partei *dieses* Lagers dann in Abhängigkeit von situationalen bzw. kurzfristigen Faktoren erfolgt.

Als nächstes werden die Parteien ins Spiel gebracht um einerseits zu überprüfen, ob und wie stark sich die ideologische Orientierungen dann auch in einer Tendenz zu einer bestimmten Partei bzw. zu Parteien eines bestimmten Lagers niederschlagen und andererseits, ob und falls ja, welche partikularen Wertorientierungen sich speziell zugunsten oder zuungunsten eines oder mehrerer bestimmter Politikanbieter auswirken.

IV.2. (Re-) Definition der zu untersuchenden Cleavages

Wie im Abschnitt I.B. des ersten Teils dieser Arbeit ausführlich dargestellt, wurden die Gesellschaften Westeuropas seit dem 19. Jahrhundert jeweils von einigen wenigen aber dafür umso persistenteren in der Sozialstruktur verankerten gesellschaftlichen Großkonflikten dominiert, welche über Koalitionsbildungen zwischen Bevölkerungssegmenten und politischen Parteien auch ihren Niederschlag im Parteiensystem des jeweiligen Landes gefunden haben. Gegenstand dieser gesellschaftlichen Konflikte bildeten dabei entweder divergieren-

de gesellschaftliche Werteorientierungen selbst oder es handelte sich in erster Linie um materielle Interessen, welche jedoch durch entsprechende Politisierung durch die politischen Akteure ebenfalls eine wertmäßige und damit sinnstiftende Komponente erhielten. Wie dort ebenfalls ausführlich beschrieben, fand im Verlauf der „Postmodernisierung" der westlichen Gesellschaften, welche spätestens Ende der 1960er Jahre einsetzte, bis heute eine weitgehende Verselbständigung gesellschaftlicher Wertvorstellungen von bestimmten gesellschaftlichen Gruppen statt und es bildeten sich die sogenannten „Value-Cleavages", also Konflikte bei denen es sich inhaltlich grundsätzlich immer noch um konfligierende gesellschaftliche Zielvorstellungen geht (welche denen der klassischen Cleavages durchaus sehr ähnlich sein bzw. in deren Tradition stehen können), jedoch nicht mehr exklusiv oder zumindest vorrangig von bestimmten sozial definierbaren Bevölkerungsgruppen verfolgt werden.

So stellt beispielsweise heute der klassische sozio-ökonomische Konflikt zwischen Arbeit und Kapital nicht mehr einen Konflikt dar, welcher im Zuge der Industrialisierung aufkam, im Wesentlichen die Industriearbeiterschaft von den Kapitaleignern und der „Bourgeoisie" trennte und seine politische Institutionalisierung durch die Gründung sozialistischer und kommunistischer Parteien auf der einen und liberaler Parteien auf der anderen Seite erfuhr. Bei diesem Konflikt handelt es sich in der „postmodernen" Gesellschaft von heute vielmehr um einen allgemeinen Sozialstaats- und/oder Eigentumskonflikt. Bei der ersten Variante stünden dabei die divergierenden Ziele soziale Gerechtigkeit versus Markfreiheit – also ein Verteilungskonflikt – im Mittelpunkt und bei der zweiten Variante die Frage, wie groß die Rolle des Staates im Wirtschaftsleben – also sein Anteil an der Produktion von Gütern und Dienstleistungen (mehr Staatsunternehmen versus mehr Privatisierungen) – sein sollte.

Der klassische Stadt-Land-Konflikt, welcher im deutschen Kaiserreich insbesondere durch die gegensätzlichen Interessen des ländlich geprägten Agrar- sowie des städtisch geprägten Industrie- und Handelssektors zum Ausdruck kam und sich politisch wiederum in den Konservativen bzw. den Liberalen Parteien organisierte, war sowohl ein sozio-ökonomischer wie ein gesellschaftliche-kultureller Konflikt zwischen wirtschaftlichen Interessen einerseits und unterschiedlichen Lebensweisen andererseits. Bezogen auf die heutigen Verhältnisse sollte sich jedoch, im Zuge des strukturellen Wandels, die sozio-ökonomische Komponente weitgehend verflüchtigt haben: Schließlich standen sich in der klassischen Konfliktkonstellation insbesondere die Beschäftigten des auf dem Land dominierenden primären und dem in den

Städten vorherrschenden sekundären Wirtschaftssektors gegenüber. Spätestens seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts vollzog sich jedoch hinsichtlich des Beschäftigtenanteils zunächst eine weitgehende Marginalisierung des Landwirtschaftssektors und ein spürbarer Rückgang im Industriesektor, während der tertiäre Wirtschaftssektor – also der Dienstleistungssektor einschließlich des öffentlichen Dienstes – personell massiv angewachsen ist – und zwar sowohl auf dem Land wie in der Stadt. Im Gegensatz zum Landwirtschafts- oder Industriesektor steht jedoch der weit gefächerte Dienstleitungssektor in keinem tradierten und in bestimmten Parteien institutionalisierten Konfliktverhältnis zu anderen Wirtschaftssektoren. Ebenso wenig lässt sich empirisch die Existenz oder die Bildung eines allgemeinen „sozialmoralischen“ Angestellten- oder Beamten-Milieus belegen, innerhalb dessen sich die Angehörigen dieses Wirtschafssektors bewusst von Arbeitern und Landwirten abgrenzen bzw. wo eine Segregation allein schon aufgrund der räumlichen Konzentration der Beschäftigten dieses Wirtschaftssektors begünstigt wird, wie es beispielweise bei der Industriearbeiterschaft in den Großstädten aufgrund der Nähe zur gemeinsamen Betriebsstätte der Fall war. Zwar kann auch heute noch davon ausgegangen werden, dass Beschäftigte in der Landwirtschaft eher in ländlichen und Beschäftigte in der Industrie überproportional in urbanen Gebieten anzutreffen sind; da jedoch mittlerweile sowohl in den ländlichen wie in den städtischen Gebieten der Anteil der Beschäftigten im Dienstleistungssektor (bei weitem) überwiegt, wäre ein Stadt-Land-Konflikt heute aufgrund der weitgehend nivellierten Beschäftigtenstruktur (hinsichtlich der Wirtschaftssektoren), wohl eher im gesellschaftlich-kulturellen als im sozio-ökonomischen Bereich zu verorten.

Der klassische Zentrum-Peripherie-Konflikt in Deutschland geht zurück auf die Reformation und die Folgen des Augsburger Religionsfriedens von 1555, welcher durch die Bindung der religiösen Bekenntnisse der Bevölkerung an jene der jeweiligen Landesherren zu einer weitgehenden Segmentierung von katholischen und protestantischen Gebieten führte. Die damit implizierte gegenseitige kommunikative Abschottung, unterschiedliche Auffassungen bezüglich kultureller Güter zwischen Katholiken und Protestanten sowie die Unfähigkeit der Bewältigung dieser konfessionellen Gegensätze, begründete schließlich einen nachhaltigen Interessenkonflikt, welcher sich auf politischer Seite durch den in der Zentrumspartei manifestierten politischen Katholizismus und auf protestantischer Seite in den diversen konservativen Parteien in den ländlichen sowie liberalen Parteien in den Großstädten institutionalisierte und durch den Kulturkampf unter Bismarck weiter verschärft wurde. Dieser konfes-

sionelle Gegensatz setzte sich auch in der Weimarer Republik grundsätzlich fort, wobei sich bereits zu dieser Zeit der bayerische Landesverband des Zentrums zur Bayrischen Volkpartei verselbständigte. In Österreich findet sich ein historisch vergleichbarer Konflikt nicht, da aufgrund der weit überwiegend katholischen Bevölkerung und dem sehr geringen Protestanten-Anteil die sozialstrukturellen Grundlagen hierfür fehlten.

Der ebenfalls traditionelle Kirche-Staat-Konflikt bezog sich im deutschen Kaiserreich im Wesentlichen auf die überkommenen Rechte der Kirche wie beispielsweise bei der geistlichen Schulaufsicht oder der Besetzung von theologischen Lehrstühlen an den Universitäten und wurde politisch insbesondere von dem in den Städten verankerten Liberalismus angeführt. Aber auch die Sozialdemokratie stand sowohl in Österreich wie in Deutschland bis heute für säkulare gesellschaftliche Werteorientierungen, während das katholische Zentrum und der protestantische Konservatismus im deutschen Kaiserreich und in der Weimarer Republik sowie später die offiziell überkonfessionell ausgerichtete CDU/CSU in Deutschland bzw. die Christlich-Soziale Partei (bis 1938) bzw. die ÖVP (nach 1945) in Österreich eher für religiöse Werteorientierungen standen. Bei diesem Konflikt handelt es sich eindeutig um einen gesellschaftlich-kulturellen Konflikt bei dem jedoch die jeweiligen Lager auf der säkularen Seite in beiden Ländern wiederum durch einen sozio-ökonomischen Konflikt zwischen marktwirtschaftlich ausgerichteten nationalen und liberalen und wohlfahrtsstaatlich ausgerichteten sozialistisch bzw. sozialdemokratischen Kräften zusätzlich gespalten waren, während in Deutschland bis 1933 zusätzlich noch der konfessionelle Gegensatz auf der religiös ausgerichteten Konfliktseite zwischen Zentrum und Konservativen bestand.

Neben diese Werte-Cleavages, welche die Tradition eines klassischen Cleavages in mehr oder weniger aktualisierter inhaltlicher Form sowie mehr oder weniger befreit von sozialstrukturellen Verankerungen fortführen, wurden im Kapitel I.B.3. bereits auch auf die mögliche Existenz von sogenannten „neuen“ Cleavages hingewiesen. Hierbei handelte es sich um Konflikte, welche zum Einen von Anfang an über keine sozialstrukturelle und/oder historische Verankerung verfügten und damit originäre Wertekonflikte waren und zum Anderen sich nicht symmetrisch entlang einer der beiden Konfliktachsen aufspannten. Hierunter zählen zum einen der Konflikt um materialistische versus postmaterialistische Staatszielpräferenzen sowie der Konflikt zwischen Ökonomie und Ökologie, bei denen jeweils ein sozio-ökonomischer (und sozio-kultureller) Antagonist einem rein Sozio-kulturellen gegenübers-

teht und eine sozialstrukturelle Verankerung – den Überlegungen von Inglehart hinsichtlich der Kombination aus Mangel- und Sozialisationsthese folgend – bestenfalls in den verschiedenen Generationen vorliegen könnte.

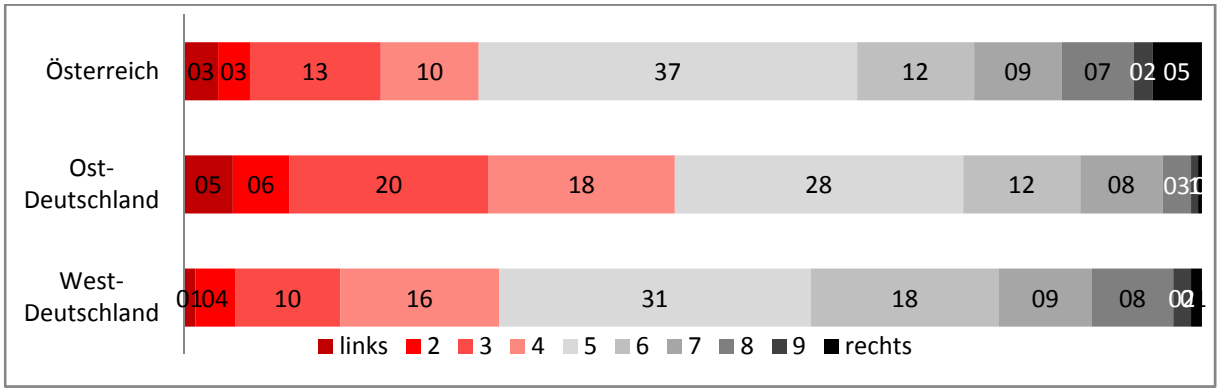
Es wird also interessant sein herauszufinden, wie sich gerade Konflikte die quer zu den klassischen Konfliktachsen verlaufen bzw. selbst mehrere Dimensionen umfassen sich auf dem eindimensionalen Links-Rechts-Kontinuum wiederfinden. Insgesamt wird jedoch erwartet, dass die ideologische Links-Rechts-Achse, wie bereits in der Skizze von Abbildung 8 angedeutet, von Land zu Land eine mehr oder weniger stark negative Steigung annehmen sollte, was implizieren würde, dass wohlfahrtsstaatlich orientierte sozio-ökonomische eher mit libertären sozio-kulturellen und marktwirtschaftlich orientierte sozio-ökonomische eher mit sozio-kulturell autoritären Werteorientierungen korrelieren und dementsprechend die ideologische Links-Rechts-Dimension ein Kontinuum zwischen wohlfahrtsstaatlich-libertären und marktwirtschaftlich-autoritären Wertvorstellungen bildet. Dementsprechend würden auch im Falle der „neuen“ Konflikte Postmaterialismus bzw. Ökologie zunächst dem links-libertären und Materialismus bzw. Ökonomie dem rechts-autoritären Pol zugeordnet.

V. Der „Konfliktlinien-Check“: Aktuelle Konfliktlinien Österreich und Deutschland

Um mögliche Konfliktlinien ermitteln zu können, bedarf es zunächst einmal eines Datensatzes mit entsprechenden Items aus denen entsprechende Wertorientierungen abgeleitet werden können. Zudem musste eine internationale Vergleichbarkeit zwischen den im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Staaten gewährleistet sein. Als vielversprechend zeigte sich dabei die European Values Study 2008 (ZA4753) mithilfe deren Daten sich, wie in diesem und den folgenden Kapiteln dargestellt werden wird, die meisten gesellschaftlichen Werte-Konfliktdimensionen und ihre Beziehungen zur ideologischen Links-Rechts-Achse sowie später auch zur Wahl den einzelnen Parteien darstellen lassen.

Einleitend sei dabei jedoch zunächst ein Blick auf die Verteilung der Wähler in Deutschland und Österreich innerhalb des ideologischen Links-Rechts-Spektrums[150] zu werfen (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Die Verteilung der Wähler auf den nationalen ideologischen Links-Rechts-Achsen



Aus vergleichender Perspektive sticht hier zunächst die ostdeutsche Verteilung der ideologischen Einstellungen hervor, da sie eine deutliche Linkslastigkeit dieses Elektorats gegenüber denen in West-Deutschland und Österreich signalisiert. Die Verteilung in West-Deutschland und Österreich zeigt sich hingegen zunächst vergleichsweise ähnlich, zumindest was die Stärken der linken Lager (Positionen 1-4) betrifft. In West-Deutschland scheint hingegen das rechte Lager (Position 6-10) insgesamt etwas stärker zu sein, während sich auf dessen Kosten in Österreich die ideologische Mitte (5) etwas breiter darstellt. Dafür wiederum ist in Österreich der rechte Rand (9-10) wiederum wesentlich stärker besetzt, während diese Posi-

[150] Die ideologische Links-Rechts-Selbsteinstufung wurde mit dem in den Sozialwissenschaften allseits bekannten (hier) zehn-stufigen Kontinuum erhoben, wobei die Extrem-Werte „1“ bzw. „10“ für eine ganz „linke“ bzw. ganz „rechte“ ideologische Positionierung stehen.

tionen in Deutschland nur sehr gering besetzt sind, was bei der Interpretation den anstehenden Analysen zu beachten sein wird!

V.1 Der sozio-ökonomische Konflikt zwischen Links- und Rechtsmaterialismus

Zur Messung eines möglichen materialistischen Konflikts und seines Niederschlags auf der allgemeinen ideologischen Links-Recht-Achse wurde zunächst ein sogenannter *Sozioökonomie-Index* aus sechs Items gebildet[151]. Dieser kann theoretisch Ausprägungen zwischen „1“ und „10“ annehmen, wobei in den jeweiligen Fällen niedrige Werte rechts-materialistische bzw. marktwirtschaftliche und hohe Werte links-materialistische bzw. wohlfahrtsstaatliche Orientierungen anzeigen.

Zur Überprüfung eines möglichen Zusammenhanges wurde dann für jedes Elektorat zunächst der Korrelations-Koeffizient nach Pearson berechnet. Um zudem das jeweilige Niveau der der sozio-ökonomischen Orientierungen vergleichen zu können, wurden zudem die Index-Mittelwerte sowie deren Standardabweichung dargestellt. Zur Aufdeckung von eventuellen Zusammenhängen, welche alleine über diese Indikatoren nicht sofort offenbaren würden, wurden zudem zwei graphische Darstellungen erstellt, welche zum einen die Verteilung der einzelnen (gerundeten) Indexkategorien in den drei Populationen anzeigen sowie die jeweiligen Index-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien. Erstere Graphik zeigt also an, welche Werteausprägungen jeweils wie häufig in dem jeweiligen Elektorat vorkommen, während die zweite Graphik anzeigt, wie marktwirtschaftlich bzw. wohlfahrtsstaatlich die Wähler, welche sich in die jeweiligen ideologischen Kategorien einordnen im Durchschnitt eingestellt sind.

[151] Die Items bezogen sich dabei jeweils auf ein zehn-stufiges Differenzial zwischen zwei konträren Positionen innerhalb dessen der Proband seine persönliche Meinung einordnen sollte. Die jeweiligen Positionen lauteten dabei (1) „Jede/r Bürger/in sollte mehr Verantwortung für sich selbst übernehmen“ vs. „Der Staat sollte mehr Verantwortung dafür übernehmen, dass jede/r Bürger/in abgesichert ist“ (2) „ Arbeitslose sollten jede Arbeit machen müssen, die sie bekommen, oder ihre Arbeitslosenunterstützung verlieren“ vs. „Arbeitslose sollten Arbeit, die sie nicht machen möchten, ablehnen können“ (3) „Wettbewerb ist gut. Er bringt die Menschen dazu, hart zu arbeiten und neue Ideen zu entwickeln“ vs. „ Wettbewerb ist schädlich. Er bringt das Schlechte im Menschen zum Vorschein“ (4) „Der Staat sollte den Unternehmen mehr Freiheit lassen“ vs. „Der Staat sollte die Unternehmen besser kontrollieren“ (5) „Einkommensunterschiede sollten einander stärker angeglichen werden“ vs. „Wir brauchen größere Einkommensunterschiede als Anreiz für individuelle Leistung“ und (6) „Mehr staatliche Unternehmen sollten privatisiert werden“ vs. „Mehr private Unternehmen sollten verstaatlicht werden“. Für die Indexbildung wurde das Item (5) recodiert und alle fehlenden Werte der einzelnen Items wurden durch die jeweiligen Item-Mittelwerte ersetzt.

Tabelle 1: Sozioökonomische Konflikte

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Sozioökonomie-Index	**-.176****	**-.191****	**-.281****
Mittelwert (Standardabweichung)	**4,45** (1,25)	**5,52** (1,37)	**4,85** (1,36)

Signifikanzniveau: ** = 0.001; * = 0.05 bei dieser und allen im Folgenden dargestellten Korrelationen

Abbildung 10: Verteilung Sozio-ökonomischer Einstellungen (Prozentuale Häufigkeiten der gerundeten Indexwerte)

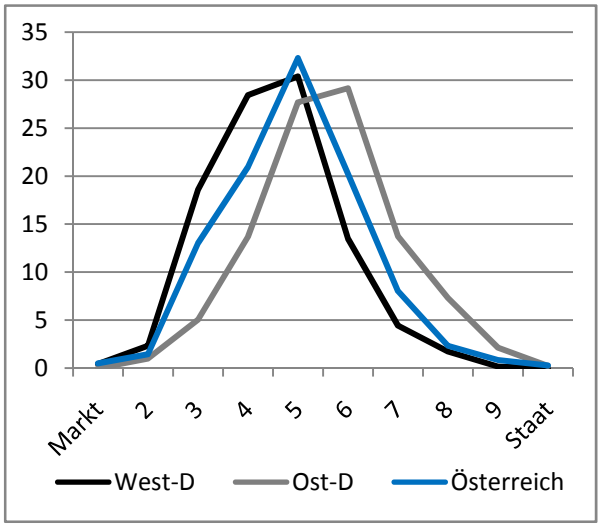
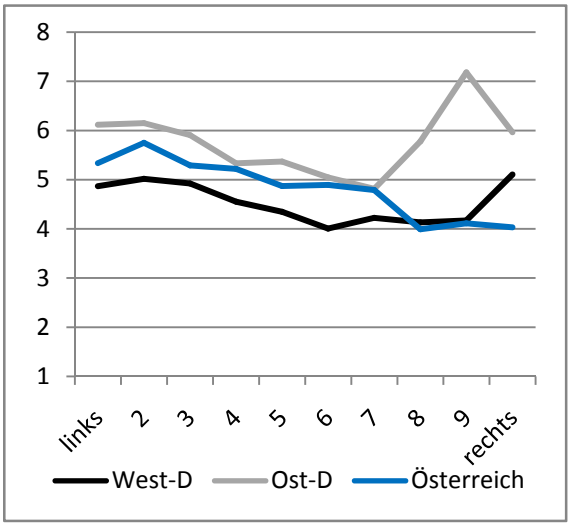


Abbildung 11: Sozioökonomie-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien



Die Mittelwerte (vgl. Tabelle 1) und die Verteilung des Sozioökonomie-Indexes (vgl. Abbildung 10) zeigen dabei zunächst an, dass in West-Deutschland die marktwirtschaftlichen Orientierungen – wenn auch auf geringem Niveau – am stärksten ausgeprägt sind. Österreich folgt mit einem knappen halben Skalenpunkt Abstand und damit mit bereits etwas geringer ausgeprägten marktwirtschaftlichen sozio-ökonomischen Einstellungen, während Ost-Deutschland sich klar in Richtung wohlfahrtsstaatlicher Orientierungen entfernt. Der Zusammenhang mit der allgemeinen ideologischen Positionierung ist dabei in Österreich am größten, was auch die Graphik der Mittelwerte (vgl. Abbildung 11) der einzelnen ideologischen Positionen zeigt. Dies deutet darauf hin, dass in Österreich die Bedeutung der politischen Links-Rechts-Dimension ceteris paribus wesentlich stärker von sozio-ökonomischen Fragen determiniert wird als in Deutschland. Der Trend zu eher wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen beginnt dabei in Österreich, von rechts aus gesehen, ab einer ideologischen Positionierung von „8“ während in Deutschland erst ab einer Positionierung von „6“ ein allmählicher Trend in Richtung Wohlfahrtsstaat einsetz. In West-Deutschland wird dabei die Marke von fünf Indexpunkten selbst von den ideologisch sehr weit links Positionierten nur sehr

leicht überschritten, während die Ost-Deutschen sich fast durchgängig im Mittel darüber befinden. Verglichen mit West-Deutschland ist in Österreich insbesondere die ideologische Mitte wesentlich weniger marktwirtschaftlich orientiert als die westdeutsche Mitte, während Österreichs ideologische Linke nicht mehr so viel wohlfahrtsstaatlicher eingestellt ist als die West-Deutsche Linke. Dafür wiederum bewegt sich in Österreich das gesamte linke ideologische Spektrum oberhalb der Fünfer-Marke. Am interessantesten ist jedoch die Kurve für Ost-Deutschland, welche insbesondere für Personen, die sich ideologisch rechts bis sehr rechts einordnen, die höchsten wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen aufweisen. Während also in West-Deutschland und Österreich erwartungsgemäß rechte ideologische Einstellungen mit sozio-ökonomisch marktwirtschaftlichen Orientierungen und dementsprechend linke ideologische Einstellungen mit wohlfahrtsstaatlichen sozio-ökonomischen Orientierungen einhergehen, sind in Ost-Deutschland die härtesten „Sozialisten“ im ideologisch extrem rechten Spektrum zu finden, was bereits darauf hindeuten könnte, dass man in Ost-Deutschland die ideologische Links-Rechts-Dimension etwas anders definiert als in West-Deutschland oder Österreich. So wird zwar in allen drei untersuchten Elektoraten die Links-Rechts-Dimension signifikant unter sozio-ökonomischen Gesichtspunkten interpretiert, die vergleichsweise geringe Korrelation, der geringere Mittelwert einschließlich dessen geringerer Standardabweichung für West-Deutschland deuten jedoch an, dass die Wähler hier möglicherweise weitgehenden ihren Frieden mit der Marktwirtschaft geschlossen haben, während entsprechende Gegensätze in Österreich durchaus noch ein größeres Konfliktpotenzial in sich bergen. In Ost-Deutschland herrschen hingegen noch klar wohlfahrtsstaatliche Orientierungen vor, was sich beispielsweise auch anhand eines weiteren Indikators untermauern lässt, welcher die Präferenz zwischen Freiheit versus Gleichheit misst: Dieser kann gemäß einer Recodierung Mittelwerte zwischen „-1“ („Freiheit vor Gleichheit“) und „1“ („Gleichheit vor Freiheit“) annehmen[152] und zeigt hierbei für Ost-Deutschland einen Wert von +.282 und damit klar eine Präferenz für Gleichheit an, während in West-Deutschland und Österreich mit Mittelwerten von -.198. bzw. -.108 Freiheit wichtiger ist als Gleichheit. In Ost-Deutschland scheinen also höchstwahrscheinlich immer noch deutliche Nachwirkungen der real-sozialistischen Vergangenheit zu bestehen. Der U-förmige Zusammenhang zwischen ideologischen Einstellungen und sozio-ökonomischen Orientierungen vermindert dabei einen möglicherweise sonst noch stärkeren Zusammenhang und liefert in vergleichender

[152] „weder noch“-Antworten wurden mit „0“ codiert.

Perspektive Anhaltspunkte dafür, dass sich das rechte ideologische Spektrum in Ost-Deutschland von dem in West-Deutschland sowie in Österreich auf dem wichtigen Feld der sozio-ökonomischen gesellschaftlichen Werteorientierungen wesentlich unterscheidet. Demnach sind in Ost-Deutschland die (relativen) „Kapitalisten" eher in der ideologischen Mitte zu verorten, während sie sich in West-Deutschland und Österreich klar im Mitte-Rechts- bzw. im rechten Spektrum aufhalten.

V.2. Der Konflikt zwischen libertären und autoritären Wertvorstellungen

Gestaltete sich die Untersuchung der sozio-ökonomischen Dimension noch vergleichsweise übersichtlich da sich die zentrale Frage letztlich auf einen klaren Antagonismus zwischen mehr Wohlfahrtsstaat versus mehr Marktwirtschaft verdichten lässt, ist bei der Untersuchung von gesellschaftlich-kulturellen Konflikten und deren Niederschlag auf der ideologischen Links-Rechts-Achse bereits ein komplexeres Untersuchungsmuster anzulegen, da libertäre und autoritäre Wertorientierungen vergleichsweise vielschichtig sein können, wobei sich libertäre Wertvorstellungen auf einer Dimension nicht zwangsläufig mit autoritären Wertvorstellungen auf einer anderen Dimension widersprechen müssen.

Wie an anderer Stelle (vgl. Kapitel I.B.3.) ausgeführt, kann man nach Flanagan (1987: 1304f.) unter libertäre Werte insbesondere Gleichheit, Toleranz gegenüber Minderheiten und Andersdenkenden sowie Offenheit für neue Ideen und Lebensstile, Umweltschutz, Lebensqualität, Nachgiebigkeit und Selbstverwirklichung subsummieren während unter autoritäre Wertvorstellungen insbesondere solche nach Sicherheit und Ordnung, Respekt gegenüber Autoritäten, Disziplin und Pflichtgefühl, Patriotismus, Intoleranz gegenüber Minderheiten, Konformität gegenüber Gebräuchen sowie der Unterstützung religiöser und moralischer Werte fallen. Hieraus einen einzigen Indikator zu entwickeln, wäre vermutlich wenig sinnvoll und zielführend und würde mit Sicherheit zum Verlust von Informationen führen, da (1) unweigerlich die Problematik auftreten würde, eine angemessene Gewichtung dieser mannigfaltigen Aspekte vornehmen zu müssen (2) ließe sich die Bedeutung einzelner klassischer bzw. „neuer" Konflikte nicht isoliert herausarbeiten und (3) würde die Aussagekraft insgesamt verfälscht, wenn beispielsweise autoritäre Einstellungen hinsichtlich eines Indikators systematisch positiv mit libertären Einstellungen bei einem anderen Indikator korrelieren würden. Ganz abgesehen davon werden sich kaum Datensätze finden lassen, die wirklich zu jedem Teilaspekt mit entsprechenden Items aufwarten.

Es wird daher, im Hinblick auf die gesellschaftlich-kulturellen Konflikte mit mehreren Indikatoren gearbeitet um sowohl die traditionellen Konflikte wie den konfessionellen oder den religiös-säkularen Gegensatz als auch die neuen exklusiven Werte-Konflikte und ihre Beziehungen zu einander, zur ideologischen Links-Recht-Achse sowie zu den einzelnen Parteien gesondert darstellen zu können.

V.2.1. Religiöse versus säkulare Wertorientierungen

Religiös-säkulare Gegensätze gehören zu den klassischen sozio-kulturellen Gegensätzen in Österreich und Deutschland. Zur Bildung eines wirksamen Indikators zur Messung dieser Gegensätze, wurde zunächst von der nicht abwegigen Vermutung ausgegangen, dass Menschen umso häufiger (seltener) einen Gottesdienst besuchen, je religiöser (säkularer) sie eingestellt sind. Demzufolge wurde – naheliegenderweise – die Kirchgang-Häufigkeit der Befragten als Indikator für die Nähe zu religiösen bzw. säkularen gesellschaftlichen Werteorientierungen herangezogen. Dieser Indikator kann dabei Werte zwischen „1“ und „7“ annehmen, wobei der niedrigste Wert für eine sehr hohe Kirchennähe und der höchste Wert eine sehr hohe Kirchenferne steht[153].

Bereits die Mittelwerte und Standardabweichungen (vgl. Tabelle 2) sowie die Abbildungen 12 & 13 zeigen dabei zunächst die allgemeine Kirchenferne der ostdeutschen Bevölkerung im Vergleich zur Westdeutschen bzw. Österreichischen an, welche sich hier etwa auf vergleichbarem Niveau der „Weihnachts-Kirchgänger“ befindet und auch in der Verteilung eine extreme Ähnlichkeit aufweist. Die Korrelationen zeigen dabei in die erwartete Richtung, wonach religiöse (säkulare) Wertorientierungen, welche im Sinne der sozio-kulturellen Konfliktachse als autoritäre (libertäre) Einstellungen ausgelegt werden, mit ideologisch rechten (linken) Selbsteinstufungen einhergehen. Der größte Zusammenhang zeigt sich dabei in West-Deutschland und der Geringste in Österreich.

Schaut man sich die Kirchgangs-Häufigkeiten der einzelnen ideologischen Kategorien an, erstaunt dabei zuerst einmal die Parallelität der West-Deutschen und Österreichischen Kurven, welche beide signalisieren, dass sich jene Personen, die der Kirche am nächsten stehen, ideologisch auf Position acht einstufen.

[153] Im Einzelnen stehen die Kategorien für: „1“ = „Mehrmals in der Woche“, „2“ = „Einmal in der Woche“, „3“ = „Ungefähr einmal im Monat“, „4“ = „Nur an speziellen Feiertagen“, „5“ = „Einmal im Jahr“, „6“ = „Seltener“, „7“ = „Nie, praktisch nie“.

Tabelle 2: Sozio-kulturelle Konflikte: Religiöse versus säkulare Orientierungen

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Kirchgang	**-.164****	**-.113****	**-.095****
Mittelwert (Standardabweichung)	**4,86** (1,75)	**6,16** (1,47)	**4,75** (1,93)

Abbildung 12: Verteilung der Kirchennähe bzw. -Ferne (Prozentuale Häufigkeiten der einzelnen Kategorien).

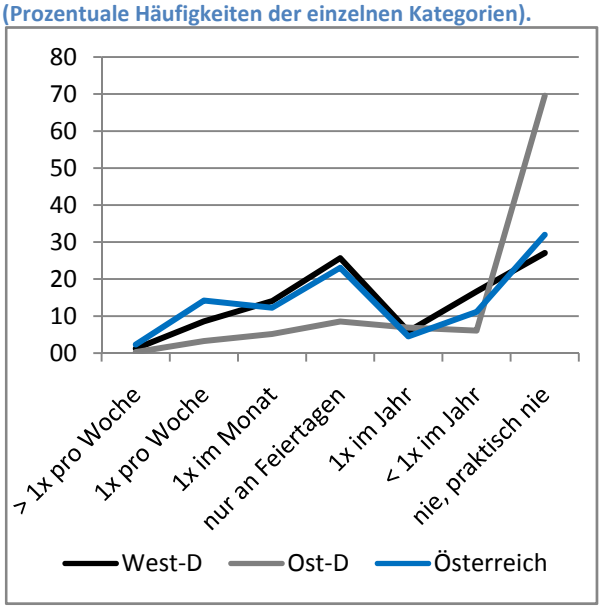
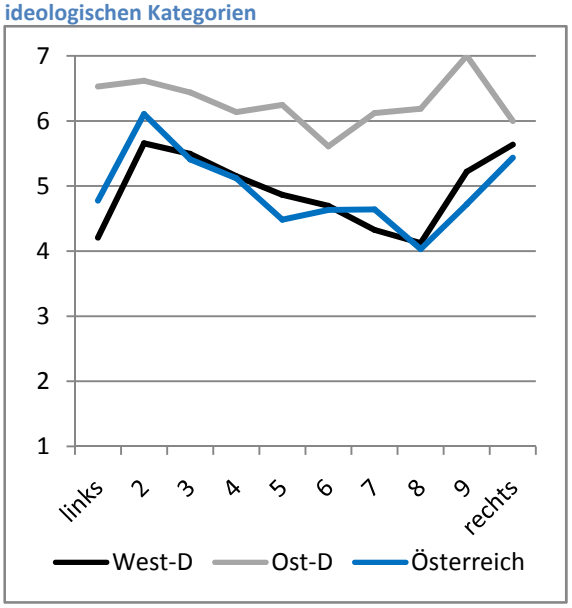


Abbildung 13: Kirchennähe bzw. Ferne der einzelnen ideologischen Kategorien



Bei Personen, welche von diesem Punkt aus noch weiter rechts stehen sind der Kirche stattdessen wieder so weit entfernt wie die Personen, welche sich weit links positionieren. In Ost-Deutschland beginnt die entsprechende Trendumkehr bereits bei jenen Probanden, die sich ideologisch in der rechten Mitte auf Position sechs einstufen. Von diesem Punkt aus entfernen sich dann sowohl die Personen des linken – aber noch stärker die Personen des restlichen rechten Spektrums von der Kirche. Das bedeuten, dass in Ost-Deutschland die Religiösen sich ähnlich wie die Marktwirtschaftler vorwiegend in der ideologischen Mitte positionieren, während selbige Gruppen in West-Deutschland und Österreich sich deutlich im rechten Spektrum verorten. Anhaltspunkte für den Niederschlag eines religiös-säkularen Konfliktes in der ideologischen Links-Rechts-Achse lägen damit insgesamt vor, wobei sich lediglich in West-Deutschland und Österreich tatsächlich Links und Rechts gegenüberstünden, während in Ost-Deutschland hinsichtlich dieses Aspekts die Wähler der ideologischen Mitte sowohl denen der ideologischen Linken wie denen der ideologischen Rechten gegenüberstehen. Interessant ist auch die Feststellung, dass die ideologische Position acht schein-

bar einen Wendepunkt markiert, ab dem in West-Deutschland und Österreich möglicherweise die klassische „bürgerliche“ Rechte endet und eine „andere“ Rechte beginnt, welche sich wiederum in einigen Charakteristika – zumindest jedoch bei der Kirchenferne – eher den Wählern der ideologischen Linken ähnelt. Im Gegensatz zur ostdeutschen Rechten geht diese Trendwende hinsichtlich der Kirchennähe jedoch nicht mit einer Trendwende bei den sozioökonomischen Orientierungen einher.

V.2.2. Konfessionelle Konflikte

Als weiterer „Klassiker“ innerhalb der gesellschaftlich-kulturellen Konflikte gilt – zumindest in Deutschland – der konfessionelle Konflikt zwischen Katholiken und Protestanten. Zur Überprüfung eines konfessionellen Konflikts und seines Niederschlags auf der ideologischen Links-Rechts-Achse wurde wiederum aus dem EVS-2008-Datensatz ein Indikator gebildet, welcher Angehörigen der katholischen Konfession den Wert „1“ und den Angehörigen der evangelischen Konfession den Wert „2“ zuweist. Personen, die keiner oder einen anderen Konfession angehören, werden dementsprechend von dieser Untersuchung nicht erfasst[154]. In Bezug auf die sozio-kulturelle Konfliktachse wird dabei aufgrund der traditionell stärkeren Milieubindung zunächst davon ausgegangen, dass die katholische Konfession eher als autoritäre Einstellung verstanden werden sollte als die evangelische Konfession, welche in diesem Zusammenhang dementsprechend als der eher libertäre Pol angenommen wird.

Aufgrund der weitgehenden konfessionellen Homogenität konnte in Österreich realistischerweise kein Effekt erwartet werden und ein solcher wurde auch nicht gemessen (vgl. Tabelle 3). Der minimale Zusammenhang zeigt zwar in die gleiche Richtung wie in Deutschland, ist jedoch nicht signifikant. In Ost-Deutschland, dessen Bevölkerung in der Stichprobe zu drei Vierteln keiner Konfession angehört (vgl. Abbildung 14) konnte zwar grundsätzlich ein Zusammenhang gemessen werden, der dem im Westteil ziemlich nahe kommt, jedoch ist dieser hier nicht signifikant. Lediglich in Westdeutschland zeigt sich hier ein signifikanter und klar in eine Richtung weisender Zusammenhang, nach dem die protestantische Konfession – wie erwartet – eher zu linken und die Katholische eher zu einer rechten ideologischen Selbsteinstufung führt.

[154] Da jedoch insbesondere jene Menschen, die keiner Konfession angehören, wie es beispielsweise für die meisten Bürger Ost-Deutschlands zutrifft, in der Regel auch nicht religiös einstellt sind und daher auch nicht in die Kirche gehen, werden sie jedoch in ihrer Eigenschaft als Nichtkirchgänger im Rahmen der Untersuchung des religiös-säkularen Konfliktes erfasst.

Tabelle 3: Sozio-kulturelle Konflikte: Konfession

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Konfession	**-.103****	-,096	-,027
Mittelwert (Standardabweichung)	**1,48** (0,50)	**1,86** (0,35)	**1,06** (0,23)

Abbildung 14: Konfessionelle Zusammensetzung (Prozentwerte)

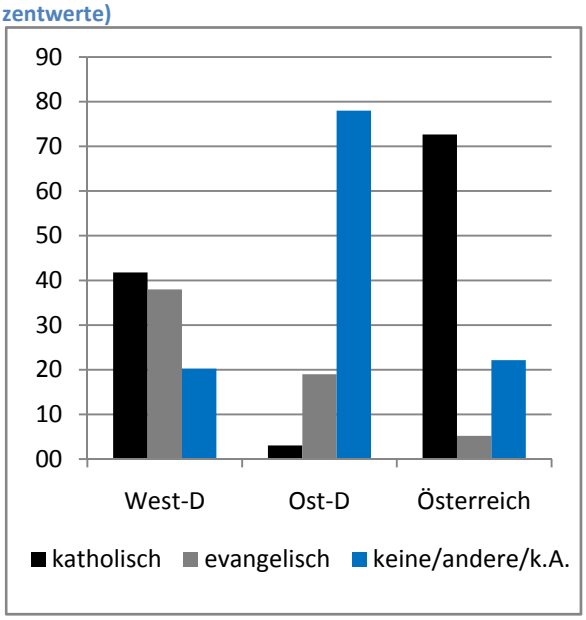
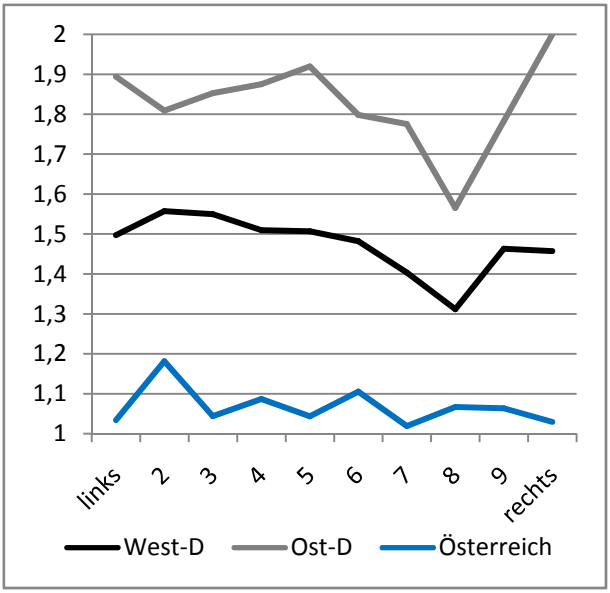


Abbildung 15: Katholiken- bzw. Protestanten-Lastigkeit der einzelnen ideologischen Kategorien



Die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 15) bestätigt diese Befunde, wobei auch wiederum in West-Deutschland der Wendepunkt ab der ideologischen Position acht auffällt. Bis zu diesem Punkt wird die Wählerschaft zunehmend katholischer, während sich das konfessionelle Verhältnis auf den ganz rechten Positionen wieder weitgehend ausgleicht. Wie bereits die Ausführungen in Kapitel V.2.1. zeigten, verändern sich ab dieser Position im rechten Spektrum scheinbar die Wertemuster der rechten Wähler in ihrer Komposition, während sie bis dahin lediglich hinsichtlich ihrer Stärke bzw. Ausprägung zunahmen. Für Österreich zeigt sich erwartungsgemäß kein konfessioneller Trend bezogen auf die ideologischen Kategorien, da diese – mit Ausnahme der Position zwei – sich nahezu vollständig katholisch darstellen. Der ostdeutsche Trend ist zwar aufgrund der Fallzahlen mit Vorsicht zu genießen, aber auch er zeigt auf dem – insgesamt erwartbar – protestantischerem Niveau einen Trend nachdem sich auch hier die Katholiken in der rechten Mitte bis etwa der Position acht versammeln.

V.2.3. Geschlechterrollen- und Familienbilder

Dem Gedanken folgend, dass sich autoritäre und libertäre soziokulturelle Vorstellungen auch in unterschiedlichen Familienbildern sowie Vorstellungen über die Rollenverteilung zwischen Männern und Frauen niederschlagen sollten, sei es in Richtung des autoritären Pols induziert durch eher religiös vermittelte Rollen- und Familienimperative oder eher in Sinne der chauvinistisch/sexistisch/sozialdarwinistisch geprägten Gesellschaftsvorstellungen, wie sie beispielsweise im Extrem für den Nationalsozialismus charakteristisch waren bzw. in Richtung des libertären Pol induziert durch säkulare, ökonomisch-pragmatische oder offensiv gleichstellungsorientierte Wertevorstellungen, wie sie beispielsweise für die Frauenbewegung typisch wären, wurde auch hier ein entsprechender Index aus dem EVS-2008-Datensatz gebildet, welcher die gesamte Bandbreite möglicher Indikationen weitgehend abdeckt[155] und in Beziehung zur ideologischen Links-Rechts-Einstufung gebracht (vgl. Tabelle 4).

Auch hier zeigen die Korrelationen eine klare Richtung an: Konservative Geschlechterrollen- und Familienwerte korrelieren mit ideologisch rechten und dementsprechend progressive Rollen- und Familienvorstellungen mit ideologisch linken Selbsteinstufungen. Religiöse Implikationen scheinen diesbezüglich jedoch lediglich in West-Deutschland vorhanden zu sein, wobei auch hier nach Kontrolle der Kirchennähe noch eine deutliche Korrelation übrig bleibt. In Ost-Deutschland und Österreich wird dagegen die Beziehung zwischen Rollenbildern und ideologischen Einstellungen nur minimal von der Kirchennähe beeinflusst.

[155] Die insgesamt 15 Fragen der inkludierten Items lauteten dabei (1) „Ein Mann muss Kinder haben, um ein erfülltes Leben zu haben“ (2) „Um glücklich zu sein, ist es notwendig in einer Ehe oder einer dauerhaften festen Beziehung zu leben“ (3) „Homosexuelle Paare sollten Kinder adoptieren dürfen“ (4) „Es ist nichts dagegen einzuwenden, wenn zwei Leute zusammenleben ohne verheiratet zu sein“ (5) „Es ist eine Pflicht gegenüber der Gesellschaft Kinder zu haben“ (6) „Jede/r sollte selbst entscheiden, ob er/sie Kinder haben will oder nicht“ (7) „Wenn ein Elternteil schwer krank oder gebrechlich ist, ist es hauptsächlich die Pflicht der Kinder sich um sie/ihn zu kümmern“ (8) „Eine berufstätige Mutter kann ihrem Kind genauso viel Wärme und Sicherheit geben wie eine Mutter, die nicht arbeitet“ (9) „ Ein Kleinkind wird wahrscheinlich darunter leiden, wenn die Mutter berufstätig ist“ (10) „Ein Beruf ist gut, aber was die meisten Frauen wirklich wollen, ist ein Heim und Kinder“ (11) „Hausfrau zu sein ist genauso befriedigend wie berufstätig zu sein“ (12) „Berufstätigkeit ist der beste Weg für eine Frau, um unabhängig zu sein“ (13) „Beide, Mann und Frau, sollten zum Haushaltseinkommen beitragen“ (14) „Im allgemeinen sind Väter genauso geeignet, sich um die Kinder zu kümmern, wie Mütter“ (15) „Männer sollten genauso viel Verantwortung für Haushalt und Kinder übernehmen wie Frauen“. Die Items (1) bis (7) wurden dabei zunächst von einer Skala von „1“ (volle Zustimmung) bis „5“ (völlige Ablehnung) auf Werte zwischen „1“ und „4“ gestaucht um mit den 4-Kategorie-Items (8) bis (15) auf ein vergleichbares Skalenniveau zu kommen. Die Items (2), (5), (7), (9), (10), (11) wurden zudem recodiert. Fehlende Werte wurden bei allen Items durch die jeweiligen Item-Mittelwerte ersetzt. Der durch Item-Wert-Addition und Division durch die Item-Anzahl gebildete Index kann somit theoretisch Werte zwischen „1“ (extrem progressives) und „4“ (extrem konservatives Rollen- und Familienbild) annehmen.

Tabelle 4: Sozio-kulturelle Konflikte: Geschlechterrollen- und Familienbilder

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Familien-Index	**.236****	**.157****	**.259****
• Kirchgang kontrolliert	**.198****	**.144****	**.242****
• Geburtsjahr kontrolliert	**.167****	**.203****	**.239****
Mittelwert	**2,27**	**2,05**	**2,23**
(Standardabweichung)	(0,35)	(0,33)	(0,33)

Abbildung 16: Verteilung konservativer und progressiver Einstellungen (Prozentuale Häufigkeiten der auf 0,5 gerundeten Indexwerte)

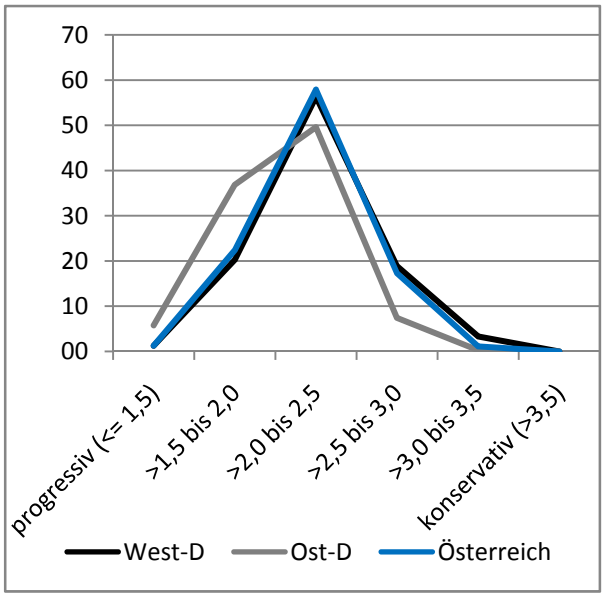
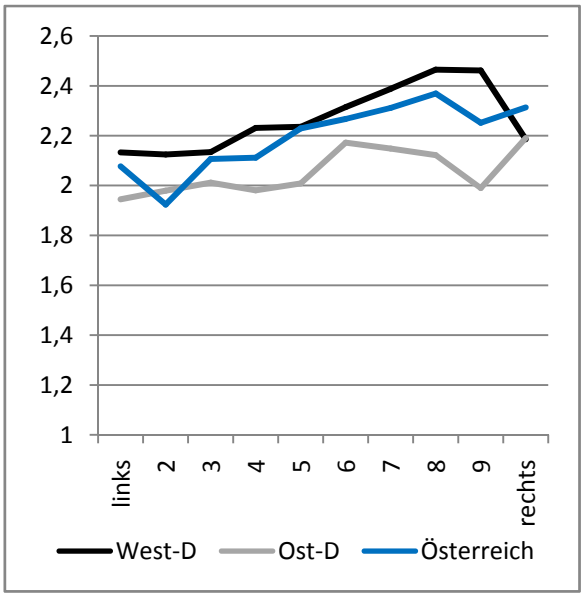


Abbildung 17: Progressive und konservative Einstellungen der einzelnen ideologischen Kategorien



Noch deutlicher als von der Kirchennähe scheint jedoch diese Beziehung in West-Deutschland vom Faktor Geburtsjahr vermittelt zu sein. In Ost-Deutschland steigt hingegen die Korrelation zwischen den Familienwerten und den ideologischen Einstellungen bei Kontrolle des Faktors Geburtsjahr sogar noch deutlich an, während in Österreich sowohl Kirchgang als auch das Geburtsjahr diesen Zusammenhang nur geringfügig abmildern. In Ost-Deutschland wäre demzufolge der originäre Effekt, der von Familienwerten auf die ideologische Selbsteinstufung ausgeht eigentlich größer.

Erklärbar wäre dies damit, dass in Ost-Deutschland die Frauen schon zu „DDR“-Zeiten sehr stark in das Erwerbsleben integriert waren, während in den älteren west-deutschen Jahrgängen noch das Familienbild vom allein verdienenden Mann und der Hausfrau dominieren dürfte, welches sich hier erst in den nachwachsenden Generationen zu relativieren scheint (vgl. hierzu Ausführungen des Kapitels VII.). Dieses in Ostdeutschland allgemein – also auch

generationenübergreifend – progressivere Geschlechterrollen- und Familienbild wird dabei auch durch den wesentlich geringeren Index-Wert unterstrichen sowie dessen deutlich von West-Deutschland und Österreich abweichenden Verteilung (vgl. Abbildung 16). Dem Alters- bzw. Generationeneffekten wird jedoch an dieser Stelle nicht weiter auf den Grund gegangen, da sich hiermit das Kapitel VII.1. ausführlich beschäftigen wird; wichtig ist bis hierher, dass auch von so genannten Familien-Werten in allen drei Elektoraten ein erheblicher Einfluss auf die ideologische Positionierung ausgeht, welcher im Betrag den der klassischen Konflikte wie dem Religiös-Säkularen, dem Konfessionellen und im Falle West-Deutschland sogar dem Sozioökonomischen übersteigen. Auch über die einzelnen ideologischen Kategorien hinweg (vgl. Abbildung 17) zeigt sich für West-Deutschland und Österreich ein klarer und vergleichsweise geradliniger Verlauf der mittleren Indikatorwerte. Lediglich bei den extremen, rechten Positionen setzt wiederum ein leichter Gegentrend ein. In Ost-Deutschland scheiden sich hingegen in der ideologischen Mitte das progressive und das konservative Lager ziemlich deutlich und sprunghaft. Aufmerksamkeit verdienen jedoch auch bei diesem Vergleich für alle Elektorate die ideologisch sehr weit rechts angesiedelten Positionierungen, da sich erneut der Verdacht bestätigt, dass etwa ab der Position acht eine „andere“ Rechte beginnt – also eine Rechte bei der nicht in erster Linie die Merkmale der moderaten Rechten in stärkerer Ausprägung auftreten, sondern in größerem Umfang andere Werte-Charakteristika auftreten, welche ansonsten eher typisch sind für ideologisch linke bis sehr linke Positionierungen.

V.2.4. Toleranz gegenüber Immigranten

Als besonders konfliktträchtig kann im Zusammenhang mit Gegensätzen zwischen libertären und autoritären Orientierungen der Themenkomplex Toleranz versus Intoleranz gegenüber Minderheiten und hierbei speziell Immigranten angenommen werden. Dass es sich hierbei um einen politisch hoch brisanten Themenkomplex handelt bedarf keiner weiteren Erläuterung. Andererseits wäre das Thema nicht so brisant, wenn diesbezüglich die Einstellungen in weiten Teilen der Bevölkerung nicht so weit auseinander gehen würden und die gegensätzlichen Auffassungen nicht so tief mit Emotionen, Wertvorstellungen und Ideologien verknüpft wären. Anders ließe es sich schließlich nicht erklären, warum gerade die Diskussion von so genannten „Ausländer-Themen“, selbst weit abseits der „Stammtische“ in ansonsten gesitte-

ten „Talk-Runden“ die Emotionen bei professionellen Diskutanten nach allgemeiner Erfahrung geradezu explosionsartig hochschnellen lässt.

In Österreich kann dabei zudem aufgrund der extensiven „Behandlung“ von Ausländer-Themen bzw. der Verknüpfung von originär Sozial-, Wirtschafts- oder Sicherheits-Issues mit Ausländerfragen, also der aktiven Politisierung dieses hochgradig wertgeladenen Themenkomplexes, durch die FPÖ seit ihrer Transformation unter Jörg Haider 1986, angenommen werden, dass gerade hier die Polarisierung und damit die Bedeutung von Toleranz-Werten innerhalb der ideologischen Links-Rechts-Achse, besonders groß sein sollte.

In Deutschland findet zwar keine auch nur annähernd vergleichbare Politisierung dieses Themas durch ernst zunehmende politische Akteure statt, da einerseits die Unionsparteien wohl im Hinblick auf Koalitionsoptionen mit den libertären Grünen sehr weit in die politische „Mitte“ gerückt sind bzw. das Thema aus Image-Gründen weitgehend meiden bzw. „freiwillig“ oder in Ermangelung eines entsprechenden „Kommunikators“ nicht politisieren und andererseits die rechtsextremen Parteien, wohl dank ihres Skin-Head-Images, ihres tumben und militanten Auftretens sowie ihres nicht „Talkshow-fähigen“ Personals, für eine breitere Wählerschaft nicht wählbar sind (vgl. z.B. Stöss 2006)[156]. Dennoch zeigte in jüngerer Zeit insbesondere die Kontroverse um das Buch „Deutschland schafft sich ab“ von Ex-Bundesbank-Vorstandsmitglied und Ex-SPD-Finanzsenator von Berlin, Dr. Thilo Sarrazin (2010), welches sich – unter anderem und stark vereinfacht ausgedrückt – kritisch mit den Verhaltensmustern und den Lebensstilen islamischer Immigranten in Deutschland auseinandersetzte und innerhalb kürzester Zeit zum Sachbuch-Bestseller des Jahrzehnts avancierte[157], dass auch in Deutschland zumindest ein latentes Mobilisierungspotenzial vorhanden ist.

Um den Einfluss toleranter bzw. intoleranter Werteorientierungen auf das allgemeine Verständnis der ideologischen Links-Rechts-Dimension zu ermitteln, bietet der EVS-2008-Datensatz sechs Items an, welche sich auf allgemeine Einstellungen, Meinungen und Erwartungen gegenüber Immigranten beziehen. Aus diesen sechs Items wurde wiederum nach dem Muster des Sozioökonomie- und des Familien-Indexes ein Immigranten-, Toleranz- bzw.

[156] Zwar erreichten auch in den letzten beiden Jahrzehnten die rechtsextremen Parteien NPD und DVU in den ostdeutschen Bundesländern immer mal wieder den Parlamentseinzug, konnten jedoch bisher nirgendwo dauerhaft als politisch bedeutsame Kraft etablieren.
[157] Vgl. z.B. www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,726206,00.html aufgerufen am 01.03.2012

Ausländerindex gebildet[158], welcher theoretisch Werte zwischen eins und zehn annehmen kann, wobei ein niedriger Index-Wert eine niedrige Toleranz und dementsprechend ein hoher Index-Wert eine hohe Intoleranz gegenüber Immigranten anzeigt.

Tabelle 5: Sozio-kulturelle Konflikte: Einstellungen gegenüber Immigranten

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Toleranz-Index	**-.323****	**-.244****	**-.287****
Mittelwert (Standardabweichung)	**4,69** (1,87)	**4,21** (1,55)	**4,24** (2,03)

Abbildung 18: Verteilung (in-)toleranter Einstellungen (Prozentuale Häufigkeiten der gerundeten Indexwerte)

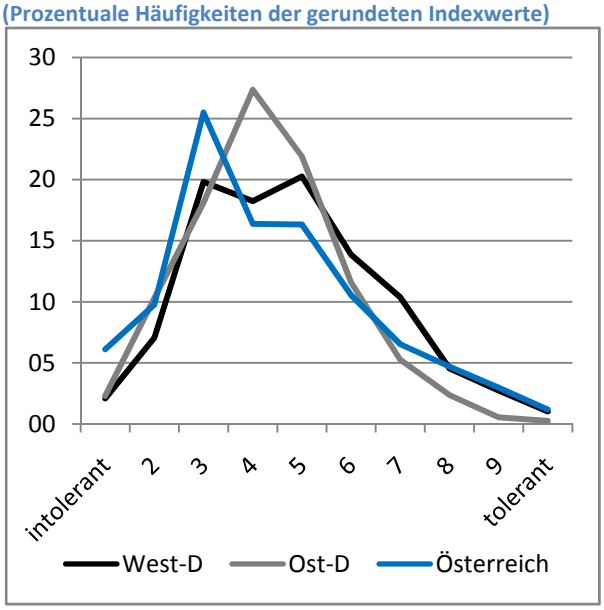
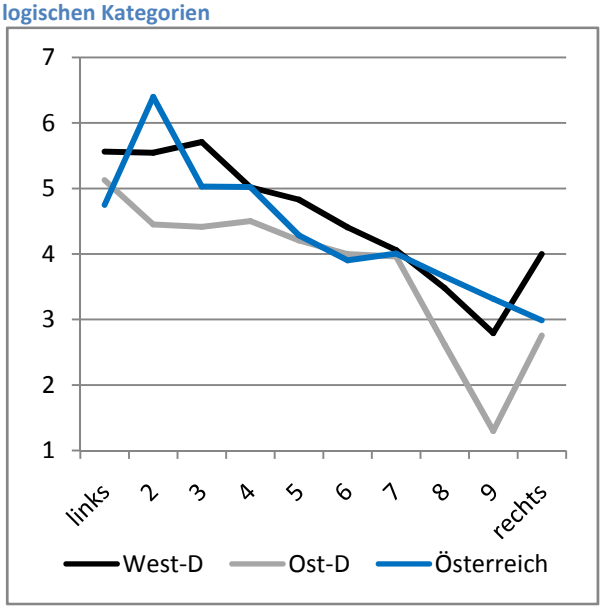


Abbildung 19: Toleranz-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien



Wie die Ergebnisse der Korrelationen und des Mittelwertvergleichs in Tabelle 5 zeigen, besteht der mit Abstand stärkste Zusammenhang zwischen toleranten (intoleranten) Einstellungen gegenüber Immigranten und linken (rechten) ideologischen Positionierungen in West-Deutschland. In Österreich ist der Zusammenhang bereits etwas schwächer aber trotzdem immer noch vergleichbar stark wie die Korrelation mit dem sozio-ökonomischen Ge-

[158] Der Proband musste dabei seine Meinung zwischen zwei Aussagen auf einer Skala von „1“ bis „10“ einordnen, wobei der Wert „1“ („10“) jeweils für die folgende Aussage stand: (1) „Zuwanderer nehmen Einheimischen (nicht) die Arbeitsplätze weg“ (2) „Das kulturelle Leben eines Landes wird von Zuwanderern (nicht) unterwandert“ (3) „Zuwanderer verschärfen die Kriminalitätsprobleme (nicht)“ (4) „Zuwanderer belasten die Sozialsysteme eines Landes (nicht)“ (5) „Der Anteil an Zuwanderern wird in Zukunft (nicht) zu einer Bedrohung der Gesellschaft werden“ (6) „Es ist besser für das Wohl einer Gesellschaft, wenn Zuwanderer ihre jeweiligen Bräuche und Traditionen (nicht) beibehalten (, sondern sich an die Bräuche des Landes anpassen)“. Für die Indexbildung wurde das Item (6) recodiert sowie die fehlenden Werte aller Items durch die jeweiligen Item-Mittelwerte ersetzt.

gensatz, welcher in West-Deutschland gerade einmal halb so stark ist wie der Toleranz-Aspekt. Am schwächsten ist der Zusammenhang in Ost-Deutschland, wo das Toleranz-Niveau insgesamt am niedrigsten ist. Mit minimalem Abstand folgt jedoch bereits Österreich, während West-Deutschland bereits mit einem halben Skalenpunkt Abstand über das toleranteste Elektorat verfügt. Aus dem Vergleich der Standardabweichungen lässt sich des Weiteren erkennen, dass sich die Ost-Deutschen in ihren vergleichsweise intoleranten Einstellungen relativ einig sind, während bei den Österreichern, auf insgesamt vergleichbarem Niveau, die Spannweite der unterschiedlichen Einstellungen innerhalb der Population wesentlich größer ist, was wiederum eine höhere Konfliktträchtigkeit induziert. Gleiches gilt auch für West-Deutschland auf insgesamt toleranterem Niveau.

Die detailliertere graphische Darstellung (vgl. Abbildung 19) liefert dabei zu dieser Perspektive ein genaueres Bild: Demnach nimmt in Ost-Deutschland von rechts und von sehr niedrigem Niveau aus, die Toleranz zur ideologischen Mitte hin zwar zunächst stark zu, weist jedoch dann im weiteren Verlauf zur ideologischen Linken nur noch geringe Zuwächse auf (Die Ausreißer der Linien an den ideologischen Rändern seien dabei aufgrund geringer Fallzahlen mit Vorsicht zu interpretieren). In West-Deutschland und Österreich steigen hingegen die Toleranz-Werte auch im ideologisch linken Spektrum weiterhin kontinuierlich an. Das Bedeutet, dass Ost-Deutsche im Gegensatz zu West-Deutschen und Österreichern mit wachsender ideologischer Links-Orientierung nicht mehr wesentlich toleranter werden. So bewegt sich das ideologische Spektrum in Ost-Deutschland hinsichtlich seiner Toleranz zwischen der deutlich linken Position „2“ und der bereits eindeutig rechten Position „7“ innerhalb eines halben Skalenpunktes, während dasselbe ideologische Intervall in West-Deutschland bzw. Österreich zum Vergleich ca. 1,5 bzw. 2,3 Skalenpunkte Toleranzunterschied umfasst. Etwas überspitzt formuliert, könnte man daher von einer Konfliktlinie zwischen Toleranten und Intoleranten in Österreich und West-Deutschland und einer Konfliktlinie zwischen mehr und weniger Intoleranten in Ost-Deutschland sprechen.

Fest steht jedoch damit, dass in allen drei Elektoraten Issues, welche in Verbindung mit Immigranten stehen, aufgrund der starken Verknüpfung mit klar gegensätzlichen gesellschaftlichen Wertevorstellungen erhebliches Konfliktpotenzial in sich bergen. Klar ist jedoch ebenfalls, dass jeweils unter politischen Wettbewerbsgesichtspunkten betrachtet, jene Seite, die hier die autoritäre Richtung vertritt, politisch im Vorteil sein dürfte, da sich die Index-

Mittelwerte selbst bei den eher linken Wählern noch im intoleranten Bereich bewegen. Man muss also einerseits konstatieren, dass die Wahlerfolge der FPÖ in Österreich nicht von ungefähr kommen. Ebenso bedeutet das Nichtvorhandensein einer erfolgreichen rechtspopulistischen Partei in Deutschland nicht, dass es dort auf der Nachfrageseite kein Wählerpotenzial gäbe, da das Gegenteil der Fall ist und zwar insbesondere im Osten der Bundesrepublik. Aber auch wenn man den Westen Deutschlands mit Österreich vergleicht und in die Überlegungen mit einbezieht, dass die aktive Politisierung des Ausländer-Themas in Österreich bereits gut zwei Jahrzehnte andauerte, während in Deutschland keine dauerhafte und gezielte Politisierung solcher Themen durch etablierte politische Akteure stattgefunden hat, ist der mittlere „Toleranz-Vorsprung" West-Deutschlands vor Österreich in Höhe von etwa 0,45 Skalenpunkten auch nicht mehr so enorm.

V.2.5. Der Konflikt zwischen Materialismus und Postmaterialismus

Wie die Ausführungen des Kapitels I.B.2.2.2. im theoretischen Teil dieser Arbeit erläutert haben, ist der Konflikt-Begriff im Zusammenhang mit der „alten" und der „neuen" Politik mehr oder weniger umstritten, da sich die Verfolgung materialistischer und postmaterialistischer Ziele nicht gegenseitig ausschließen. Der Konflikt zwischen Materialismus und Postmaterialismus muss daher – zumindest im Rahmen dieser Arbeit – als Konflikt zwischen Staatszielpräferenzen interpretiert werden – also der Frage, welche Ziele wichtiger sind als andere. Als Indikator mit dem Materialisten und Postmaterialisten identifiziert werden können, wird dabei allgemein der sogenannte Inglehart-Index verwendet[159]. Hierbei gilt: Je höher (niedriger) der Inglehart-Index-Wert, desto postmaterialistischer (materialistischer) die Einstellungen des Befragten.

Der Vergleich der Mittelwerte (vgl. Tabelle 6) zeigt dabei zunächst, dass in West-Deutschland das Niveau postmaterialistischer Einstellungen insgesamt am höchsten und in Österreich am niedrigsten ist.

[159] Zur Ermittlung des Inglehart-Indexes werden die Probanden danach befragt, welches nach Ihrer Meinung das wichtigste sowie das zweitwichtigste Ziel ist, dass im betreffenden Land vorrangig verfolgt werden sollte: (1) „Recht und Ordnung in [Deutschland/Österreich] aufrecht erhalten" (2) „Mehr Einfluss der Bürger auf die Entscheidungen der Regierung" (3) „Kampf gegen steigende Preise" (4) „Das Recht auf Meinungsfreiheit schützen" Hierbei gelten jeweils die Antworten (1) und (3) als materialistisch und die Antworten (2) und (4) als postmaterialistisch. Nennt der Befragte bei beiden Fragen bezüglich der vorrangigen Ziele ein materialistisches (postmaterialistisches) Ziel wird ihm der Index-Wert „1" („4"), welcher ihn als Materialist (Postmaterialist) charakterisiert zugeteilt, nennt er hinsichtlich des ersten Staatsziels eine materialistische (postmaterialistische) Kategorie und hinsichtlich des zweiten eine postmaterialistische (materialistische) Kategorie erhält er den Index-Wert „2" („3"), welcher ihn als materialistischen (postmaterialistischen) Mischtypen einstuft.

Tabelle 6: Sozio-kulturelle Konflikte: Materialismus und Postmaterialismus

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Postmaterialismus	**-.091****	-,043	**-.099****
Mittelwert (Standardabweichung)	**2,63** (1,00)	**2,38** (0,99)	**2,27** (1,01)

Abbildung 20: Verteilung von Materialisten und Postmaterialisten (Prozentuale Häufigkeiten)

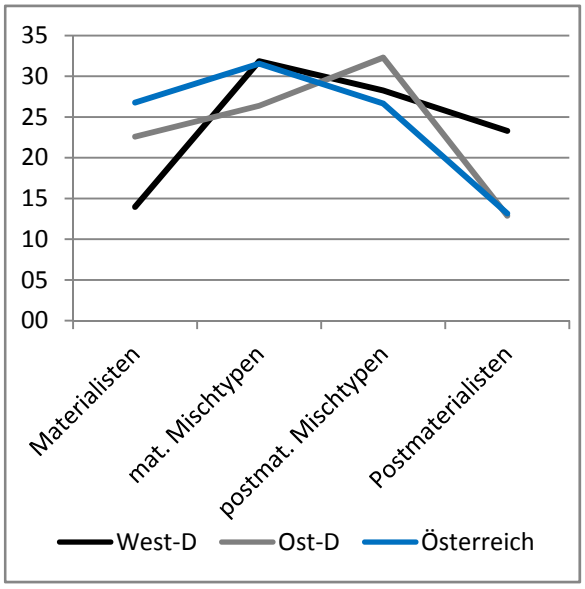
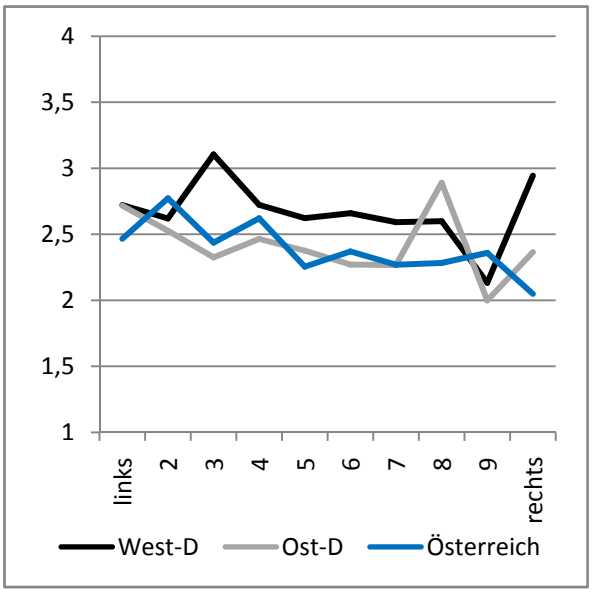


Abbildung 21: (Post-)Materialismus-Mittelwerter der einzelnen ideologischen Kategorien



Die Korrelationen zeigen dabei für alle drei Elektorate in die erwartete Richtung, wonach postmaterialistische (materialistische) Einstellungen eher für sozio-kulturell libertäre (autoritäre) Wertvorstellungen stehen und damit eher ideologisch linke (rechte) Einstellungen begünstigen. Signifikant ist dieser Zusammenhang jedoch nur in West-Deutschland und Österreich, wobei er hinsichtlich der Größe seiner Ausprägung auch hier nicht überragend ist. Die Abbildungen 20 & 21 zeigen dabei zum einen, dass es in West-Deutschland die wenigsten Materialisten gibt, diese sammeln sich jedoch scheinbar im weit rechten (aber nicht ganz rechten) Spektrum, während die meisten Postmaterialisten sich wiederum ziemlich links (aber auch nicht ganz links) akkumulieren. Von der Mitte bis weit nach rechts unterscheiden sich hingegen die Wähler in allen drei Elektoraten kaum hinsichtlich ihrer (post-) materialistischen Einstellungen.

Alles in Allem lässt sich daher vom Inglehart-Index und damit von materialistischen und postmaterialistischen Wertvorstellungen ein bestenfalls geringer Einfluss auf die allgemeine Interpretation der ideologischen Dimension in allen drei Populationen erwarten.

V.2.6. Der Konflikt zwischen Ökonomie und Ökologie

Der Konflikt über die Frage, ob Umweltschutz über ökonomische Interessen gestellt werden soll oder umgekehrt, birg – wie bereits eingangs geschildert – die Problematik, dass hier ein sozio-ökonomischer Antagonist einem Sozio-kulturellem gegenübergestellt wird. Ebenso findet sich im Datensatz kein konkretes Item, mit dem speziell dieser Gegensatz direkt gemessen werden könnte. Wohl jedoch lässt sich die Einstellung zum Umweltschutz allgemein messen und damit auch der Zusammenhang zwischen einem mehr oder weniger großen Umweltbewusstsein und der persönlichen ideologischen Verortung. Nach dem Vorbild des Sozioökonomie- Familien- und Toleranzindexes, wurde dafür zunächst auch hier ein Index aus sieben Items gebildet, die sich einerseits auf abstrakte Einstellungen zur Ökologie beziehen und andererseits zumindest indirekt auch einen mehr oder weniger deutlichen Trade-Off zum ökonomischen Implikationen beinhalten[160]. Gemäß der Codierung kann dieser Index dabei Werte zwischen „1“ und „4“ annehmen, wobei ein niedriger (hoher) Index-Wert eine hohe (niedrige) Ökologiepräferenz bzw. ein hohes Umweltbewusstsein signalisiert. Wertmäßig zählt Umweltschutz bzw. eine Ökologiepräferenz gemäß den theoretischen Ausführungen der Kapitel I.B.2.2. & I.B.3. sowie den Vorüberlegungen in Kapitel IV.2. zu den sozio-kulturell libertären Einstellungen. Dementsprechend werden ein geringes Umweltbewusstsein bzw. Einstellungen, welche sich eher zugunsten der ökonomischen Implikationen auslegen lassen als autoritäre Orientierungen gewertet.

Betrachtet man zunächst den Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 7), so zeigt sich zunächst, dass das Niveau ökologischer Orientierungen sich zwischen den drei Elektoraten nicht dramatisch unterscheidet und auch in seiner Verteilung (vgl. Abbildung 22) praktisch identisch ist. Ebenso deuten die geringen Standardabweichungen an, dass die diesbezüglichen Einstellungen innerhalb der drei Wahlgebiete auch nicht weit auseinander liegen, was auf einen relativen gesellschaftlichen Konsens hindeutet.

[160] Es wurde dabei nach der (vollständigen) Zustimmung bzw. (vollständigen) Ablehnung auf die folgenden Aussagen gefragt: (1) „Ich würde auf einen Teil meines Einkommens verzichten, wenn ich sicher sein könnte, dass dieses Geld dazu verwendet wird, Umweltschutz zu verhindern (2) „Wir erreichen die Obergrenze an Menschen, die die Erde ernähren kann“ (3) „Wenn Menschen in die Natur eingreifen, hat dies oft katastrophale Folgen“ (4) „Menschlicher Erfindungsreichtum wird sicherstellen, dass die Erde bewohnbar bleibt“ (5) „Das Gleichgewicht der Natur ist stark genug, um mit den Einflüssen moderner Industrienationen fertig zu werden“ (6) „Die Menschen sind dazu bestimmt, über die Natur zu herrschen“ (7) „Wenn es so weitergeht wie bisher, werden wir bald eine große ökologische Katastrophe erleben“. Die Items (4), (5) und (6) wurden entsprechend recodiert und bei allen Items wurden die fehlenden Werte durch die jeweiligen Item-Mittelwerte ersetzt.

Tabelle 7: Sozio-kulturelle Konflikte: Ökologie versus Ökonomie

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich
Links-Rechts-Einstufung * Umweltschutz	**.142****	,047	**.086****
Mittelwert (Standardabweichung)	**2,18** (0,44)	**2,20** (0,43)	**2,16** (0,42)

Abbildung 22: Verteilung ökologischer Einstellungen (Prozentuale Häufigkeiten der auf 0,5 gerundeten Indexwerte

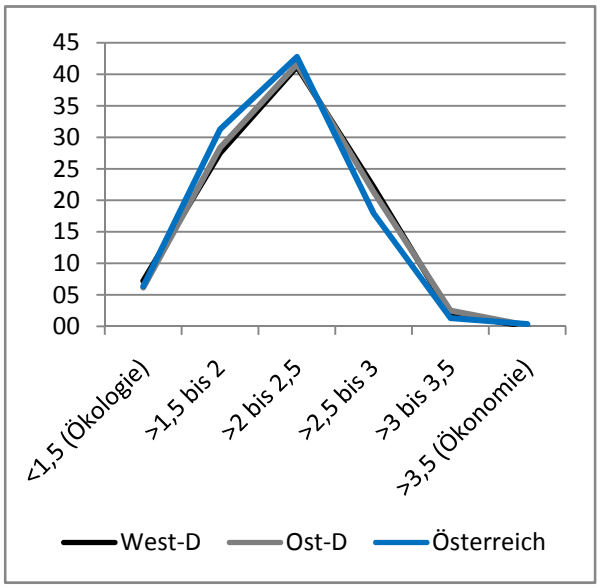
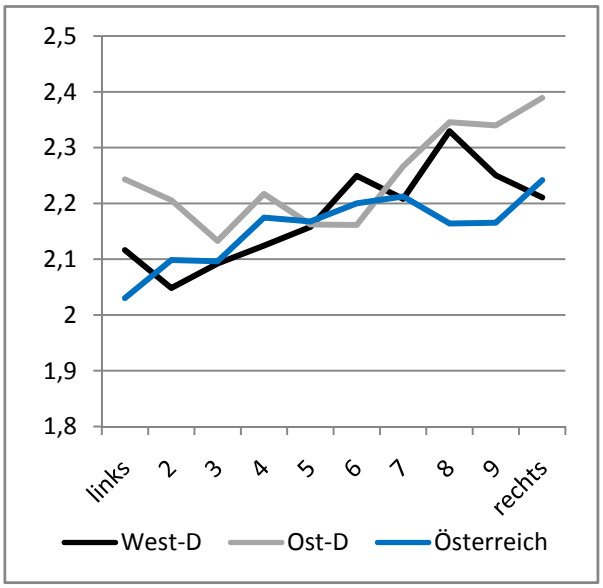


Abbildung 23: Ökologische Einstellungen der einzelnen ideologischen Kategorien



Ideologisch verknüpft ist das Thema dabei insbesondere in West-Deutschland, wo sich die mit Abstand stärkste Korrelation zwischen ideologischen Einstellungen und ökologischen Werteorientierungen zeigt. In Österreich ist der Zusammenhang bereits wesentlich schwächer und in Ost-Deutschland ist er nicht einmal mehr signifikant. Alle Korrelationen weisen jedoch grundsätzlich in die erwartete Richtung, wonach ökologische Einstellungen eher mit ideologische linken und weniger ökologische bzw. eher ökonomische Orientierungen tendenziell mit rechten ideologischen Einstellungen einhergehen. Schaut man sich die jeweiligen Indexmittelwerte der einzelnen ideologischen Selbsteinstufungen an (vgl. Abbildung 23), so bestätigen sich diese Befunde ziemlich eindeutig. Hinsichtlich des bereits festgestellten geringen Konfliktpotenzials und der geringen ideologischen Verknüpfung ökologischer Themen in Ostdeutschland, lässt sich in der graphischen Darstellung darüber hinaus erkennen, dass sich die Mittelwerte des Umweltbewusstseins der Wählern des linken Spektrums bis in die rechte Mitte hinein weitgehend in einem engen Korridor bewegt, während es erst bei den weiter rechts stehenden Wählern stark abzunehmen scheint. Graphisch entspricht dies

dem starken Anstieg der ostdeutschen Linie ab der ideologischen Position sieben. In Österreich nehmen dagegen die ökologischen Orientierungen innerhalb des linken Spektrums bis zur rechten Mitte zu um ab dann in einen Korridor überzugehen. Lediglich in West-Deutschland ist hier ein weitgehend kontinuierlicher Trend erkennbar, wonach das Umweltbewusstsein von der politischen Mitte ausgehend nach rechts ab- und nach links zunimmt.

Aufgrund der Stärke und der konkreten Ausprägung der ideologischen Verknüpfung würden sich daher ökologische Wertvorstellungen wenn dann in West-Deutschland und Österreich politisieren lassen, da hierbei insbesondere die Ausprägung auf der linken Seite entscheidend ist, da sich hier die Wähler mit dem relativ hohen Umweltbewusstsein verorten. Dementsprechend würde eine diesbezügliche Politisierung in Ost-Deutschland weitgehend verpuffen, da hier die linken Wähler, welche grundsätzlich für ökologische Themen mobilisierbar sein sollten, nicht umweltbewusster eingestellt sind als die Mitte. In der Gegenrichtung zeichnen sich zumindest in beiden Teilen Deutschlands die rechten Wähler implizit durch eher ökonomische Präferenzen aus, welche beispielweise dann mobilisierbar sein, könnten wenn der Umweltschutz beginnt spürbar seine Wirkungen im persönlichen Geldbeutel zu hinterlassen, wobei die Seite der Ökologen immer noch über den Vorteil verfügt, dass ihre Wertvorstellungen affektiv stärker verknüpft und damit besser politisierbar sein sollten als Aspekte der abstrakten persönlichen Konsummöglichkeiten sofern sich diese nicht auf konkrete ökonomische Objekte beziehen, welche wiederum bei einer größeren Gruppe von Personen gleichzeitig über einen hohen intrinsischen Wert (z.B. Auto) bzw. über eine hohe symbolische oder ideologische Bedeutung (Atomkraftwerke) verfügen.

V.2.7. Der Konflikt zwischen Stadt und Land

Der Stadt-Land-Konflikt wird – wie eingangs erläutert – im Rahmen dieser Arbeit weniger als sozio-ökonomischer denn als sozio-kultureller Konflikt eingeordnet. Begründet wurde dies bereits damit, dass im Zuge der Tertiarisierung der Wirtschafts- und Erwerbsstruktur in den Städten *wie* auf dem Land, die strukturellen Grundlagen für einen sozio-ökonomischen Konflikt, bei dem sich letztlich die Angehörigen verschiedener Wirtschaftszweige gegenüber stehen, weitgehend weggebrochen sein sollten. Das heißt, dass Gegensätze zwischen Stadt- und Landbewohnern, wenn dann nicht mehr darin begründet sein sollten, dass der ländliche Raum durch ein agrarisches und die Städte durch ein bürgerliches und/oder ein proletarisches Milieu geprägt sind, welches wiederum auch die Dominanz bestimmter Werteorientie-

rungen und Lebensstile in diesen Gebieten zur Folge hat. Vielmehr sollten sich in der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ (Helmut Schelsky) divergierende Werteorientierungen zwischen Stadt- und Landbewohnern heutzutage einzig von den verschiedenen Lebensstilen ableiten, welche von den entsprechenden Umgebungen hervorgebracht bzw. begünstigt werden. So wird unter anderem davon ausgegangen, dass das individuelle Leben in ländlichen Gebieten sozial weitgehend innerhalb relativ stabiler und homogener sozialer Kontaktkreise verläuft, während das Leben in der Stadt als vergleichsweise anonymer und schnelllebiger angenommen wird. Ebenso sollten die Chancen, mit Personen mit anderem sozialen Hintergrund in Kontakt zu treten, höher sein. Des Weiteren sollte aufgrund der Konzentration von größeren Betrieben mit Angestellten aus dem weiteren regionalen, nationalen oder sogar internationalen Umfeld sowie eine größere Auswahl an Freizeitgestaltungsmöglichkeiten die Wahrscheinlichkeit für Ego erhöhen in einem heterogenen sozialem Nahumfeld zu leben, welches grundsätzlich eher weltoffenere – also libertärere – Einstellungen und Werthaltungen begünstigen sollte, während das „Leben unter sich“ auf dem Land eher Skepsis gegenüber „fremden“ und „unbekannten“ Einflüssen und damit eher der Entwicklung bzw. der Konservierung konservativer bzw. autoritärer Werthaltungen förderlich sein sollte. Ebenso sollte der mutmaßlich unterschiedliche Grad an Umweltbelastung zwischen Stadt und Land in unterschiedlichem Ausmaß zur Entwicklung ökologischer Einstellungen beitragen. Gleiches würde für Aspekte wie Kriminalität hinsichtlich der Entwicklung von „Law-and-Order“-Präferenzen gelten oder die (Nicht-)Existenz sozialer Brennpunkte hinsichtlich der Entwicklung des sozialen Gerechtigkeitsempfindens. Im Gegensatz zu den bisher behandelten Konflikten geht es beim Stadt-Land-Konflikt daher nicht um einen Gegensatz bezüglich eines konkreten Wertegegensatzes sondern um den Gegensatz zwischen bestimmten Wertebündeln, -Mustern bzw. -Kombinationen, welche jeweils systematisch verschieden auf dem Land bzw. in den Städten vorherrschend sein sollten. Welche Werteorientierungen dabei konkret und tatsächlich in Abhängigkeit von der Wohnortgröße[161] variieren zeigt die nachfolgende Tabelle 8.

[161] Die Kategorien des Indikators für die Wohnortgröße lauteten dabei (ursprünglich) wie folgt: „1“ = „unter 2.000 Einwohner“, „2“ = „2.000 -5.000 Einwohner“, „3“ = „5.000 -10.000 Einwohner“, „4“ = „10.000 – 20.000 Einwohner“, „5“ = „20.000 – 50.000 Einwohner“, „6“ = „50.000 – 100.000 Einwohner“, „7“ = „100.000 – 500.000 Einwohner“ und „8“ = „über 500.000 Einwohner“. Da in West- wie Ost-Deutschland die Kategorie 8 nicht besetz war und sich sogar die Berliner, welche nun offenkundig in einer Millionenstadt leben, komplett in die Kategorie „7“ einsortierten, wurde daraus die Konsequenz gezogen, auch für Österreich die Kategorien „7“ und „8“ der Vergleichbarkeit halber zusammenzufassen.

Tabelle 8: Ortsgröße und Werteorientierungen

Korrelation nach Pearson	West-Deutschland	Ost-Deutschland	Österreich	
Links-Rechts-Einstufung	**-.166****	**-.088****	**-.109****	°Hinweis zur Codierung der Struktur- bzw. (potenziellen) Moderator-Variablen: 1. Bildung: Niedriger (hoher) Wert = niedrige (hohe) formale Bildung; 2. Politisches Interesse: Niedriger (hoher) Wert = hohes (geringes) politisches Interesse; 3. Haushaltseinkommen: Niedriger (hoher) Wert = niedriges (hohes) Haushaltseinkommen; 4. Geschlecht: (1) = Mann & (2) = Frau.
Sozioökonomie-Index	**.061***	-,005	**.111****	
Kirchgang	**.199****	**.138****	**.193****	
Katholisch-Evangelisch	**.112****	-,055	**.100****	
Familienindex	**-.179****	**-.183****	**-.133****	
Toleranz-Index	**.093****	**.099****	**.206****	
Inglehart-Index	,035	,039	**.096****	
Umwelt-Index	**-.132****	-,047	,022	
Bildung°	**.064***	**.113****	**.132****	
Politisches Interesse°	-,029	**-.121****	**-.066****	
Haushaltseinkommen°	-,041	,023	**-.086****	
Geschlecht°	,023	,016	-,033	
Geburtsjahr°	**.085****	**.073***	**.148****	
Mittelwert (Ortsgröße)	**4,27**	**3,86**	**3,84**	
(Standardabweichung)	(1,80)	(1,89)	(2,34)	

Abbildung 24: Stadt-Land-Verteilung der Populationen (Prozentuale Häufigkeiten)

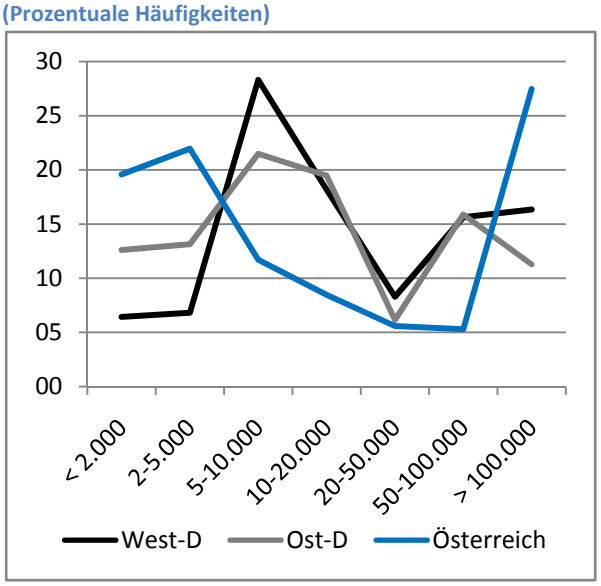
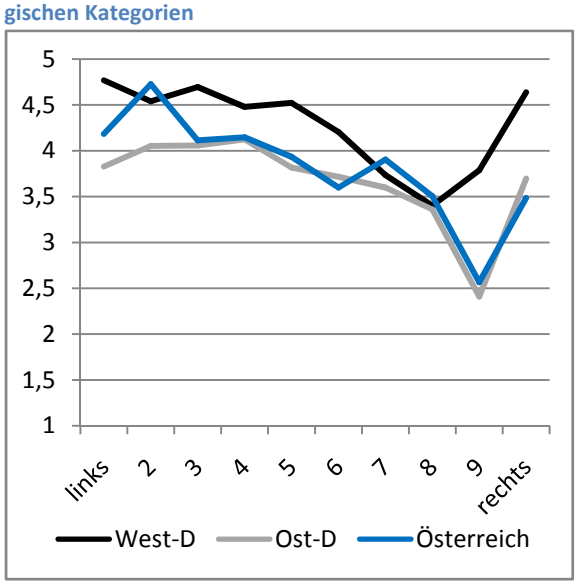


Abbildung 25: Mittlere Ortsgrößen der einzelnen ideologischen Kategorien



Demnach sind die Wähler zunächst in den drei Elektoraten umso religiöser und hinsichtlich ihrer Geschlechterrollen- und Familienbilder umso konservativer eingestellt, je kleiner ihre Wohngemeinde ist. In West-Deutschland und Österreich sind zudem die Menschen in den kleineren Gemeinden eher katholisch als protestantisch und eher marktwirtschaftlich als wohlfahrtsstaatlich eingestellt. Ebenso sind in allen drei Elektoraten die Städter toleranter als die Menschen vom Lande, wobei hier der Zusammenhang in Österreich gut doppelt so stark ist wie in beiden Teilen Deutschlands. Zudem besteht in Österreich ein signifikanter Zusammenhang, nachdem die Stadtbewohner auch postmaterialistischer sind, während ein-

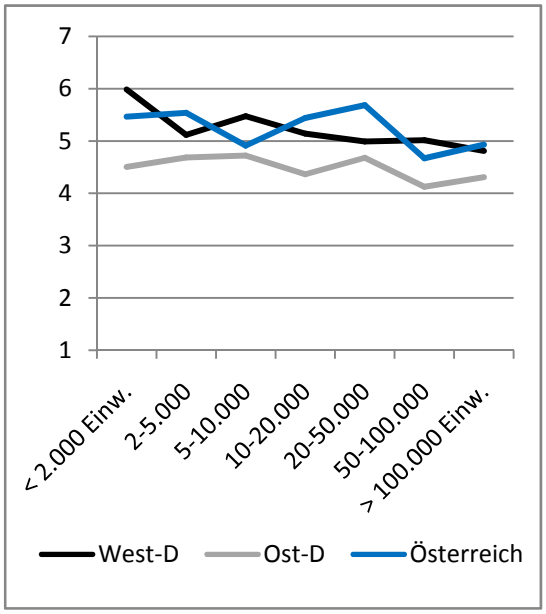
zig in West-Deutschland die Städter in starkem und signifikantem Umfang ökologischer eingestellt sind. Grundsätzlich bestätigen sich also die Annahmen nach denen ein ländliches Wohnumfeld eher autoritäre und ein urbanes Wohnumfeld eher libertäre Werteorientierungen hervorbringt. Bezogen auf die ideologischen Einstellungen ergibt sich daraus in allen drei Wahlgebieten ein signifikanter Zusammenhang mit der Wohnortgröße. Demnach tendieren die Wähler umso stärker ideologisch nach links, je urbaner sich ihr Wohnumfeld darstellt. Am deutlichsten ist dabei der Zusammenhang in West-Deutschland, dessen Wahlgebiet bei diesem Vergleich im Mittel am urbansten strukturiert ist (vgl. Tabelle 8 unten). Im trotzdem insgesamt vergleichsweise ländlich strukturierten Österreich ist der Zusammenhang zwischen Ortsgröße und ideologischen Einstellungen dabei immer noch vergleichsweise stark, während er in Ost-Deutschland gerade einmal noch halb so groß ist, wie im Westen. Die Abbildung 25 verdeutlicht diesen Zusammenhang noch einmal. Wie sich jedoch bereits bei der Untersuchung zahlreicher einzelner Wertegegensätze gezeigt hatte, lässt sich auch hier bei den Wählern, die sich sehr weit rechts positionieren ein deutlicher Trendbruch verzeichnen. Demnach werden zwar in allen drei Elektoraten die Wählerschaften im Durchschnitt umso ländlicher, je weiter sie sich ideologisch rechts einordnen. Betrachtet man doch mit der gebotenen Vorsicht (Fallzahlen!) die ideologischen Kategorien „9“ und „10“ in West-Deutschland sowie nur die „10“ in Ost-Deutschland und Österreich, so deutet sich einheitlich an, dass die Wähler der extremen Rechten wieder vermehrt in den größeren Städten anzutreffen sind – also dort wo in der Regel beispielsweise auch mehr Ausländer leben. Größere Städte begünstigen daher wohl nicht nur libertärere und damit ideologisch linke Einstellungen sondern auch die extremsten rechten Einstellungen, was wiederum auf unterschiedliche Milieus in den Städten zurück geführt werden könnte, welche aufgrund der unterschiedlichen sozialen Zusammensetzung verschiedener Stadtviertel sowohl zur Kultivierung libertärer (z.B. in „Studenten- oder Szenebezirken“) als auch zur Generierung autoritärer Einstellungen („Soziale Brennpunkte[162]“) beitragen könnten.

Dies ändert jedoch insgesamt nichts daran, dass auch in West-Deutschland die mittleren ideologischen Einstellungen der einzelnen Wohnortgrößen umso „linker“ werden, je größer die jeweilige Einwohnerzahl ist (vgl. Abbildung 26). Für Ost-Deutschland gilt auf insgesamt linkerem ideologischem Niveau und mit dem bereits anhand der Korrelation erwarteten fla-

[162] Gemeint sind hierbei Stadtteile mit hohem Ausländeranteil und/oder hohen Kriminalitätsraten und/oder hohem Anteil an Arbeitslosen/Sozialhilfeempfängern.

cheren Verlauf dasselbe. Warum sich trotz des mehrfach geschwungenen Verlaufs der österreichischen Kurve trotzdem eine vergleichsweise hohe Korrelation ergibt ist dagegen etwas erklärungsbedürftig: Da etwa die Hälfte der österreichischen Bevölkerung in Ortschaften bis 10.000 Einwohnern sowie knapp ein weiteres Drittel in Städten mit über 100.000 Einwohnern lebt während die deutsche Wohnbevölkerung mehrheitlich in kleinen und mittleren Städten beheimatet ist (vgl. Abbildung 24), fällt der „Buckel“ über die mittleren Ortsgrößen-Kategorien bei der Korrelation nicht sonderlich ins Gewicht.

Abbildung 26: Mittlere ideologische Einstellungen der verschiedenen Ortsgrößen



Insgesamt lässt sich daher durchaus konstatieren, dass urbane bzw. rurale Umgebungen in gewissem Maße gegensätzliche Wertemuster begünstigen, welche sich dann auch in einer tendenziell differierenden ideologischen Positionierung zwischen Stadt- und Landbewohnern niederschlägt.

VI. Überprüfung der Konsistenz ideologischer Einstellungen

Damit ein zwei-dimensionaler Politikraum nun auf eine ideologische Achse verengt werden kann, ist es von zentraler Bedeutung, dass die verschiedenen Werteorientierungen bzw. Konflikt-Dimensionen eine gewisse Widerspruchsfreiheit aufweisen. Im Idealfall müssten also gemäß den Erwartungen über das Verhältnis der beiden Wertedimensionen mit den ideologischen Einstellungen (vgl. Kapitel IV.1.) (1) bei allen in Kapitel V.2. behandelten sozio-kulturellen Indikatoren jeweils die autoritären (libertären) Positionen mit einander positiv korrelieren (2) müssten alle autoritären (libertären) Positionen mit den marktwirtschaftlichen (wohlfahrtsstaatlichen) Orientierungen des sozio-ökonomischen Indikators aus Kapitel V.1. positiv korrelieren und (3) müssten alle autoritären und marktwirtschaften (libertären und wohlfahrtsstaatlichen) Orientierungen mit ideologisch rechten (linken) ideologischen Einstellungen positiv korrelieren. Inwieweit dies auf die drei untersuchten Elektorate zutrifft, geben die folgenden drei „Konsistenztabellen“ Auskunft.

Tabelle 9: Konsistenztabelle 1.a. für West-Deutschland

	Links-Rechts-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Toleranz-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familien-Index
Links-Rechts-Einst.	1	**-.166****	**-.091****	**-.176****	**-.323****	**-.164****	**-.103****	**.142****	**.236****
Ortsgröße	-.166**	1	,035	**.061***	**.093****	**.199****	**.112****	**-.132****	**-.179****
Inglehart-Index	-.091**	,035	1	**.063***	**.153****	**.166****	,044	-,034	**-.229****
Sozioökonomie-Index	-.176**	.061*	.063*	1	**.125****	**.121****	**.122****	**-.102****	**-.070***
Toleranz-Index	-.323**	.093**	.153**	.125**	1	,025	**.106****	-,058	**-.298****
Kirchgang	-.164**	.199**	.166**	.121**	,025	1	**.197****	,014	**-.329****
Konfession Kath.-Ev.	-.103**	.112**	,044	.122**	.106**	.197**	1	,029	**-.151****
Umwelt-Index	.142**	-.132**	-,034	-.102**	-,058	,014	,029	1	**.142****
Familien-Index	.236**	-.179**	-.229**	-.070*	-.298**	-.329**	-.151**	.142**	1

Tabelle 10: Konsistenztabelle 1.b. für Ost-Deutschland

	Links-Rechts-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Toleranz-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familien-Index
Links-Rechts-Einst.	1	**-.088****	-,043	**-.191****	**-.244****	**-.113****	-,096	,047	**.157****
Ortsgröße	-.088**	1	,039	-,005	**.099****	**.138****	-,055	-,047	**-.183****
Inglehart-Index	-,043	,039	1	-,007	**.217****	,045	,055	**-.142****	**-.244****
Sozioökonomie-Index	-.191**	-,005	-,007	1	**-.098****	,056	,058	**-.140****	**-.165****
Toleranz-Index	-.244**	.099**	.217**	-.098**	1	**-.117****	-,045	-,047	**-.083****
Kirchgang	-.113**	.138**	,045	,056	-.117**	1	,120	,024	**-.207****
Konfession Kath.-Ev.	-,096	-,055	,055	,058	-,045	,120	1	-,073	-,021
Umwelt-Index	,047	-,047	-.142**	-.140**	-,047	,024	-,073	1	**.156****
Familien-Index	.157**	-.183**	-.244**	-.165**	-.083**	-.207**	-,021	.156**	1

Tabelle 11: Konsistenztabelle 1.c. für Österreich

	Links-Rechts-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Toleranz-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familien-Index
Links-Rechts-Einst.	1	**-.109****	**-.099****	**-.281****	**-.287****	**-.095****	-,025	**.086****	**.259****
Ortsgröße	-.109**	1	**.096****	**.111****	**.206****	**.193****	**.100****	,022	**-.133****
Inglehart-Index	-.099**	.096**	1	**.061***	**.312****	**.095****	-,015	-,032	**-.184****
Sozioökonomie-Index	-.281**	.111**	.061*	1	**.261****	**.059***	,017	**-.112****	**-.083****
Toleranz-Index	-.287**	.206**	.312**	.261**	1	-,008	,028	,050	**-.215****
Kirchgang	-.095**	.193**	.095**	.059*	-,008	1	**.145****	-,044	**-.338****
Konfession Kath.-Ev.	-,025	.100**	-,015	,017	,028	.145**	1	-,008	**-.076****
Umwelt-Index	.086**	,022	-,032	-.112**	,050	-,044	-,008	1	,015
Familien-Index	.259**	-.133**	-.184**	-.083**	-.215**	-.338**	-.076**	,015	1

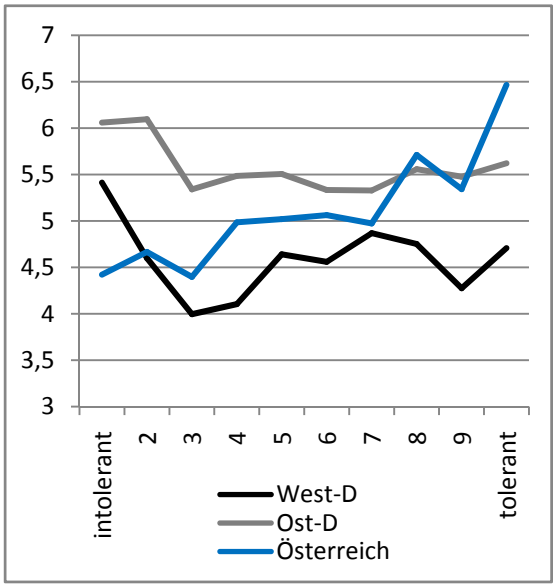
In West-Deutschland zeigt sich dabei ein – gemessen an den Erwartungen – nahezu perfekt konsistentes Verhältnis der einzelnen Werte zueinander und zur ideologischen Links-Rechts-Achse. Lediglich der minimale Zusammenhang zwischen Konfession und Ökologie zeigt in die „falsche“ Richtung (daher rot unterlegt; vgl. Tabelle 9). Ansonsten korrelieren jedoch bei allen anderen Werteorientierungen – unter Beachtung der jeweiligen Codierung – jeweils die

als autoritär (Intoleranz gegenüber Ausländern, katholische Konfessionszugehörigkeit, hohe Kirchgangs-Frequenz, geringes Umweltbewusstsein, ländlicher Wohnort und Materialismus) bzw. libertär (Toleranz gegenüber Ausländern, evangelische Konfession, geringe Kirchgangs-Frequenz, hohes Umweltbewusstsein, urbaner Wohnort und Postmaterialismus) definierten Polen positiv miteinander. Ebenso korrelieren alle sozio-kulturell autoritären bzw. libertären Einstellungen (wiederum unter Beachtung der Codierung) positiv mit marktwirtschaftlichen bzw. wohlfahrtsstaatlichen sozio-ökonomischen Einstellungen. Des Weiteren weisen alle sozio-kulturellen Einzelindikatoren jeweils mit ihren autoritären Polen ideologisch gemeinsam mit der sozio-ökonomisch marktwirtschaftlichen Einstellung nach rechts und dementsprechend mit ihren libertären Polen sowie der sozio-ökonomisch wohlfahrtsstaatlichen Orientierung ideologisch nach links. Für West-Deutschland lässt sich daher problemlos der zweidimensionale politische Raum auf eine ideologische Dimension, welche zwischen wohlfahrtsstaatlich-libertären Wertorientierungen auf der linken und marktwirtschaftlich-autoritären Werteorientierungen auf der rechten Seite differenziert, komprimieren.

In Ost-Deutschland werden zunächst die „falschen" Korrelationen zwischen den einzelnen Werteorientierungen zahlreicher (vgl. rot unterlegte Korrelationen in Tabelle 10). In den meisten Fällen ist dies jedoch entweder aufgrund der Größenordnung (vgl. ebd.: Korrelation zwischen Sozioökonomie und Ortsgröße bzw. Inglehart-Index) bzw. aufgrund der spezifischen Relevanz eines Indikators im jeweiligen Elektorat (hier: den Zusammenhängen zwischen Ortsgröße bzw. Toleranz mit der Konfession im weitgehend atheistischen Osten Deutschlands) nicht weiter dramatisch. Bedeutend ist jedoch *eine* inkonsistente Korrelation deren (politische) Implikationen uns in den folgenden Kapiteln noch öfters begegnen und beschäftigen werden: Gemeint ist die Erkenntnis, dass in Ost-Deutschland intolerante Einstellungen gegenüber Immigranten mit wohlfahrtsstaatlichen statt mit marktwirtschaftlichen sozio-ökonomischen Einstellungen korrelieren. Zudem gehen hier intolerante Einstellungen ebenso signifikant mit säkularen (bzw. atheistischen) Orientierungen einher. Bezogen auf die ideologische Links-Rechts-Dimension zeigen jedoch auch diese Indikatoren wiederum ein konsistentes Bild, wonach sowohl hinsichtlich des Toleranz-Aspekts, der Kirchennähe sowie sozioökonomischen Orientierungen die jeweils autoritären bzw. marktwirtschaftlichen Einstellungen mit ideologisch rechten und die jeweils libertären bzw. wohlfahrtsstaatlichen Einstellungen mit ideologisch linken Positionierungen einhergehen.

Zusammengenommen deuten diese Befunde zunächst einmal an, dass Ostdeutschland entweder bestimmte Wählergruppen bzw. -Typen hinsichtlich ihrer ideologischen Positionierung Prioritäten setzen müssen zwischen ihren wohlfahrtsstaatlichen (und damit nach *allgemeiner* ideologischer Auffassung „linken“) Einstellungen einerseits und ihren gleichzeitig intoleranten (und damit nach *allgemeiner* ideologischer Auffassung „rechten“) Einstellungen anderseits und sich deswegen bei ihrer persönlichen Lins-Rechts-Positionierung entweder nach Maßgabe ihrer sozio-ökonomischen oder ihrer sozio-kulturellen Einstellungen kategorisieren. In der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 27) bestätigt sich diese Vermutung insoweit, als dass insbesondere die intolerantesten Kategorien über die größten wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen verfügen, während sich nach einem drastischen Sprung ab der Toleranz-Kategorie „3“ auch in Ost-Deutschland – wenn auch sehr flach – der „normale“ Trend, also eine Korrelation zwischen Toleranz und Wohlfahrtsstaat, beginnt. In West-Deutschland zeigt sich zum Vergleich bei den intolerantesten Kategorien derselbe abweichende Zusammenhang, da jedoch hier ab der Toleranzkategorie „3“ ein deutlicher Trend in der erwarteten Richtung einsetzt, kommt es hier insgesamt trotzdem zu der erwarteten Richtung der Korrelation. Zweifellos und ungebrochen ist dagegen der Zusammenhang zwischen Toleranz und Wohlfahrtsstaat bzw. Intoleranz und Marktwirtschaft in Österreich.

Abbildung 27: Sozioökonomie-Mittelwerte der einzelnen Toleranz-Kategorien



Interessant im Hinblick auf die parteipolitischen Implikationen sind diese Zusammenhänge allemal, zeigen sie doch zum Einen dass rechtsradikale Parteien mit ihrer Programmatik, welche einerseits intolerante und andererseits wohlfahrtsstaatliche Orientierungen anspricht, insbesondere im (bereits allgemein wohlfahrtsstaatlich orientierten) Osten Deutschlands eine hierzu passende Kundschaft erwarten können, womit sich auch deren gelegentlichen Wahlerfolge dort erklären lassen. In West-Deutschland zeigt sich dieses abweichende Wertemuster bei den intolerantesten beiden Kategorien zwar grundsätzlich auch, jedoch erstens auf wesentlich marktwirtschaftlicherem Niveau und zweitens bezogen auf eine klei-

nere Teilpopulation. Drittens beginnt ab der dritten Toleranzstufe ein deutlicher Trend in Richtung des erwarteten Zusammenhangs aus Intoleranz und Marktwirtschaft bzw. Toleranz und Wohlfahrtsstaat. Rechtsradikale Parteien treffen hier also erstens auf eine relativ kleinere Gruppe potenzieller Wähler unter den intolerantesten Kategorien während sie zweitens – vermutlich durch ihre wohlfahrtsstaatlichen sozioökonomischen Ausrichtungen – die ansonsten stark marktwirtschaftlich orientierten intoleranten Wähler in den Kategorien ab Position „3“ wirksam abschrecken. Ebenso bedeutet jedoch der positive Zusammenhang zwischen marktwirtschaftlichen sozio-ökonomischen und sozio-kulturell autoritären Einstellungen jenseits des eben beschriebenen Ausnahmefalls auch, dass zumindest in West-Deutschland die FDP politisch eigentlich sub-optimal – wenn nicht sogar fehl – positioniert ist , da sie höchstwahrscheinlich Wähler mit einer Vorliebe für eine marktwirtschaftlich ausgerichtete Wirtschafts- und Sozialpolitik mit ihrer eher libertär ausgerichteten Gesellschaftspolitik abschreckt et vice versa.

Für Österreich zeigt die Konsistenztabelle zwar auch eine „rote Flecken“, hierbei handelt es sich jedoch allesamt um betragsmäßig kleine und insignifikante Zusammenhänge. Man kann daher für Österreich insgesamt und gemessen an den Erwartungen ein gesamtgesellschaftlich konsistentes Wertesystem diagnostizieren, da sowohl alle sozio-kulturell autoritären bzw. libertären Werteorientierungen – sofern signifikant – positiv (1) miteinander als auch (2) mit den marktwirtschaftlich bzw. wohlfahrtstaatlich sozio-ökonomischen Einstellungen korrelieren. Ebenso bildet auch in Österreich die ideologische Links-Rechts-Achse ein Kontinuum ab, welches zwischen wohlfahrtsstaatlich-libertären Einstellungen auf der linken und marktwirtschaftlich-autoritären Einstellungen auf der rechten Seite differenziert (vgl. Tabelle 11).

Im nächsten Untersuchungsschritt gilt es nun herauszufinden, welche der bis hierher behandelten Werte-Indikatoren aus multivariater Perspektive nun effektiv den stärksten Einfluss auf die allgemeine Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Achsen in Deutschland und Österreich ausüben. Es gilt also zunächst einmal zu berücksichtigen, dass – wie die Konsistenztabellen gezeigt haben – die meisten Werteindikatoren untereinander zum Teil sehr stark korrelieren, was natürlich in vielen Fällen wiederum auch die Möglichkeit einschließt, das bestimmte Aspekte von mehreren Indikatoren erfasst werden bzw. dass bestimmte Wertvorstellungen wiederum von anderen Werteorientierungen moderiert werden. So wur-

de bereits exemplarisch darauf eingegangen, dass zum Beispiel konservative Familienbilder auch bzw. zum Teil das Ergebnis der katholischen Konfessionszugehörigkeit und/oder der einer hohen Kirchennähe sein könnten. Mit der Bestrebung diese Effekte weitgehend auszublenden und somit die wichtigsten bzw. dominantesten Werteorientierungen, welche der ideologischen Dimension ihre Bedeutung verleihen, „herauszufiltern“ wurde im nächsten Schritt für jedes Elektorat ein lineares Regressionsmodell gerechnet, welches die einzelnen Indizes auf die ideologische Links-Rechts-Positionierung regrediert. Die Berechnung erfolgte dabei nach der Methode des schrittweisen Einschlusses der jeweils stärksten Prädiktoren in das Modell[163].

Tabelle 12: Regressionsmodell 1: Werteindizes

Modell	West-Deutschland			Ost-Deutschland			Österreich		
	Indikator	Beta	R^2	Indikator	Beta	R^2	Indikator	Beta	R^2
1	Toleranz	-0,323	0,104	Toleranz	-,244	0,060	Toleranz	-,287	0,082
2	Toleranz	-0,319	0,129	Toleranz	-,265	0,106	Toleranz	-,229	0,128
	Kirchgang	-0,156		Sozioökonomie	-,218		Sozioökonomie	-,221	
3	Toleranz	-0,312	0,144				Toleranz	-,188	0,167
	Kirchgang	-0,158					Sozioökonomie	-,215	
	Umwelt	0,126					Familie	,201	
4	Toleranz	-0,299	0,156				Toleranz	-,194	0,171
	Kirchgang	-0,145					Sozioökonomie	-,206	
	Umwelt	0,116					Familie	,199	
	Sozioökonomie	-0,110					Umwelt	,069	
5	Toleranz	-0,291	0,164						
	Kirchgang	-0,127							
	Umwelt	0,103							
	Sozioökonomie	-0,108							
	Ortsgröße	-0,094							
6	Toleranz	-0,267	0,170						
	Kirchgang	-0,100							
	Umwelt	0,093							
	Sozioökonomie	-0,110							
	Ortsgröße	-0,087							
	Familie	0,088							

Hierbei zeigen sich insbesondere für West-Deutschland sozio-kulturelle Aspekte (Toleranz, Kirchennähe, Umwelt) als die stärksten Prädiktoren, während der sozio-ökonomische Aspekt erst an vierter Stelle Eingang in das Modell findet (vgl. Tabelle 12). In Ost-Deutschland wurden dagegen bereits nach Inklusion von Toleranz als sozio-kulturellem Aspekt sowie dem

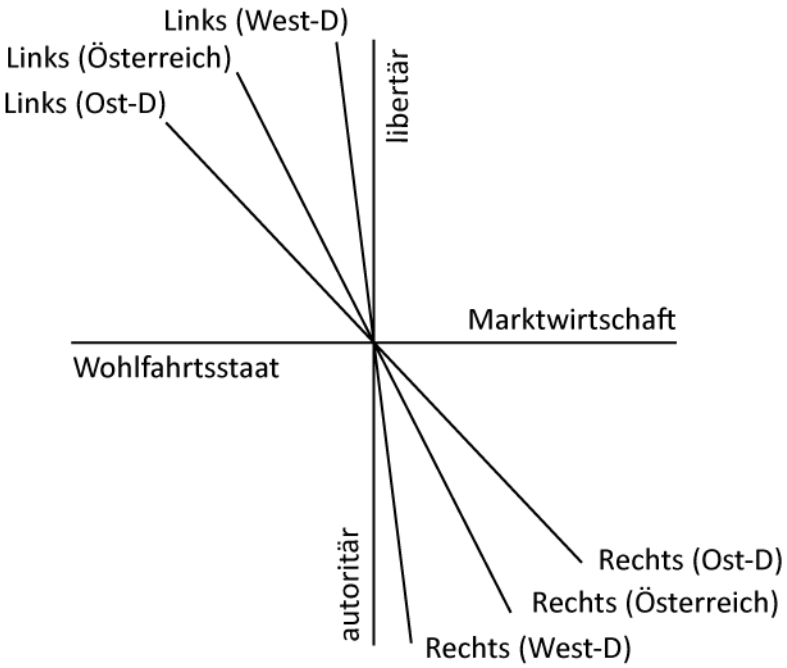
[163] Es wurden dabei jene Variablen in das Modell aufgenommen, deren Signifikanz-Niveau kleiner als 0.05 war, während Variablen deren Signifikanz-Niveau größer als 0.10 waren, ausgeschlossen wurde.

sozio-ökonomischen Gegensatz alle anderen Faktoren weitgehend unbedeutend. In Österreich spielen ebenfalls Toleranz und Sozioökonomie die wichtigste Rolle bei der allgemeinen Interpretation der Links-Rechts-Achse. Hinzu treten hier jedoch auch der Geschlechterrollen- und Familienaspekt mit einem nicht unbedeutenden Varianzaufklärungsbeitrag und minimal noch der Ökologie-Ökonomie-Gegensatz, welcher in West-Deutschland bereits an dritter Position und damit noch vor dem klassischen Sozioökonomie-Konflikt erscheint. Zweitwichtigster Gegensatz in Bezug auf die ideologischen Einstellungen ist demnach in West-Deutschland der Konflikt zwischen religiösen und säkularen Wertvorstellungen. Hierbei muss jedoch stets beachtet werden, dass Protestanten allgemein eine geringere Kirchenbindung aufweisen als Katholiken (vgl. Tabelle 9) und somit der konfessionelle Konflikt im Faktor Kirchgang bereits zum Teil „eingepreist" ist. An fünfter bzw. sechster Stelle hinterlassen in West-Deutschland noch das „Werte-Bündel", welches sich hinter dem Stadt-Land-Konflikt verbirgt, sowie die Familien-Werte kleinere Spuren.

Summa summarum lässt sich daher an dieser Stelle festhalten, dass die ideologischen Links-Rechts-Achsen tatsächlich in allen drei Elektoraten eine mehr oder weniger unterschiedliche allgemeine Bedeutung bei den jeweiligen Wählern haben. Herauszustellen ist dabei insbesondere, dass die ideologische Links-Rechts-Achse keinesfalls als gleichbedeutend mit der sozio-ökonomischen Dimension angesehen werden kann. Legt man beispielsweise den Varianzaufklärungsanteil in obigen Regressionsmodell zugrunde und setzt dabei den Aufklärungsanteil des Sozioökonomie-Indexes ins Verhältnis zu den sozio-kulturellen Aspekten, so beträgt dessen Anteil in West-Deutschland gerade einmal rund 7,1 Prozent (von R^2 im 6. Modell). In Österreich würde dieser Anteil immerhin bereits gut 26,9 Prozent (von R^2 im 4. Modell) betragen und in Ost-Deutschland sogar rund 43,4 Prozent (von R^2 im 2. Modell). Übertragen auf den ursprünglich zwei-dimensionalen politischen Raum (vgl. Kapitel IV.1.) ließe sich dann der Verlauf der jeweiligen ideologischen Links-Rechts-Achsen für Deutschland und Österreich, wie in der Abbildung 28 illustriert, abstrakt darstellen. Auf Basis der im Rahmen dieser Arbeit verwendeten Indikatoren und unter Vernachlässigung der oben erläuterten Inkonsistenzen in Bezug auf Ost-Deutschland (positive Korrelation extremer Sozioökonomie- und Toleranzwerte), würde dies also für die von Elektorat zu Elektorat demnach unterschiedliche allgemeine Interpretation der ideologischen Links-Rechts-Dimension bedeuten, dass wenn sich ein durchschnittlicher West-Deutscher als mehr oder weniger „links" oder „rechts" bezeichnet, er dann bei seinen Überlegungen insbesondere von seinen sozio-

kulturellen Wert- und Zielvorstellungen geleitet wird und deswegen „seine“ ideologische Links-Rechts-Dimension vergleichsweise steil von links-oben nach rechts-unten und damit in einem relativ kleinem (großen) Winkel zur Autoritarismus-Libertarismus- (Sozialismus-Kapitalismus-) Dimension verläuft. Der durchschnittliche Österreicher würde sich dagegen bei seiner ideologischen Selbsteinstufung bereits in wesentlich größerem Ausmaß auch von sozialen und wirtschaftlichen Orientierungen leiten lassen. Seine „Ideologische Kompass-Nadel“ würde daher bereits spürbar flacher verlaufen, als die des West-Deutschen. Beim Ost-Deutschen sind dagegen sozio-ökonomische Gesichtspunkte schon sehr präsent, wenn er an die Begriffe „links“ und „rechts“ denkt, von daher verläuft seine ideologische Orientierung schon ziemlich nahe dem 45-Grad-Winkel von wohlfahrtsstaatlich-libertär in Richtung marktwirtschaftlich-autoritär.

Abbildung 28: Verlauf der ideologischen Links-Rechts-Achsen im politischen Raum



Sofern sich also in Kapitel VIII. die Erwartung bestätigt, dass ideologische Einstellungen das Wahlverhalten im Wesentlichen präjudizieren, würden diese Befunde politisch bedeuten, dass die Bürger in West-Deutschland weitgehend ihren „Frieden mit der Marktwirtschaft“ geschlossen hätten. Diese Erkenntnis hätte wiederum zur Folge, dass insbesondere jene Parteien, welche politisch bisher hauptsächlich von der Politisierung sozio-ökonomischer Gegensätze „gelebt“ haben, sich zukünftig wohl sehr stark auf die imagemäßige Entwicklung und Profilierung ihres sozio-kulturellen „Geschäftsbereich“ konzentrieren müssten, wenn sie nicht zur Klientelpartei degenerieren wollen. Wenn jedoch sozio-ökonomische – und damit materielle – Aspekte für den politischen Wettbewerb weitgehend unbedeutend werden und sich stattdessen die politische Auseinandersetzung vorwiegend um nicht-materialistische Konflikte dreht, bei denen es sich wiederum bei dem Dominantesten um die relativ „neuen“ Konflikte ohne sozialstrukturelle Verankerung handelt wie dem Toleranz-Intoleranz-

Gegensatz, könnte man trotz eines bisher eher unauffälligen Einflusses des Inglehart-Indexes von einer Dominanz post-materialistischer Wertegegensätze im West-Deutschland von heute sprechen, dem Österreich und Ost-Deutschland unter Umständen über die Zeit folgen könnten. Wichtig ist jedoch hierbei, dass wir es in einem solchen Fall nicht mit einem Konflikt zwischen Materialisten und Postmaterialisten zu tun haben wie beispielsweise bei Inglehart sondern dass es sich hier um eine Konfliktstruktur innerhalb der Gruppe der Postmaterialisten handelt, welche möglicherweise in West-Deutschland zwar im Zuge der Generationenfolge mittlerweile die überwältigende Mehrheit des Elektorats stellt und mit ihrer wertbasierten Politiknachfrage den politischen Wettbewerb bestimmt, sich jedoch hinsichtlich ihrer konkreten Werte- bzw. Staatzielpräferenzen anders definiert als Inglehart dies seinerzeit mit seinem Index vorsah. Eine Definition der Postmaterialisten einzig anhand von Partizipationsaspekten, wäre dementsprechend nicht mehr sachgerecht; vielmehr wird wohl eine Differenzierung zwischen autoritären und libertären Postmaterialisten geboten sein.

VII. Geschlechter – und Alterskonflikte in Österreich und Deutschland

Bei der Überprüfung möglicher Geschlechter- oder Alterskonflikte ist – ähnlich wie hinsichtlich der Wohnortgröße im Stadt-Land-Konflikt – darauf zu achten, dass es sich weder beim Geschlecht noch beim Alter per se um eine Werteorientierung handelt! Ähnlich wie beim urbanen bzw. ruralen Wohnumfeld wäre es jedoch grundsätzlich denkbar, dass vom Geschlecht und/oder vom Lebensalter bzw. der Generationenzugehörigkeit ein systematischer Einfluss auf die Herausbildung verschiedener Werteorientierungen ausgehen könnte, was dann wiederum auch zu einer systematisch verschiedenen Selbsteinstufung auf dem ideologischen Links-Rechts-Kontinuum führen und damit am Ende ein Geschlechts- bzw. altersspezifisches Wahlverhalten hervorbringen würde. Empirisch würde sich dies in unterschiedlichen Wähleranteilen der Parteien bei den Angehörigen verschiedener Altersklassen/Generationen/Geburtenjahrgänge bzw. Geschlechter zeigen. Derartige empirische Befunde, welche auch als „Gaps“ bezeichnet werden, bilden dabei im Rahmen entsprechender Untersuchungen meist den Anfangsverdacht für das Vorliegen eines entsprechenden Konflikts. Inwiefern jedoch derartige Konflikte auf der Ebene der kulturellen Prädispositionen überhaupt über eine Grundlage verfügen, soll zumindest für Deutschland und Österreich im Rahmen dieses Kapitels geklärt werden.

VII.1. Geschlechter-Konflikte?

Grundlage für die Annahme eines Geschlechter-Konflikts, welcher sich auch im Wahlverhalten niederschlägt, bildete historisch zunächst der Befund, dass Frauen tendenziell konservativer Wählen als Männer (vgl. z.B. Harrop & Miller 1987: 205; Hofinger & Ogris 1996: 214ff.), was mit deren höherer Lebenserwartung, dem damit verbundenen Alterskonservatimus sowie der bei Frauen stärker ausgeprägten Religiosität begründet wurde (vgl. Norris 2003: 149f.). Ebenso wurden die seltenere Berufstätigkeit von Frauen und die damit verbundene seltenere Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft als Grund angeführt (vgl. Lipset 1960; Blondel 1970; Baxter & Lansing 1983). In neuerer Zeit wird hingegen eher eine Tendenz weiblicher Wähler zu den linken Parteien konstatiert (vgl. z.B. Hofinger & Ogris 1996). Als Gründe hierfür werden dabei für Österreich insbesondere die Abtreibungsdiskussion in den 1970er Jahren sowie Veränderungen auf der politischen Nachfrageseite – namentlich die rechtspopulistische Wende der FPÖ 1986 sowie das Aufkommen der Grünen und des Liberalen Forums angeführt. Hierbei übte insbesondere die FPÖ eine starke Anziehungskraft auf männliche

und die neuen links-liberalen Parteien auf weibliche Wähler aus (ebd.). In West-Deutschland zeigten sich hingegen langfristige Veränderungen im geschlechtsspezifischen Wahlverhalten insbesondere in Form einer Verweiblichung der Grünen Wählerschaft zwischen 1980 und 2005 (vgl. Kaspar & Falter 2007).

Als Gründe, warum Frauen anders wählen sollten als Männer werden in der Theorie sozialisatorische, strukturelle, situationale und biologistische Ansätze angeführt. Biologistische Ansätze implizieren dabei, dass Frauen sich angeborenermaßen altruistischer verhalten als Männer (vgl. Conover 1988; Welch & Hibbing 1992; Gidengil 1995). Situationale Ansätze beziehen sich auf unterschiedliche Themen- und Kandidatenpräferenzen von Männern und Frauen (vgl. z.B. Norris 2003: 156; Reichart-Dreyer 1993: 109; Juhasz 2002) sowie auf asymmetrischen Mobilisierungsaspekte, wonach sich Frauen tendenziell besser von Politikanbietern, welche mit Themen wie Gleichberechtigung oder dem Recht zum Schwangerschaftsabbruch werben, mobilisieren lassen (vgl. Stoper & Johnson 1977; Gillian 1982; Baxter & Lansing 1983; Rusciano 1992: 335). Die strukturelle Variante bezieht sich im Wesentlichen auf den Familien- sowie den Bildungsstand der Frau sowie ihre Umgebung (vgl. Kaspar & Falter 2007: 115f.). Eine wichtige Rolle spielt dabei der Aspekt der ökonomischen Verwundbarkeit der Frauen, welcher eine weibliche Präferenz für Parteien die sich schwerpunktmäßig einer Politik der sozialen Gerechtigkeit, dem Kinderschutz sowie den Frauen verschrieben haben, begünstigt (vgl. Sears & Citrin 1982). In die grundsätzlich selbe Richtung verweisen auch die sozialisatorischen Ansätze, welche dabei zum Einen auf ansozialisierte Geschlechterrollen rekurrieren, die wiederum bestimmte Verhaltensweisen und Prioritäten (z.B. Streben nach physischer und/oder wirtschaftliche Sicherheit bei Müttern und damit auch die Ablehnung von extremistischen Parteien[164]) präjudizieren (vgl. Caroll 1988: 237ff.; Conradt & Dalton 1988; Rusciano 1992: 335; Arzheimer 2005: 416; Falter 1991: 140; Falter 1994: 28ff.; Hofmann-Göttig 1989: 30; anders Stöss 2009) sowie zum Anderen unterschiedliche, ansozialisierte – und damit langfristig stabile – Wertvorstellungen von Männern und Frauen, welche wiederum ein divergierendes Wahlverhalten hervorbringen (vgl. Kaspar & Falter 2007: 115) und damit im Rahmen dieser Arbeit grundsätzlich als überprüfenswert angesehen werden.

[164] Frauen wählen zwar nach Stöss (2009) durchaus auch beispielweise rechtsextreme Parteien. Im Gegensatz zu den Männern tun sie dies jedoch weniger aus Überzeugung für deren Inhalte sondern aus einem Protestmotiv heraus.

Tabelle 13: Geschlecht und Werteorientierungen: Korrelationen

Korrelationen nach Pearson	West-Deutschland Geschlecht	Ost-Deutschland Geschlecht	Österreich Geschlecht
Links-Rechts-Einstufung	-,052	**-.156****	-,038
Inglehart-Index	**-.122****	**-.072***	**-.084****
Sozioökonomie-Index	**.072***	,062	**.069****
Toleranz-Index	,006	,041	-,027
Kirchgang	**-.208****	**-.118****	**-.144****
Konfession	.023	**.164***	-.008
Umwelt-Index	**-.085****	-,052	**-.119****
Familienindex	**-.128****	**-.153****	**-.106****
Land-Stadt	.023	.016	-.033
Bildung	**-.169****	**-.072***	**-.107****
Politisches Interesse	**.182****	**.158****	**.198****
Haushaltseinkommen	**-.101****	**-.067***	**-.151****
Geburtsjahr	-.057	**-.087****	**-.066***

(Kodierung: Geschlecht: 1 = Mann und 2 = Frau; Politisches Interesse: Index mit Extremwerten 1 = sehr hohes und 4 = sehr niedriges politisches Interesse[165]; Bildung: Indikator von 0 = niedrigste bis 6 = höchste formale Bildung[166])

Tabelle 14: Geschlecht und Werteorientierungen: Mittelwertvergleich

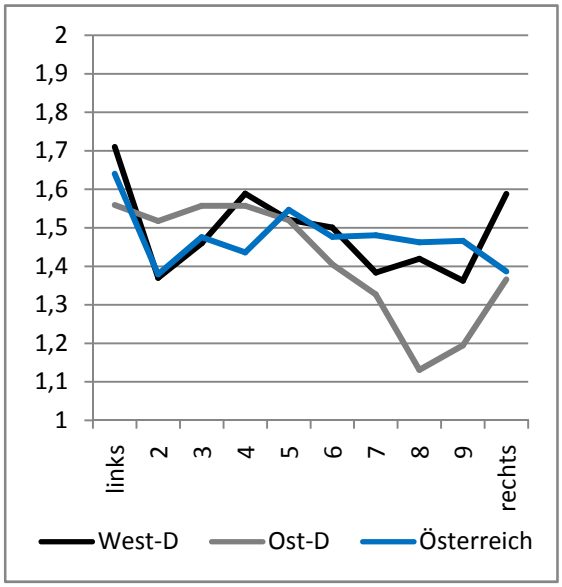
Mittelwerte	West-Deutschland		Ost-Deutschland		Österreich	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen
Links-Rechts-Einstufung	5,29	5,12	4,73	4,21	5,31	5,16
Inglehart-Index	2,75	2,51	2,45	2,31	2,36	2,19
Sozioökonomie-Index	4,36	4,54	5,43	5,60	4,75	4,94
Toleranz-Index	4,68	4,70	4,14	4,27	4,30	4,19
Kirchgang	5,24	4,51	6,33	5,99	5,04	4,49
Konfession	1,46	1,49	1,80	1,91	1,07	1,06
Umwelt-Index	2,22	2,15	2,23	2,18	2,21	2,11
Familienindex	2,32	2,23	2,11	2,00	2,27	2,20
Land-Stadt	4,23	4,31	3,83	3,89	3,92	3,77
Bildung	3,36	3,02	3,44	3,29	3,20	3,00
Politisches Interesse	1,94	2,20	1,88	2,10	2,03	2,33
Haushaltseinkommen	6,75	6,38	5,83	5,61	6,69	6,12
Geburtsjahr	1960	1958	1960	1957	1961	1959

[165] Der Indikator für politisches Interesse wurde aus den folgenden drei Items gebildet: (1) „Wenn Sie mit Freunden zusammen sind, sprechen Sie dann [„1“] öfter oder [„2“] gelegentlich über Politik oder [„3“] nie? (2) „Einmal ganz allgemein gesprochen, interessieren Sie sich für Politik?“ „1“ = „interessiert mich sehr“, „2“ = „interessiert mich etwas“, „3“ = „interessiert mich kaum“, „4“ = „interessiert mich gar nicht“ (3) „Wie häufig ungefähr verfolgen Sie politische Nachrichten im Radio, im Fernsehen oder in der Zeitung?“ „1“ = „Täglich“, „2“ = „Mehrmals die Woche“, „3“ = „Ein oder zweimal wöchentlich“, „4“ = seltener, „5“ = „nie. Für die Indexbildung wurde die Items (1) und (3) auf einen Wertebereich zwischen „1“ und „4“ gedehnt bzw. gestaucht. Fehlende Werte wurden bei allen drei Items durch deren jeweilige Item-Mittelwerte ersetzt.

[166] Die formale Bildung wurde im Datensatz nach der „International Standard Classification of Education (ISCED)“ erfasst: “0“ = “pre-primary education“, “1“ = “primary education/first step of basic education“, “2“ = “secondary education first stage/second step of basic education”, “3” = “secondary education second stage or upper secondary education”, “4” = “post-secondary non tertiary education”, “5” = “first stage of tertiary education”, “6” = “second stage of tertiary education”.

Bezogen auf die ideologische Links-Rechts-Achse zeigt sich dabei ausschließlich für Ost-Deutschland ein starker und signifikanter Zusammenhang, wonach sich Frauen tendenziell links bzw. Männer tendenziell rechts auf diesem Kontinuum einordnen. In West-Deutschland und Österreich zeigen die Korrelationen zwar grundsätzlich in dieselbe Richtung, sie sind jedoch wesentlich schwächer ausgeprägt und nicht signifikant. Die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 29) liefert dabei insoweit, weitere Erkenntnisse, als dass ersichtlich wird, dass in Ost-Deutschland dieser starke Zusammenhang sowohl auf einer Männerlastigkeit des rechten ideologischen Spektrums als auch aus einem weiblichen Übergewicht auf den linken Positionen resultiert. In West-Deutschland wird das ideologische Spektrum von rechts zur Mitte hin ebenfalls weiblicher, wobei sich ein weibliches Übergewicht insbesondere auf den Mitte-Links-Positionen ansammelt. Die bereits deutlich linken Positionen sind dann wieder klar männlich und die Extremen wieder klar weiblich. In Österreich zeigt sich im rechten Spektrum ein durchgängig leichtes männliches Übergewicht, lediglich die äußerste rechte Position ist klar männlich. Die Frauen sammeln sich hier insbesondere auf der Mitteposition sowie ganz links, während sich die linken österreichischen Männer – ähnlich wie Westdeutschland – wenn dann eher auf den moderat-linken bis linken Positionen überproportional einordnen.

Abbildung 29: Geschlecht-Mittelwerte der einzelnen ideologischen Kategorien



Grundsätzlich würden diese Befunde also die These stützen, dass in Ländern mit einer höheren Frauenerwerbsquote – wie es in Ost-Deutschland seit „DDR"-Zeiten der Fall ist (vgl. z.B. Braun & Borg 1997)[167] – tendenziell größere Geschlechterunterschiede zu verzeichnen sind (vgl. Nieuwbeerta & Manza 2002: 253). Interpretiert wird dabei speziell der Trend zu den ideologisch linken Parteien mit der häufigeren Beschäftigung von Frauen im öffentlichen Sektor sowie mit der stärkeren Inanspruchnahme von wohlfahrtsstaatlichen Leistungen durch Frauen (vgl. z.B. ebd.; Huber & Stephens 2000).

[167] Man beachte in diesem Zusammenhang auch die geringeren Bildungs- und (damit auch) Einkommensunterschiede zwischen Männern und Frauen in Ost-Deutschland gegenüber West-Deutschland und Österreich

Der Vergleich der Zusammenhänge einzelnen Werte-Indikatoren mit dem Faktor Geschlecht würde dabei diese sowie die von den sozialisatorischen und strukturellen Ansätzen allgemein postulierten Zusammenhänge grundsätzlich für alle drei Elektorate bestätigen (vgl. Tabelle 13 &Tabelle 14). So sind Frauen in allen drei Wahlgebieten religiöser damit ideologisch zunächst einmal rechter eingestellt als Männer. Ebenso sind sie jedoch auch in allen drei Elektoraten – besonders jedoch in West-Deutschland – wesentlich materialistischer eingestellt als Männer, was jedoch nach Maßgabe des Inglehart-Indexes zunächst einmal bedeutet, dass Frauen Partizipationsbedürfnisse („Redefreiheit", „Einfluss auf Regierungsentscheidungen") wirtschaftlichen („Kampf gegen steigende Preise") sowie physischen („Sicherheit und Ordnung") Sicherheitsbelangen unterordnen. Eine generelle Absage an eher libertäre Werte und damit tendenziell linken ideologischen Einstellungen seitens der Frauen ist damit jedoch nicht verbunden. So sind Frauen in allen drei Elektoraten ökologischer und progressiver eingestellt als die Männer. Ihre sozio-ökonomisch mehr oder weniger signifikant wohlfahrtsstaatlich ausgerichteten Orientierungen korrespondieren wiederum mit den Thesen der sozialisatorischen und strukturellen Ansätze und würden von dem in allen drei Elektoraten niedrigerem Haushaltseinkommen der Frauen auch entsprechend untermauert. Der vergleichsweise geringe Stellenwert von politischen Partizipationsbedürfnissen (zumindest gegenüber materialistischen Sicherheitsinteressen) würde wiederum durch das in allen drei Elektoraten deutlich festgestellte geringere allgemeine politische Interesse der Frauen gestützt[168].

[168] Auch das Phänomen des geringeren weiblichen politischen Interesses wird in der Literatur mit den oben genannten Ansätzen versuchsweise Interpretiert: Unter sozialisationstheoretischen Gesichtspunkten wird dabei auf die unterschiedliche Geschlechterrollenvermittlung rekurriert, welche Politik als männliche Domäne markiert und Frauen dementsprechend in ihrem weiteren Lebensverlauf tendenziell die initialen Voraussetzungen für die Entwicklung politischer Interessen und Kompetenzen fehlen (vgl. z.B. Campbell et al. 1960: 484f.; Greenstein 1961: 369, 1969: 107ff.; Lane 1959: 215; Chodorow 1978: 173ff.; Orum et al. 1974: 206; Welch 1977: 713f.). Unter situativen Gesichtspunkten werden dagegen die unterschiedlichen Lebensumstände von Männern und Frauen herangezogen, wobei insbesondere die stärkere berufliche Involvierung der Männer gegenüber dem tendenziell häuslichen Lebensraum der Frau die Entwicklung politischer Interessen begünstigen sollte (vgl. z.B. Andersen 1975: 441ff.; Andersen & Cook 1985: 611ff.; McDonagh 1982: 284ff.; Welch 1977: 715). Ebenso wird aus struktureller Perspektive argumentiert, dass männlich dominierte Gesellschaften mittels aktiver und struktureller Diskriminierung Zugangshürden für Frauen zu politischen relevanten Sektoren und Ressourcen errichtet hätten (vgl. z.B. Bennett & Bennett 1989: 106ff.; Kulke 1996: 490; Orum et al. 1974: 198f.; Welch 1977: 712ff.). Aus feministischer Sicht werden ebenso politische Erklärungsansatze ins Feld geführt nach denen das geringere weibliche Politikinteresse aus der Vernachlässigung von für Frauen relevanten Themen durch das etablierte und überwiegend männliche Personal, welches sich zudem wenig kooperativ und dafür umso Konkurrenz-orientierter verhält, resultiert (vgl. z.B. Meyer 1992: 8ff.; Cornelissen 1993: 323ff.; Rubart 1988; Hayes & Bean 1993: 675f.; Reichart-Dreyer 1993: 109; Sauer 1994 108f.; de Luca 1995: 168ff.).

Es lässt sich daher im Hinblick auf den Faktor Geschlecht festhalten, dass lediglich die Frauen in Ost-Deutschland eine deutliche und signifikante Tendenz in Richtung des linken ideologischen Spektrums aufzeigen. Noch deutlicher zeigt sich dabei die männliche Dominanz des rechten Spektrums. Ost-Deutschland hat dabei von allen Elektoraten die progressivsten Frauen, welche zudem in puncto Bildung und Haushaltseinkommen den Männern nur vergleichsweise geringfügig nachstehen. All diese wertmäßigen und strukturellen Aspekte scheinen jedoch nicht der Grund für den einzig hier stark ausgeprägten weiblichen ideologischen Links-Trend zu sein, da die Korrelation zwischen Geschlecht und ideologischen Einstellungen im Wesentlichen durch den Faktor Konfession moderiert wird[169]. Bei genauerer Untersuchung stellte sich dabei heraus, dass (1) im Osten mehr Frauen Protestanten sind als Männer und (2) bei den Männern – im Gegensatz zu den Frauen – die Konfession (warum auch immer) keinen Einfluss auf die ideologische Positionierung hat[170]. In Österreich und West-Deutschland stehen die Frauen insgesamt nur minimal links von den Männern obwohl sich bei zahlreichen Einzelwerten wie der Kirchennähe, der Ökologie und den Familienbildern durchaus deutliche geschlechtsspezifische Differenzen zeigen. Diese scheinen sich jedoch im Aggregat weitgehend zu kompensieren. Keine bzw. verhältnismäßig kleine Differenzen zeigen sich dabei hinsichtlich der insgesamt in Bezug auf die ideologische Positionierung wichtigen Aspekte Toleranz und Sozioökonomie. Es lassen sich daher für alle drei Elektorate keine tiefgreifenden Geschlechter-Konflikte auf der Ebene der kulturellen Prädispositionen diagnostizieren, welche die Voraussetzung für ein geschlechtsspezifisches Wahlverhalten sein könnten. Einzig der für Ost-Deutschland festgestellte Zusammenhang zwischen Konfession und Geschlecht könnte sich womöglich im Wahlverhalten niederschlagen, sofern es eine Partei gibt, die für protestantische Frauen besonders attraktiv ist.

[169] Unter statistischer Kontrolle des Faktors Konfession reduziert sich die Korrelation von ideologischen Einstellungen und Geschlecht auf -.086*.

[170] So sind (1) unter den Frauen (Männern) 77,6% (80,6%) Atheisten, 2,3% (4,3%) Katholiken und 20,1% (15,1%) Protestanten. Misst man (2) die Korrelation zwischen Konfession und Ideologie für Männer und Frauen getrennt, bestünde für das weibliche Elektorat eine Korrelation in Höhe von -.161 n.s. und für das männliche Elektorat eine Korrelation in Höhe von -.022 n.s

VII.2. Alters-Konflikte?

Mögliche Alterskonflikte hinsichtlich bestimmter wahlverhaltensrelevanter gesellschaftlicher Werteorientierungen rekurrieren auf die Ausführungen in Kapitel II.2.1.4. hinsichtlich des Einflusses der Sozialisation auf politisch relevante Einstellungen und hierbei insbesondere, die in diesem Zusammenhang theoretisch dargestellten und empirisch denkbaren Perioden-, Generationen- und Lebenszykluseffekte. Der Periodeneffekt spielt dabei jedoch im Rahmen dieser vergleichenden Untersuchung keine Rolle, da sich die Untersuchung von bestimmten Ereignissen auf Werteorientierungen, ideologischen Einstellungen und Wahlverhalten *aller* Alterskohorten bzw. Generationen[171] sowie der mit wachsendem zeitlichem Abstand zu den betreffenden Ereignissen wieder nachlassenden Wirkungen sinnvollerweise nur mit entsprechenden Paneldaten untersuchen lassen würde, welche jedoch einerseits nicht zur Verfügung stehen und andererseits den Rahmen dieser Arbeit sprengen würden. Interessant sind im Rahmen dieser Untersuchung in erster Linie die allgemeinen Zusammenhänge des Geburtsjahres und damit implizit sowohl des Lebensalters als auch der Generationenzugehörigkeit auf die Werteorientierungen und damit auf die allgemeine ideologische Orientierung. Hierin sind wiederum sowohl Generationeneffekte, wie zum Beispiel die (Nach-)Kriegs-Erfahrungen der alten Jahrgänge oder die Erlebnisse der 68er-Generation einschließlich der in diesen Generationen sozialisierten Erziehungsstilen und/oder Rollenverständnissen (vgl. auch Ryder 1965: 848ff.) als auch Lebenszykluseffekte, also Zusammenhänge zwischen der Einnahme bestimmter Positionen und Werthaltungen in Abhängigkeit vom der aktuellen Lebensphase und der damit verbundenen persönlichen sozialen Verantwortung und/oder Integration (Schulzeit, Studium bzw. Ausbildung, Berufstätigkeit, Heirat, Elternschaft, Rente bzw. Pension), welche wiederum alle Menschen unabhängig von ihrem Geburtsjahr im Laufe ihres Lebens passieren, enthalten[172]. Interessant ist dabei zunächst die Überprüfung der viel zitierten Alterskonservatismus-Hypothese (vgl. Bürklin 1988: 92f.), also einem generellen

[171] Als Kohorte bezeichnet die Literatur allgemein eine willkürlich nach aufeinanderfolgenden Geburtsjahrgängen ausgewählte Personengruppe, während eine Generation eine bewusste und auf einen bestimmten Kontext bezogene Auswahl bestimmter Geburtsjahrgänge darstellt (vgl. hierzu auch Ryder 1965: 845; Mannheim 1928).

[172] Wollte man diese Effekte sauber trennen, wäre man wiederum auf Panel-Daten angewiesen. Ein konstantes Wahlverhalten bestimmter Generationen über mehrere Erhebungszeitpunkte hinweg würde dann einen Generationen- und ein mit steigendem Alter über die Befragungszeitpunkte wechselndes Wahlverhalten einen Lebenszykluseffekt andeuten. Ebenso könnte man auch eine Untersuchung situationaler Einflüsse vornehmen, wie zum Beispiel den Einfluss von wahlspezifisch unterschiedlichen Themen- oder Kandidatenpräferenzen der einzelnen Generationen bzw. Kohorten, was jedoch im Rahmen dieser Untersuchung über den Einfluss und die Verteilung langfristige Prädispositionen irrelevant wäre.

und national als unabhängig angenommenen Trend, mit steigendem Lebensalter konservativ-pragmatischere Positionen und Werthaltungen einzunehmen.

Tabelle 15: Korrelationen zwischen Geburtsjahr, Werten, ideologischen Einstellungen und Strukturmerkmalen

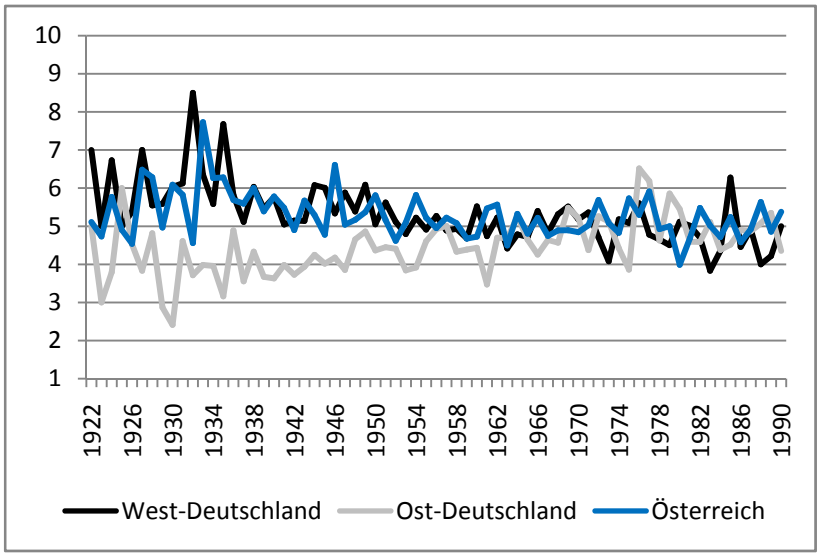
Korrelationen nach Pearson und Mittelwerte	West-Deutschland		Ost-Deutschland		Österreich	
	Geburtsjahr	Mittelwert	Geburtsjahr	Mittelwert	Geburtsjahr	Mittelwert
Links-Rechts-Einstufung	**-.238****	5,21	**.222****	4,47	**-.108****	5,24
Inglehart-Index	**.176****	2,63	**.176****	2,38	**.110****	2,27
Sozioökonomie-Index	**.078***	4,45	-.041	5,52	**.080****	4,85
Toleranz-Index	**.200****	4,69	-.028	4,21	**.200****	4,24
Kirchgang	**.275****	4,86	**.104****	6,16	**.262****	4,75
Katholisch-Evangelisch	-.015	1,48	-.050	1,86	.029	1,07
Umwelt-Index	-.007	2,18	-.042	2,2	**.052***	2,16
Familienindex	**-.345****	2,27	**-.202****	2,05	**-.271****	2,23
Ortsgröße	**.085****	4,27	**.073***	3,86	**.148****	3,84
Bildung	-,014	3,19	**-.163****	3,37	**.195****	3,10
Politisches Interesse°	**.123****	2,07	**.141****	1,99	**.174****	2,18
Haushaltseinkommen°	**.115****	6,56	-,016	5,72	**.095****	6,40
Geschlecht°	-.057	1,52	**-.087****	1,51	**-.066***	1,52

Der Überblick deutet dabei bereits an, dass zwischen dem Alter und den ideologischen Einstellungen in allen drei Elektoraten – insbesondere jedoch in Deutschland – ein beachtlicher Zusammenhang besteht (vgl. Tabelle 15). Allerdings weisen jedoch die Trends in verschiedene Richtungen: Demnach orientieren sich sowohl Österreicher – aber noch viel mehr die West-Deutschen – mit steigendem Lebensalter (bzw. früherem Geburtsjahr) ideologisch nach rechts, während die Ost-Deutschen offenbar mit steigendem Lebensalter bzw. der Zugehörigkeit zu einer älteren Generation ideologisch stark nach links rücken. Auf der Werteebene hingegen weisen – zumindest alle signifikanten – Korrelationen mit dem Geburtsjahr in dieselbe Richtung. Demnach sind die älteren Jahrgänge in allen drei Elektoraten zunächst materialistischer, religiöser und konservativer eingestellt als die Jüngeren. In West-Deutschland und Österreich sind die älteren Wähler zudem etwas marktwirtschaftlicher und deutlich intoleranter eingestellt als die jüngeren Wähler, während die ostdeutschen Wähler hinsichtlich dieser Aspekte keine altersspezifischen Unterschiede aufweisen. Ökologische Aspekte spielen bestenfalls in Österreich eine leicht signifikante Rolle, wobei hier die Richtung der Korrelationen, nach der nicht die jüngeren sondern die älteren Jahrgänge die Umweltbewussteren sind, eher kontraintuitiv ist.

Als intellektuelle Einstimmung auf die folgenden Kapitel wurden – neben dem Wohnort-Aspekt – auch die Zusammenhänge mit den ebenfalls als Moderator-Variablen infrage kommenden strukturellen Faktoren Bildung, politisches Interesse sowie dem Haushaltseinkommen mit untersucht: Demnach wird zunächst die Bevölkerung – insbesondere in Österreich – im Durchschnitt umso jünger, je urbaner die Wohngegend ist, was zunächst auf eine gewisse „Landflucht" der jüngeren Bevölkerung hindeuten würde. Ebenso herrschen in Österreich gefolgt von Ost-Deutschland die größten Bildungsunterschiede zwischen Alt und Jung, wobei im ersteren die jüngeren und im letzteren Fall die älteren Bürger über die tendenziell höhere formale Bildung verfügen. In West-Deutschland lassen sich hingegen über die Generationen keine globalen Entwicklungen feststellen. Im ostdeutschen Fall ist dabei insbesondere das vergleichsweise höhere Bildungsniveau der Frauen (vgl. Tabelle 14) zu beachten sowie etwaige Vergleichbarkeitsprobleme zwischen den Schulabschlüssen vor und nach der Wiedervereinigung. Beim politischen Interesse zeigt sich wiederum in allen drei Wahlgebieten ein gleichgerichtetes Bild nachdem die Älteren politisch wesentlich interessierter sind als die Jüngeren. Diese Entwicklung vollzieht sich jedoch auf durchaus unterschiedlichen Niveaus: So sind die ostdeutschen Wähler insgesamt die Interessiertesten und die Österreichischen die Desinteressiertesten. Im Haushaltseinkommen unterscheiden sich Jüngere und Ältere lediglich in Österreich und West-Deutschland, während in Ost-Deutschland auf insgesamt deutlich geringerem Einkommensniveau keine signifikanten Altersunterschiede bestehen.

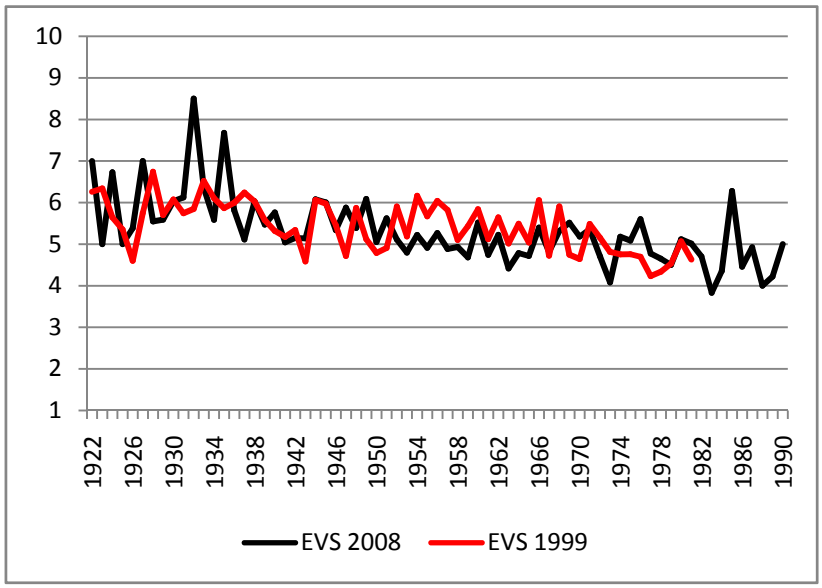
Um nun den eigentlich interessanten Zusammenhängen zwischen Werteorientierungen und ideologischen Einstellungen mit dem Lebensalter bzw. implizit der Generationszugehörigkeit genauere Beachtung zu Teil werden zu lassen, wurden zunächst die Mittelwerte der ideologischen Einstellungen nach Geburtsjahrgängen graphisch dargestellt (vgl. Abbildung 30).

Abbildung 30: Vergleich: Mittelwerte der ideologischen Einstellungen der einzelnen Geburtenjahrgänge



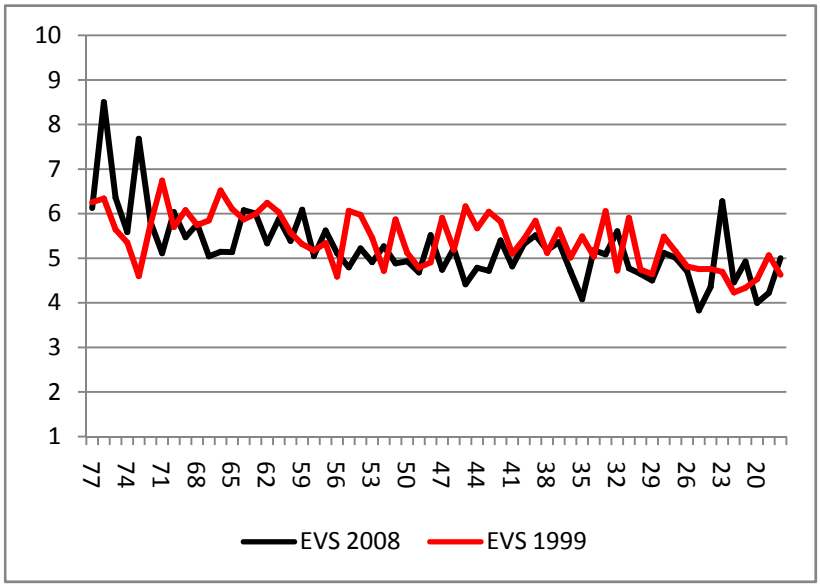
Hierbei zeigt sich zunächst in bemerkenswerter Weise, dass sich die ideologischen Einstellungen der einzelnen Geburtenjahrgängen, welche in Ost-Deutschland in den älteren und ältesten Jahrgängen noch deutlich weiter links den vergleichsweise kongruenten West-Deutschen und Österreichischen verliefen, sich in den jüngeren Jahrgängen sukzessive einander annähern. Ein großer Sprung setzte dabei etwa bei den ab 1976 Geborenen ein, also just jener Generation, die zu Zeiten des Mauerfalls 1989/90 ca. 13-14 Jahre alt und damit im Lebenszyklus in ihrer formativen Phase befindlich war. Die These vom Alterskonservatismus im Sinne einer mit steigendem Lebensalter eher rechten Einstellung und damit einem Lebenszykluseffekt findet dagegen auch graphisch zunächst nur in West-Deutschland und in Österreich Unterstützung, da hier jene Personen die zum Zeitpunkt der Erhebung im Jahr 2008 Ende 50 und älter waren tendenziell stärker nach rechts tendierten als die jüngeren Jahrgänge.

Abbildung 31: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in West-Deutschland



Um diesen Befund zu verifizieren wurde dieselbe Analyse auch noch einmal mit dem 1999er EVS-Datensatz durchgeführt und die Ergebnisse denen von 2008 gegenübergestellt. Hierbei zeigte sich jedoch ein gänzlich anderes Bild: So findet in Österreich ziemlich klar die Generationenhypothese Bestätigung (vgl. Abbildung 34). Hier haben sich binnen eines knappen Jahrzehnts die Mittelwerte der ideologischen Selbsteinstufungen der jeweiligen Jahrgänge nicht wesentlich verändert. Gleiches gilt grundsätzlich auch für West-Deutschland, jedoch mit einer leichten Tendenz nach links bei den 1952-1968 Geborenen – also den sogenannten „Baby-Boomern“ während der jüngere Teil der sogenannten „Generation X“ (Douglas Coupland) – also der ab ca. 1974 Geborenen – sich im selben Zeitraum leicht nach rechts orientiert hat (vgl. Abbildung 31).

Abbildung 32: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in West-Deutschland nach Lebensalter



Da sich die Befunde in West-Deutschland etwas weniger eindeutig zeigten als für Ost-Deutschland und Österreich, wurden für dieses Elektorat vorsichtshalber auch noch einmal die ideologischen Selbsteinstufungen der einzelnen Jahrgänge nach Maßgabe des Lebensalters zum Befragungszeitpunkt 1999 bzw. 2008 gegenüber gestellt (vgl. Abbildung 32). Diese Darstellung würde zwar die These vom Alterskonservatismus und damit eines Lebenszyklus- anstatt eines Generationeneffekts insoweit stützen, als dass Personen, welche sich dem Rentenalter nähern sukzessive konservativer werden. Insgesamt decken sich die Linien des Jahrgangsvergleichs jedoch erkennbar besser, was wiederum eher für die Generationen- als die Lebenszyklushypothese spricht.

In Ost-Deutschland vollzog sich hingegen binnen eines knappen Jahrzehnts eine ziemlich deutliche Bewegung der ideologischen Einstellungen, wobei insbesondere die älteren und ältesten Jahrgänge ideologisch deutlich nach links rückten. Im Sinne eines Lebenszykluseffekts müsste man daher im Falle Ost-Deutschlands anstatt von „Alterskonservatismus“ wohl eher von „Alterssozialismus“ sprechen. Aber auch die nachfolgenden Jahrgän-

Abbildung 33: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in Ost-Deutschland

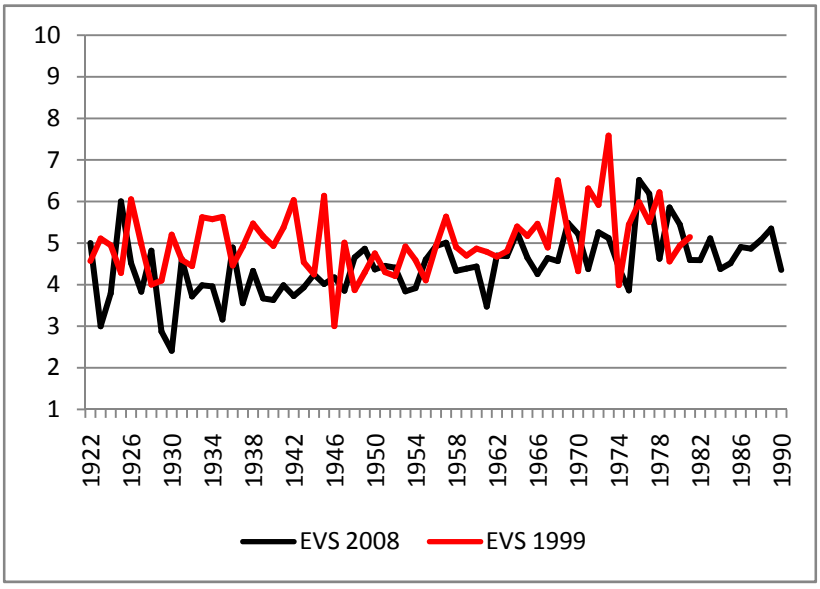
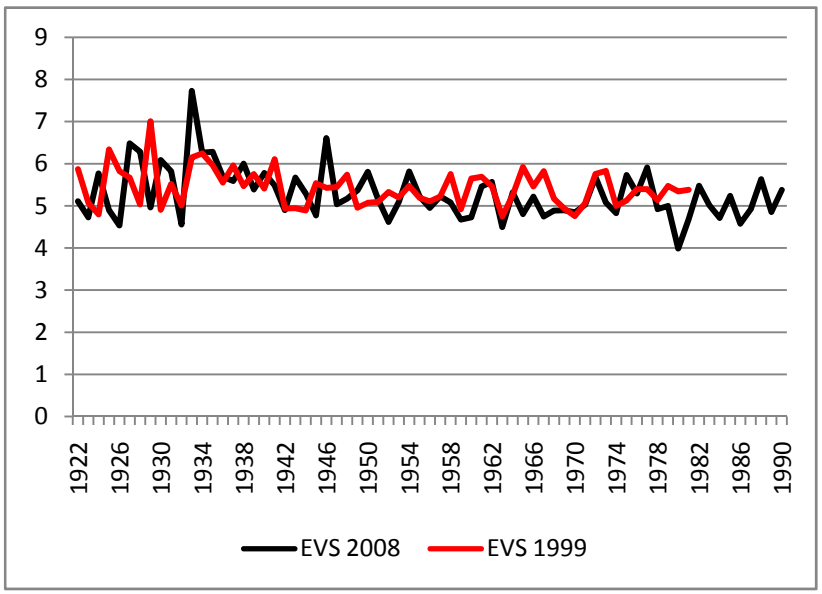


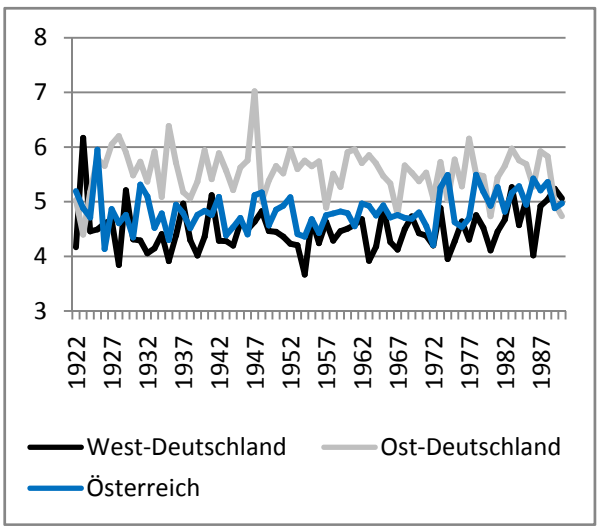
Abbildung 34: Vergleich der ideologischen Selbsteinstufungen 1999 und 2008 in Österreich



ge vollzogen während dieses Zeitraumes eine mehr oder weniger starke Linksbewegung, während bei der Generation, welche den Mauerfall als Jugendliche erlebt haben – in diesem Fall die Jahrgänge seit Mitte der 1970er Jahre bereits eine gewisse Stabilität aufweisen. Dies ließe sich entsprechend so interpretieren, dass sich die Ostdeutschen über die Generationenfolge hinsichtlich ihrer ideologischen Einstellungen sowie deren Stabilität den West-Deutschen (und damit auch den Österreichern) sukzessive annähern. Bei den älteren Jahrgängen, welche noch weitgehend in der „DDR" sozialisiert worden sind, sind dagegen diese Einstellungen noch vergleichsweise instabil und es zeigt sich mit steigendem Lebensalter vermutlich tendenziell die sogenannte „Ostalgie[173]".

Betrachtet man die Einzel-Indizes über die einzelnen Geburten-Jahrgänge hinweg, so zeigt sich beispielsweise die stärkere ideologische Links-Orientierung der Ostdeutschen über fast alle Jahrgänge hinweg auch im entsprechenden Sozioökonomie-Index (vgl. Abbildung 35), wobei auch hier eine Annäherung an die westdeutschen Werte mit den jüngeren Jahrgängen zu beobachten ist.

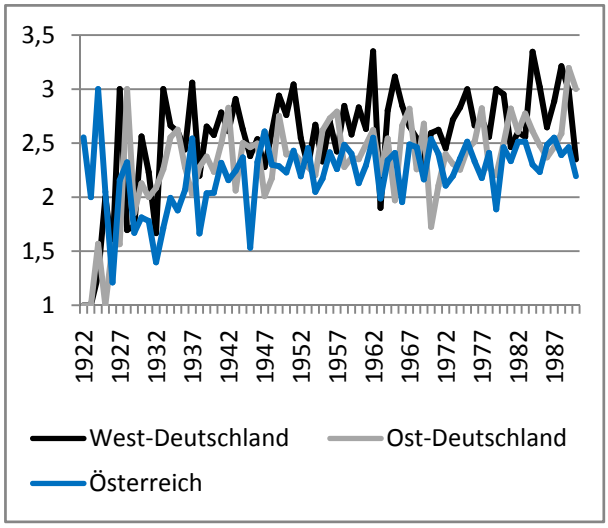
Abbildung 35: Sozioökonomische Einstellungen und Geburtsjahr



Diese verlaufen wiederum beeindruckend parallel zu den Österreichischen, wobei die Österreicher über alle Jahrgänge hinweg

[173] Der Begriff „Ostalgie" als Wortschöpfung aus den Begriffen „Osten" und „Nostalgie" wird laut Wikipedia.de dem Kabarettisten Uwe Steimle zugeschrieben und bezeichnet die „Sehnsucht nach bestimmten Lebensweisen und Alltagsgegenständen der DDR" (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Ostalgie; aufgerufen am 10. April 2012)

Abbildung 36: (Post-)Materialismus und Geburtsjahr



etwas wohlfahrtsstaatlicher eingestellt sind. Dies wäre wiederum als Indiz zu interpretieren, dass West-Deutsche und Österreicher eine weitgehend ähnliche Sozialisation erfahren haben bzw. vergleichbaren makrosozialen- und makroökonomischen Entwicklungen ausgesetzt waren und sich diese Einflüsse in vergleichbarer Weise auf deren sozioökonomischen Werteorientierungen ausgewirkt haben.

Beim Inglehart-Index zeigen die West-Deutschen über nahezu alle Jahrgänge hinweg das größte und die Österreicher das geringste Ausmaß post-materialistischer Orientierungen (vgl. Abbildung 36). Das Ost-Deutsche Niveau bewegt sich durchgehend dazwischen, jedoch mit einem sukzessiven Trend der jüngeren Generationen in Richtung Postmaterialismus, während sich die westdeutschen Werte bis einschließlich der letzten Weltkriegsgeneration innerhalb einer Bandbreite zwischen 2,5 und 3 – was definitionsgemäß den post-materialistischen Mischtypen entsprechen würde – bewegen. Bei Österreichern und Ost-Deutschen lassen sich Trends bestenfalls bei den Jahrgängen der bis etwa 1945 Geborenen ausmachen, welche mit sinkendem Geburtsjahr eine stärkere materialistische Orientierung aufweisen.

Hinsichtlich der Toleranz gegenüber Ausländern bestätigen sich auch in der graphischen Betrachtung im Wesentlichen jene Trends, die bereits die Korrelationen und die Mittelwerte angedeutet haben: Demnach stellen sich die relativ intoleranten Einstellungen der Ost-Deutschen gegenüber Immigranten weitgehend als altersunabhängig dar, während bei West-Deutschen und Österreichern das Ausmaß der Toleranz tendenziell mit dem Geburtsjahr ansteigt (vgl. Abbildung 37). West-Deutsche sind dabei durchweg

Abbildung 37: Toleranz und Geburtsjahr

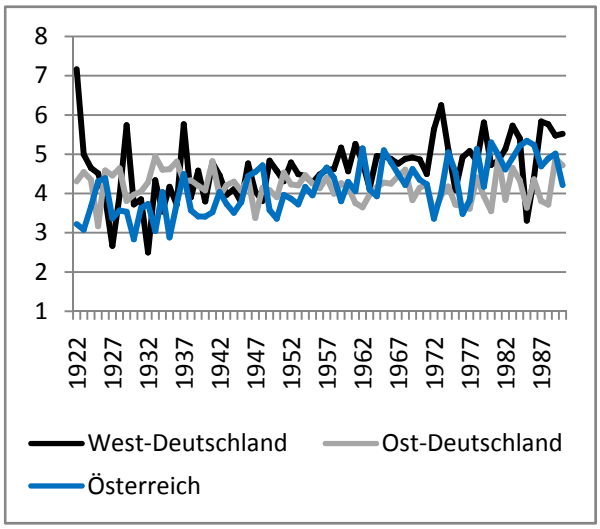
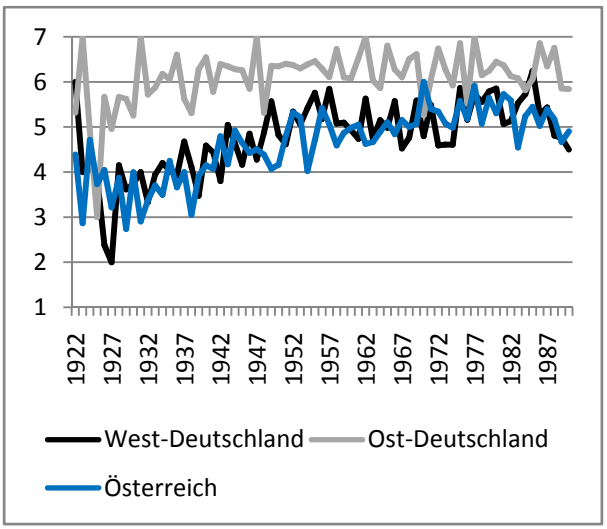


Abbildung 38: Kirchennähe und Geburtsjahr

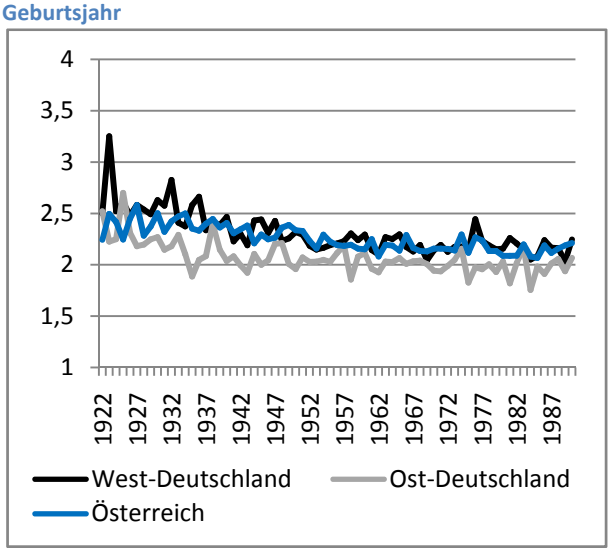


etwas toleranter eingestellt als Österreicher.

Wenige Überraschungen bringt auch der altersspezifische Vergleich der Kirchgangs-Häufigkeit und damit implizit die Nähe zu religiösen bzw. säkularen Wertvorstellungen im graphischen Vergleich gegenüber den bereits durch die Korrelationen und den Mittelwertvergleich gewonnenen Erkenntnisse (vgl. Abbildung 38, Tabelle 15). So zeigt sich erwartungsgemäß eine altersübergreifende Kirchenferne in Ost-Deutschland, während in West-Deutschland und Österreich – wiederum mit erstaunlicher Kongruenz – der erwartete Trend ersichtlich wird, nachdem religiöse (säkulare) Wertvorstellungen in den älteren (jüngeren) Jahrgängen dominanter werden. Der größte Teil dieses Säkularisierungsprozesses scheint sich jedoch in den Geburtsjahrgängen bis etwa Mitte der 1950er Jahre vollzogen zu haben, was wiederum allein auf Basis der Korrelationen nicht ersichtlich gewesen war. Bei den jüngeren Jahrgängen schwankt die durchschnittliche Kirchennähe zwischen den Kategorien „5“ und „6“ was gemäß der Kodierung einmal im Jahr bzw. weniger als einmal im Jahr entspricht.

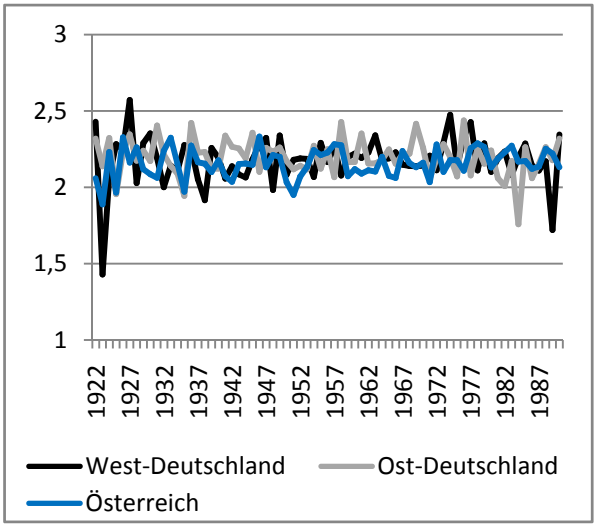
Ein ähnlicher Trend zeichnet sich für Österreich und West-Deutschland grundsätzliche auch im Familien-Index ab (vgl. Abbildung 39). So verlaufen auch hier die Linien für beide Nachbarstaaten weitgehend kongruent und durchgehend oberhalb der ostdeutschen Referenzwerte. Es bestätigt sich also zunächst einmal, dass die Ost-Deutschen altersunabhängig über ein progressiveres Rollen- und Familienbild verfügen als West-Deutsche und Österreicher was bereits die Korrelationen und der internationale Mittelwertvergleich angezeigt haben. Zusätzli-

Abbildung 39: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Geburtsjahr



chen Erkenntnisgewinn liefert die graphische Darstellung insoweit, als dass sich auch hier – ähnlich wie beim Inglehart-Index (vgl. Abbildung 36) und der Kirchennähe (vgl. Abbildung 38) – der Trend mit Beginn einer bestimmten Generation abflacht. So vollzieht sich auch hier der größte Teil der Entwicklung hin zu progressiven Geschlechterrollen- und Familienbildern in West-Deutschland und Österreich in den Jahrgängen bis etwa Ende der 1940er Jahre, während die gut vierzig darauffolgenden Jahrgänge dann insgesamt keine großen Schritte in Richtung progressiver Einstellungen mehr vollbringen. Bei den Ost-Deutschen beginnt dagegen ein erkennbarer Trend in Richtung konservativerer Einstellungen erst bei den bis etwa Mitte der 1930er Jahre Geborenen – also jener Generation, welche zumindest noch zum Teil ihre Sozialisation im „Dritten Reich“ erfahren hat.

Abbildung 40: Ökologie und Geburtsjahr



Keine Gegensätze zwischen den Generationen bzw. Alterskohorten existieren dagegen länderübergreifend in puncto Ökologie. Die Werte schwanken hierbei innerhalb einer sehr engen Bandbreite auf vergleichbarem Niveau zwischen 2 und 2,5 und damit bezogen auf eine Skala, die maximal die Werte „1“ bzw. „4“ annehmen kann, im tendenziell umweltbewussten Bereich, welcher etwa bis 2,5 reichen würde.

Insgesamt bestätigen sich also zunächst einmal grundsätzlich Einflüsse des Geburtsjahres auf einzelne Werteorientierungen sowie ideologische Einstellungen wobei die bis hierher dargestellten Daten eher für Generationen- als für Lebenszykluseffekte sprechen würden. Insbesondere die graphischen Darstellungen zeigen dabei jedoch an, dass sich der größte Teil dieses „Wertewandels“ in den Geburtenjahrgängen bis etwa Mitte/Ende der 1950er Jahre vollzogen hat, während sich die Werteorientierungen der späteren Jahrgängen dann – wenn überhaupt – nur noch geringfügig weiter in Richtung libertärerer Einstellungen entwickelt haben. Hinsichtlich der sozioökonomischen Einstellungen, welche zumindest in West-Deutschland und Österreich keinem ausgeprägten alters- bzw. generationenspezifischen Trend folgen, ist hingegen bei den nachwachsenden Ost-Deutschen eine Annäherung an das eher marktwirtschaftliche Niveau West-Deutschlands und Österreichs zu beobachten.

Es bestätigt sich daher grundsätzlich, die eingangs dieses Kapitels aufgestellte Vermutung, dass sich bestimmte Wertekombinationen bzw. Präferenzen in bestimmten Geburtenjahrgängen internalisieren und damit prinzipiell ein gewisses Konfliktpotenzial entfalten können.

Alters- bzw. Generationenkonflikte, welche sich auch im Wahlverhalten niederschlagen sind daher wesentlich wahrscheinlicher als Geschlechterkonflikte. Dies ist umso wahrscheinlicher, da dem Alters- bzw. Generationenkonflikt nicht nur – wie soeben festgestellt – gegensätzliche Wertepräferenzen innewohnen sondern auch ganz handfeste materielle Gegensätze zwischen „Alten“ und „Jungen“ oder besser ausgedrückt: Erwerbstätigen und Rentnern bzw. noch deutlicher: Renten-/ Kranken- und Pflegekassen-Beitragszahlern und Renten- bzw. Leistungsempfängern naheliegend sind. Derartige Aspekte, welche wiederum unter die Lebenszykluseffekte fallen würden, werden jedoch wiederum mit den vorhandenen Daten nur schwerlich von den reinen Werteeffekten zu trennen sein und müssen daher in gewissem Maße als im Faktor Alter „eingepreist“ angesehen werden, wenn es im Kapitel IX. um die Zusammenhänge des Geburtsjahres mit dem konkreten Wahlverhalten geht.

Unabhängig von materiellen Implikationen sollten sich auf Basis der bisher zu Tage geförderten Erkenntnisse hinsichtlich der wertmäßigen Differenzen zwischen den Geburtenjahrgängen, ein alters- bzw. generationenspezifisches Wahlverhalten insbesondere bei jenen Parteien zeigen, welche bezüglich jener Werteorientierungen, bei denen sich die ältesten und die jüngsten Jahrgänge am deutlichsten unterscheiden, jeweils die libertären bzw. autoritären Pol-Positionen repräsentieren. Da es sich wiederum bei jenen Werten, welche die größten jahrgangsspezifischen Differenzen aufweisen, um die Kirchennähe, die Geschlechterrollen- und Familienbilder, den Postmaterialismus sowie – mit Ausnahme Ostdeutschlands – die Toleranz handelt, sollten sich parteipolitische Effekte insbesondere bei den Unionsparteien bzw. der ÖVP als Repräsentanten der autoritären Seite und den Grünen Parteien als Vertreterinnen der libertären Seite zeigen.

VIII. Zusammenhänge zwischen Werteindizes, strukturellen Merkmalen und ideologischen Einstellungen

Bevor im nachfolgenden Kapitel IX. auf die Beziehungen zwischen den ideologischen Einstellungen sowie den gesellschaftlichen Werteorientierungen und dem Wahlverhalten ausführlich eingegangen wird, seien zunächst zum Einen noch einmal alle Zusammenhänge zwischen den bisher behandelten kulturellen Prädispositionen untereinander sowie den eingeführten strukturellen Faktoren in der tabellarischen Übersicht dargestellt. Auf die Erläuterung oder Herausstellung einzelner Zusammenhänge wird an dieser Stelle verzichtet, da im Rahmen der Untersuchungen des Kapitels IX. auf die jeweils relevanten Zusammenhänge der in den „Konsistenztabellen" 2.a.-c. dargestellten Korrelationen entsprechend verwiesen wird.

Bevor jedoch auf die Zusammenhänge mit den einzelnen Parteien eingegangen wird, wird zunächst noch einmal – analytisch anknüpfend an das Kapitel VI. – das dort vorgestellte Regressionsmodell ein weiteres mal berechnet, wobei diesmal auch der schrittweisen Einschluss der Variablen Geschlecht und Geburtsjahr als mögliche Prädiktoren für die ideologischen Einstellungen ermöglicht wird (vgl. Tabelle 19).

Tabelle 16: Konsistenztabelle 2.a. für West-Deutschland

Korrelationen nach Pearson	Links-Rechts-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Ausländer-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familienindex	Bildung	Politisches Interesse	Haushalts-Einkommen	Geschlecht	Geburtsjahr
LR-Einst.	1	**-.166****	**-.091****	**-.176****	**-.323****	**-.164****	**-.103****	**.142****	**.236****	-,059	,000	,020	-,052	**-.238****
Ortsgröße	-.166**	1	,035	**.061***	**.093****	**.199****	**.112****	**-.132****	**-.179****	**.064***	-,029	-,041	,023	**.085****
Inglehart	-.091**	,035	1	**.063***	**.153****	**.166****	,044	-,034	**-.229****	**.199****	**-.204****	**.116****	**-.122****	**.176****
Soz.-ökon.	-.176**	.061*	.063*	1	**.125****	**.121****	**.122****	**-.102****	**-.070***	**-.112****	**.061***	**-.218****	**.072***	**.078***
Toleranz	-.323**	.093**	.153**	.125**	1	,025	**.106****	-,058	**-.298****	**.160****	**-.143****	,025	,006	**.200****
Kirchgang	-.164**	.199**	.166**	.121**	,025	1	**.197****	,014	**-.329****	,024	**.082****	,010	**-.208****	**.275****
Konfession	-.103**	.112**	,044	.122**	.106**	.197**	1	,029	**-.151****	,007	,015	**-.080***	,023	-,015
Umwelt	.142**	-.132**	-,034	-.102**	-,058	,014	,029	1	**.142****	**-.139****	**.090****	**-.069***	**-.085****	-,007
Familie	.236**	-.179**	-.229**	-.070*	-.298**	-.329**	-.151**	.142**	1	**-.194****	,032	**-.126****	**-.128****	**-.345****
Bildung	-,059	.064*	.199**	-.112**	.160**	,024	,007	-.139**	-.194**	1	**-.314****	**.347****	**-.169****	-,014
Pol. Int.	,000	-,029	-.204**	.061*	-.143**	.082**	,015	.090**	,032	-.314**	1	**-.129****	**.182****	**.123****
Eink.	,020	-,041	.116**	-.218**	,025	,010	-.080*	-.069*	-.126**	.347**	-.129**	1	**-.101****	**.115****
Geschlecht	-,052	,023	-.122**	.072*	,006	-.208**	,023	-.085**	-.128**	-.169**	.182**	-.101**	1	-,057
Geb.-Jahr	-.238**	.085**	.176**	.078*	.200**	.275**	-,015	-,007	-.345**	-,014	.123**	.115**	-,057	1

Tabelle 17: Konsistenztabelle 2.b. für Ost-Deutschland

Korrelationen nach Pearson	Links-Recht-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Ausländer-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familienindex	Bildung	Politisches Interesse	Haushalts-Einkommen	Geschlecht	Geburtsjahr
LR-Einst.	1	**-.088****	-,043	**-.191****	**-.244****	**-.113****	-,096	,047	**.157****	**-.106****	**.212****	,020	**-.156****	**.222****
Ortsgröße	-.088**	1	,039	-,005	**.099****	**.138****	-,055	-,047	**-.183****	**.113****	**-.121****	,023	,016	**.073***
Inglehart	-,043	,039	1	-,007	**.217****	,045	,055	**-.142****	**-.244****	**.146****	**-.190****	,019	**-.072***	**.176****
Soz.-ökon.	-.191**	-,005	-,007	1	**-.098****	,056	,058	**-.140****	**-.165****	**-.164****	**.182****	**-.297****	,062	-,041
Toleranz	-.244**	.099**	.217**	-.098**	1	**-.117****	-,045	-,047	**-.083****	**.275****	**-.269****	**.159****	,041	-,028
Kirchgang	-.113**	.138**	,045	,056	-.117**	1	,120	,024	**-.207****	-,005	,022	**-.074***	**-.118****	**.104****
Konfession	-,096	-,055	,055	,058	-,045	,120	1	-,073	-,021	**-.163***	,120	**-.166***	**.164***	-,050
Umwelt	,047	-,047	-.142**	-.140**	-,047	,024	-,073	1	**.156****	-,061	,056	,024	-,052	-,042
Familie	.157**	-.183**	-.244**	-.165**	-.083**	-.207**	-,021	.156**	1	**-.138****	**.191****	,023	**-.153****	**-.202****
Bildung	-.106**	.113**	.146**	-.164**	.275**	-,005	-.163*	-,061	-.138**	1	**-.419****	**.400****	**-.072***	**-.163****
Pol. Int.	.212**	-.121**	-.190**	.182**	-.269**	,022	,120	,056	.191**	-.419**	1	**-.311****	**.158****	**.141****
Eink.	,020	,023	,019	-.297**	.159**	-.074*	-.166*	,024	,023	.400**	-.311**	1	**-.067***	-,016
Geschlecht	-.156**	,016	-.072*	,062	,041	-.118**	.164*	-,052	-.153**	-.072*	.158**	-.067*	1	**-.087****
Geb.-Jahr	.222**	.073*	.176**	-,041	-,028	.104**	-,050	-,042	-.202**	-.163**	.141**	-,016	-.087**	1

Tabelle 18: Konsistenztabelle 2.c. für Österreich

Korrelationen nach Pearson	Links-Recht-Einstufung	Ortsgröße	Inglehart-Index	Sozioökonomie-Index	Ausländer-Index	Kirchgang	Katholisch-Evangelisch	Umwelt-Index	Familienindex	Bildung	Politisches Interesse	Haushalts-Einkommen	Geschlecht	Geburtsjahr
LR-Einst.	1	**-.109****	**-.099****	**-.281****	**-.287****	**-.095****	-,025	**.086****	**.259****	**-.103****	**.084****	,041	-,038	**-.108****
Ortsgröße	-.109**	1	**.096****	**.111****	**.206****	**.193****	**.100****	,022	**-.133****	**.132****	**-.066****	**-.086****	-,033	**.148****
Inglehart	-.099**	.096**	1	**.061***	**.312****	**.095****	-,015	-,032	**-.184****	**.151****	**-.267****	,026	**-.084****	**.110****
Soz.-ökon.	-.281**	.111**	.061*	1	**.261****	**.059***	,017	**-.112****	**-.083****	-,003	,006	**-.152****	**.069****	**.080****
Toleranz	-.287**	.206**	.312**	.261**	1	-,008	,028	,050	**-.215****	**.250****	**-.211****	,003	-,027	**.200****
Kirchgang	-.095**	.193**	.095**	.059*	-,008	1	**.145****	-,044	**-.338****	**.110****	**.090****	**.077****	**-.144****	**.262****
Konfession	-,025	.100**	-,015	,017	,028	.145**	1	-,008	**-.076****	,006	,020	,022	-,008	,029
Umwelt	.086**	,022	-,032	-.112**	,050	-,044	-,008	1	,015	,022	,026	-,007	**-.119****	**.052***
Familie	.259**	-.133**	-.184**	-.083**	-.215**	-.338**	-.076**	,015	1	**-.235****	**.068****	**-.116****	**-.106****	**-.271****
Bildung	-.103**	.132**	.151**	-,003	.250**	.110**	,006	,022	-.235**	1	**-.249****	**.259****	**-.107****	**.195****
Pol. Int.	.084**	-.066**	-.267**	,006	-.211**	.090**	,020	,026	.068**	-.249**	1	**-.119****	**.198****	**.174****
Eink.	,041	-.086**	,026	-.152**	,003	.077**	,022	-,007	-.116**	.259**	-.119**	1	**-.151****	**.095****
Geschlecht	-,038	-,033	-.084**	.069**	-,027	-.144**	-,008	-.119**	-.106**	-.107**	.198**	-.151**	1	**-.066***
Geb.-Jahr	-.108**	.148**	.110**	.080**	.200**	.262**	,029	.052*	-.271**	.195**	.174**	.095**	-.066*	1

Für Österreich ändert sich dabei im Modell nichts, da die beiden neuen Variablen keinen zusätzlichen Erklärungsbeitrag im Hinblick auf die inhaltliche Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Dimension liefern konnten. Für West-Deutschland lässt sich durch die Erweite-

rung des potenziellen Prädiktor-Variablen-Kreises der Anteil der Varianzaufklärung (R^2) um etwa .012 im sechsten Modell verbessern. Durch den Eintritt des „Wertebündels“ Geburtsjahr bereits an zweiter Stelle, wird dabei der Faktor Familie ganz sowie der Faktor Kirchgang auf den letzten Platz verdrängt. Der Faktor Ortsgröße rückt um eine Stelle auf den vierten Rang vor, während der Faktor Umwelt vom dritten auf den fünften Platz hinsichtlich seiner relevanten Erklärungskraft für die Bedeutung der ideologischen Dimension absteigt. Ebenso wird der sozioökonomische Faktor etwas bedeutender, so rückt er vom viert- zum drittstärksten Faktor auf, hinsichtlich seiner relativen zusätzlichen Erklärungsleistung ändert dies jedoch praktisch nicht viel[174].

Tabelle 19: Regressionsmodell 2: Indizes und Demographie

Modell	West-Deutschland			Ost-Deutschland			Österreich		
	Indikator	Beta	R^2	Indikator	Beta	R^2	Indikator	Beta	R^2
1	Toleranz	-.323	0.104	Toleranz	-.244	0.060	Toleranz	-.287	0.082
2	Toleranz	-,287	0.135	Toleranz	-.265	0.106	Toleranz	-.229	0.126
	Geburtsjahr	-.180		Sozioökonomie	-.218		Sozioökonomie	-.221	
3	Toleranz	-.272	0.152	Toleranz	-.259	0.149	Toleranz	-.188	0.164
	Geburtsjahr	-.173		Sozioökonomie	-.208		Sozioökonomie	-.215	
	Sozioökonomie	-.129		Geburtsjahr	.207		Familie	.201	
4	Toleranz	-.263	0.166	Toleranz	-.276	0.173	Toleranz	-.194	0.168
	Geburtsjahr	-.165		Sozioökonomie	-.201		Sozioökonomie	-.206	
	Sozioökonomie	-.123		Geburtsjahr	.223		Familie	.199	
	Ortsgröße	-.120		Kirchgang	-.157		Umwelt	.069	
5	Toleranz	-.259	0.176						
	Geburtsjahr	-.167							
	Sozioökonomie	-.114							
	Ortsgröße	-.108							
	Umwelt	.100							
6	Toleranz	-.264	0.183						
	Geburtsjahr	-.144							
	Sozioökonomie	-.105							
	Ortsgröße	-.092							
	Umwelt	.104							
	Kirchgang	-.089							

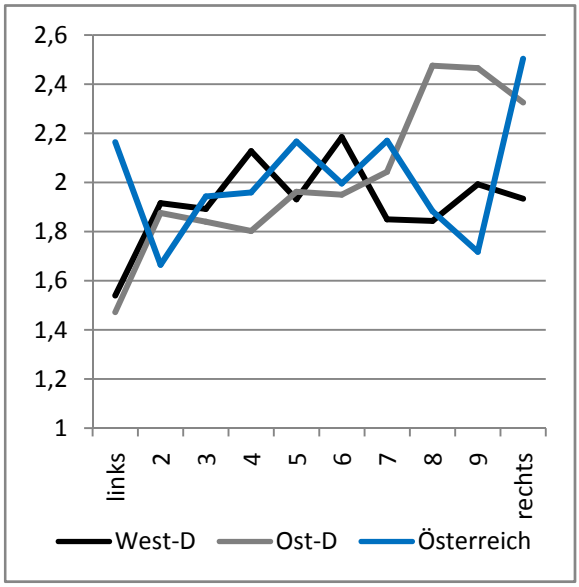
In Ost-Deutschland lässt sich hingegen durch die Inklusion der Faktoren Geburtsjahr und Geschlecht in das Regressionsmodell ein deutlicher Zuwachs an Varianzaufklärung erzielen: Zwar findet von beiden Faktoren nur der Alters- bzw. Generationenaspekt Eingang in das

[174] Änderung in R^2 gegenüber erstem Regressionsmodell steigt von .012 auf .017 was einem Anteil an der Gesamtaufklärung von rund 9,3% gegenüber rund 7% im ersten Modell entsprechen würde. Bezogen auf die graphische Darstellung in Abbildung 28 würde also durch diese Modifikation der gedachte Verlauf der ideologischen Dimension durch den politischen Raum nur unwesentlich flacher verlaufen. Selbst wenn man argumentiert, dass im Faktor Geburtsjahr auch sozioökonomische und materielle Aspekte inkorporiert sind, zeigten die Analysen des Kapitels VII.2. dass sozio-ökonomischen verglichen mit den sozio-kulturellen Wertedifferenzen zwischen älteren und jüngeren Jahrgängen vergleichsweise gering sind und der Anteil materieller Differenzen mit dem vorhandenen Instrumentarium nicht sauber quantifizierbar ist.

Modell, dafür jedoch mit einem ordentlichen Varianzaufklärungsbeitrag in Höhe von .043. Ebenso findet unter diesen Voraussetzungen nun auch der Kirchgangs-Aspekt Eingang in das ostdeutsche Regressionsmodell mit einem weiteren zusätzlichen Aufklärungsbeitrag von .024. Ebenso ließe sich einzig in Ost-Deutschland durch den Einschluss des Faktors ‚politisches Interesse' die Aufklärungsleistung noch einmal deutlich verbessern: So würde sich in einem solchen Fall das politische Interesse im Modell an vierter Stelle einreihen und den Faktor Kirchgang auf den fünften Platz verweisen. Ebenso würde jedoch nun auch der Faktor Geschlecht Eingang ins Modell finden und so die Varianzaufklärung auf insgesamt .224 steigern.

Wie bereits ausgeführt, ist jedoch weder das Geschlecht noch das Alter und schon gar nicht das politische Interesse selbst eine Werteorientierung, aber so wie es aussieht bündeln sich zumindest im Geburtsjahr offenbar bestimmte Wertemuster, welche wiederum in ihrer Kombination einen nicht unbedeutenden Einfluss auf das Verständnis der ideologischen Links-Rechts-Dimension in Deutschland ausüben. Der Zusammenhang des politischen Interesses mit der ideologische Selbsteinstufung, welcher sich wiederum nur – dafür jedoch umso stärker – in Ost-Deutschland zeigt (vgl. Konsistenztabellen 2.a.-c.) muss mit äußerster Vorsicht interpretiert werde, da er sich durchaus als Artefakt herausstellen könnte.

Abbildung 41: Politisches Interesse der einzelnen ideologischen Kategorien



Theoretisch wird das politische Interesse im Rahmen dieser Arbeit bekanntlich als Moderatorvariable betrachtet. Stark ausgeprägte Werteorientierungen und ideologische Einstellungen sollten dabei zu einem höheren politischen Interesse führen. Politisches Interesse wird dabei empirisch zunächst in allen drei Elektoraten von Postmaterialismus und Toleranz begünstigt. Im ostdeutschen Falle treten zudem wohlfahrtsstaatliche Orientierungen sowie progressive Geschlechterrollen- und Familienbilder in deutlichem Ausmaß hinzu, während

im Westen die ökologischen sowie die religiösen Orientierungen zum politischen Interesse beitragen (vgl. Konsistenztabellen 2.a-c.).

Im entscheidenden Zusammenhang zur ideologischen Dimension zeigen sich in West-Deutschland die linke und die rechte Hälfte des ideologischen Spektrums wie erwartet vergleichbar politisch interessiert (vgl. Abbildung 41; Skalierung beachten! niedrige Werte = hohes politisches Interesse und umgekehrt). In Österreich zeigt sich ebenfalls ein grundsätzlich vergleichbares Bild, wonach in der ideologischen Mitte das politische Interesse tendenziell geringer ist, als in Richtung der ideologischen Ränder, wobei hier bei beiden äußersten ideologischen Positionen das Interesse wieder deutlich nachlässt. In Ost-Deutschland zeigt sich dagegen ein grundsätzlich anderes Bild, wonach das politische Interesse durchgehend sinkt (steigt), je weiter sich eine Person ideologisch rechts (links) einordnet.

Es bestätigt sich also grundsätzlich, dass man dass politische Interesse nicht allgemein als Prädiktor für ideologische Einstellungen heranziehen kann, sondern dass wir es wohl in Ost-Deutschland mit einem Sonderfall zu tun haben, welcher insbesondere auf das hohe politische Desinteresse im rechten ideologischen Spektrum zurückzuführen ist. Hierdurch nimmt der Zusammenhang zwischen politischem Interesse und ideologischen Einstellungen einen ungewöhnlichen – weil kollinearen – Verlauf an, welcher dann zu der hohen Korrelation führt.

Wir haben es daher wohl bei diesem Zusammenhang tatsächlich mit einem Artefakt zu tun, welches nicht verallgemeinert werden kann. Interessant sind jedoch die sich daraus ergebenden besonderen Implikationen für den politischen Wettbewerb: Davon ausgehend, dass Wähler umso stärker durch politische Kommunikation und die durch sie transportierten Themen und Kandidaten beeinflussbar sind, je geringer ihr politisches Interesse und damit ihre Motivation sich ausführlich (und ggf. kritisch) mit politischen Botschaften auseinanderzusetzen, ausfällt (vgl. u.a. Kapitel I.A.2., II.2.1.6 & III.), können in Ost-Deutschland daher insbesondere die besonders rechten Wähler als in höchstem Maße beeinflussbar angenommen werden. In West-Deutschland und Österreich würde dieser Aspekt hingegen eher die Wähler der ideologischen Mitte betreffen.

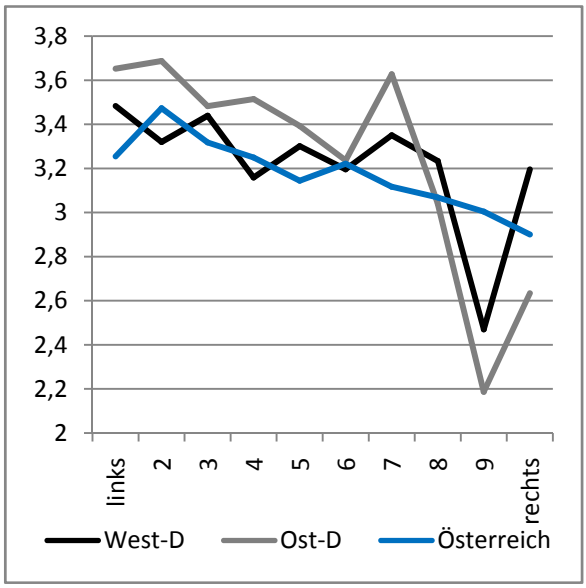
Im Zusammenhang mit dem Komplex der „kognitiven Mobilisierung“ (vgl. Kapitel II.2.1.6.) wurde neben dem Faktor ‚politisches Interesse‘ bereits auch der Faktor ‚Bildung‘ angesprochen. Bezogen auf den Zusammenhang mit den ideologischen Einstellungen konnte dabei

erwartet werden, dass eine höhere formale Bildung es dem Individuum ermöglich, sich differenzierter mit der Gesellschaft, seiner wahrgenommenen Lebenswelt sowie komplexen sozialen, politischen und ökonomischen Zusammenhängen auseinanderzusetzten und es demzufolge auch eher moderatere gesellschaftliche Werteorientierungen entwickelt als Personen die hierzu weniger befähigt sind und deswegen auch für radikalere Werteorientierungen und Ideologien empfänglich sind, welche in der Regel ein klares Schwarz-Weiß-Denken beinhalten.

Wertmäßig steht dabei der Faktor Bildung, welcher in allen drei Elektoraten sehr hoch mit dem politischen Interesse korreliert, ebenfalls mit Postmaterialismus und Toleranz im Zusammenhang. Ebenso geht in allen drei Wahlgebieten eine höhere formale Bildung mit progressiveren Geschlechterrollen- und Familienbildern einher. In beiden Teilen Deutschlands bestehen zudem Zusammenhänge zu wohlfahrtsstaatlichen sozio-ökonomischen Orientierungen und in Österreich zu säkularen Wertvorstellungen. Ein höheres Umweltbewusstsein geht hingegen nur in West-Deutschland mit einer höheren formalen Bildung einher, während in Ost-Deutschland ein deutliches Bildungs-Gap zwischen Katholiken und Protestanten besteht (vgl. Konsistenztabellen 2.a.-c.)[175].

Im Hinblick auf die ideologischen Einstellungen bestätigen sich dabei die Erwartungen in allen drei Elektoraten grundsätzlich für die extrem rechten Wähler, welche unisono über die geringste formale Bildung verfügen. Auf der ideologisch linken Seite zeigt sich hingegen ein vergleichbarer Einbruch nicht. Stattdessen sammeln sich tendenziell in allen Elektoraten die höher Gebildeten Wähler am linken Rand. Während dabei jedoch der Zusammenhang zwischen hoher (niedriger) formaler Bildung und linken (rechten) ideologischen Einstellungen in Österreich vergleichsweise flach und kontinuierlich verläuft, vollzieht sich derselbe Zusammenhang in Ost-Deutschland bereits ziemlich steil, während sich die Bildungsunter-

Abbildung 42: Durchschnittliche formale Bildung der einzelnen ideologischen Kategorien

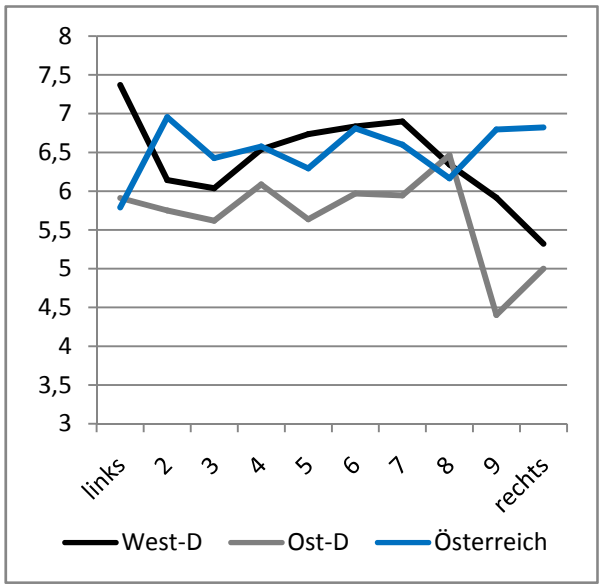


[175] Die mittleren Bildungskategorien lauten für Katholiken, Protestanten und Atheisten: 3.71; 3.21; 3.39.

schiede der einzelnen ideologischen Kategorien in West-Deutschland (mit Ausnahme der ideologischen Position „9“) in eher engen Grenzen halten (Abbildung 42). Sofern also Wähler durch „einfache“ Lösungen radikaler Parteien empfänglich sein sollten, sollten es auch hier insbesondere die extrem rechts eingestellten ostdeutschen Wähler sein. Bei der ideologischen Linken scheint es sich hingegen in allen drei Wahlgebieten nicht bzw. nicht mehr um die mutmaßlich eher geringer formal gebildete Arbeiterschaft zu handeln sondern eher um eine Art „intellektuelle Linke“.

Abschließend sei noch kurz auf den Faktor Haushaltseinkommen eingegangen, welcher ebenfalls als potenzielle Moderatorvariable bei den bisherigen Untersuchungen berücksichtigt wurde. Vom Haushaltseinkommen sollten dabei insbesondere die individuellen Konsummöglichkeiten sowie die damit möglichen Lebensstile abhängen, welche wiederum ebenfalls, zur Entwicklung bestimmter Wertemuster beitragen könnten. Ein deutlicher Zusammenhang über alle drei Elektorate hinweg zeigt sich jedoch in diesem Fall – wenn auch erwartungsgemäß – nur hinsichtlich der sozio-ökonomischen Orientierungen: Demnach geht ein höheres Haushaltseinkommen in allen drei Elektoraten mit marktwirtschaftlichen Einstellungen einher. Strukturell steht das Haushaltseinkommen dabei in hohem Zusammenhang mit den beiden Komponenten der kognitiven Mobilisierung – also Bildung und politisches Interesse (vgl. Konsistenztabellen 2.a.-c.).

Abbildung 43: Durchschnittliche Einkommensklasse der einzelnen ideologischen Kategorien



Im Hinblick auf die ideologischen Einstellungen geht jedoch von der Höhe des Haushaltseinkommens kein signifikanter Effekt aus. Wie die Abbildung 43 zeigt, ist dies auch nicht auf einen U-förmigen Zusammenhang zurückzuführen. Vielmehr bewegt sich das durchschnittliche Einkommen der Österreicher über alle ideologischen Kategorien hinweg innerhalb eines überschaubaren Intervalls, während in Ost-Deutschland das Durchschnittseinkommen auf insgesamt geringerem Niveau bis ins rechte Spektrum hinein leicht ansteigt um dann bei den radi-

kalen, rechten Positionen förmlich einzubrechen. In West-Deutschland zeigt sich über die Mitte hinweg nach rechts ein wesentlich deutlicherer Anstieg des Durchschnittseinkommens. Etwas früher – dafür aber weniger steil – setzt jedoch auch hier ein deutlicher Abwärtstrend zu den rechts-außen-Positionen ein. Die Gut- und Besservierdiener sind jedoch hier nicht nur auf den moderat rechten sondern auch auf den extrem linken Positionen überproportional zu finden.

IX. Werteorientierungen, ideologische Einstellungen und die Parteien in Deutschland und Österreich.

Nachdem bis hierher und mit den vorhandenen Mitteln, die inhaltliche Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Achse, ihre Beziehung zu den einzelnen Werteindikatoren sowie einigen ausgewählten strukturellen Variablen, etwas erhellt wurde, gilt es nun zum Kern bzw. zur langfristigen Komponente, des im ersten Teils dieser Arbeit entwickelten „integrierten Modell des Wahlverhaltens“ zu kommen. Dieses postulierte, dass das Wahlverhalten des Individuums in langfristiger Perspektive im Wesentlichen von dessen kulturellen Prädispositionen – also den ideologischen Einstellungen und den dahinter stehenden gesellschaftlichen Werteorientierungen – strukturiert und determiniert wird.

Das „Integrierte Modell des Wahlverhaltens“ relativiert – wie im ersten Teil dieser Arbeit ausführlich beschrieben und begründet – zunächst einmal die Orientierung gegenüber einer konkreten Partei zugunsten einer Orientierung gegenüber einem politischen „Lager“. Das heißt, dass für ein Individuum bei entsprechender politischer Angebotsvielfalt, aufgrund seiner ideologischen Einstellungen, grundsätzlich mehrere Parteien als Wahlalternative infrage kommen. Diese Wahloptionen verteilen sich jedoch nicht beliebig über das politische Angebotsspektrum sondern beschränken sich auf die Parteien eines bestimmten politischen Lagers. Für welche Partei innerhalb dieses Lagers sich der Wähler dabei letztlich entscheidet, sollte dann im Wesentlichen von den kurzfristigen Einflussfaktoren ((Valenz-)Issues, Kandidaten, strategischen und taktischen Überlegungen, politische Kommunikation, etc.) abhängen – bzw. in der Diktion des „Integrierten Modells des Wahlverhaltens“: *Sich innerhalb der „BLACK BOX“ der politischen Kommunikation entscheiden*. Folglich interessiert bis hierher zunächst erst einmal die grundsätzliche politische Richtungsentscheidung des Wählers, welche wiederum von seinen ideologischen Grundüberzeugungen präjudiziert werden sollte.

Neben den Geschehnissen, welche sich im Zuge eines Wahlkampfes innerhalb der „BLACK BOX“ abspielen, können jedoch auch ganz bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen die Anzahl der Wahlalternativen für den Wähler mit kulturellen Prädispositionen verkürzen. Insbesondere dann, wenn bestimmte Parteien mit Positionsissues, welche implizit oder explizit gesellschaftliche Wertvorstellungen ansprechen, welche für größere Bevölkerungssegmente von hoher sinnstiftender Bedeutung sind, sollte es dabei möglich sein, die „BLACK BOX“ weitgehend zu umschiffen, da Wertvorstellungen aber auch Ideologien, sofern man an

sie appelliert, unabhängig davon wirken sollten, wie die Medien sie bzw. die mit ihnen assoziierten politischen Objekte (Politiker, Parteien, Themen, Positionen) „*framen*“. Der Entscheidungsmaßstab sind in diesem Fall im Wesentlichen bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen an denen die Parteien gemessen werden. In diesem Sinne sollten also bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen gezielt die Wahl bestimmter Parteien nahelegen – und dies umso deutlicher, je stärker diese Wertvorstellungen bei Ego ausgeprägt sind. Es werden daher im darauffolgenden Schritt, die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Werteindikatoren und den einzelnen Parteien untersucht um herauszufinden, welche Parteien durch das Vorhandensein und die Stärke welcher Wertvorstellungen begünstigt werden.

IX.1. Ideologische Einstellungen und Wahlverhalten

Zur Feststellung der Zusammenhänge zwischen ideologischen Einstellungen und dem Wahlverhalten wurden zunächst für alle relevanten Parteien sowie die politischen Lager[176] die in Tabelle 20 dargestellten Korrelationen berechnet.

Tabelle 20: Ideologische Einstellungen und die Wahl der einzelnen Parteien

Korrelationen nach Pearson	CDU/ÖVP	SPD/SPÖ	FDP/LiF	Grüne	LINKE	FPÖ	BZÖ	Rechts (CDU/CSU-FDP) (ÖVP-FPÖ-BZÖ)	Rot-Grün	Links (SPD-Grüne-LINKE) (SPÖ-Grüne-LiF-KPÖ)	Nichtwahl
Ideologische Einstellung (West-Deutschland)	**.409****	**-.228****	,037	**-.238****	**-.257****			**.424****	**-.368****	**-.496****	**-.081***
Ideologische Einstellung (Ost-Deutschland)	**.334****	-,027	**.269****	-,016	**-.540****			**.464****	-,033	**-.551****	**.134****
Ideologische Einstellung (Österreich)	**.264****	**-.217****	**-.077***	**-.297****		**.302****	**.110****	**.478****	**-.421****	**-.472****	,010

Wie die Daten zeigen, gehen in den meisten Fällen ziemlich deutliche Wirkungen von den ideologischen Einstellungen auf das Wahlverhalten aus. Betrachtet man allein die Korrelationen mit den jeweiligen linken und rechten Lagern, dann erscheint die Hypothese von der

[176] Es wurden dabei für jede einzelne Partei sogenannte 0,1-codierte „Dummy-Variablen“ gebildet, wobei die „1“ für die Wahl der jeweiligen Partei steht und die „0“ für die Wahl einer jeden anderen Partei. Bei dem „Nichtwahl“- Dummy handelt es bei dem Wert „1“ um jene Probanden, die – aus welchen Gründen auch immer – keine Partei nannten, die sie wählen würden.

Lagerorientierung bereits als bestätigt. Auffällig ist jedoch, dass in Ost-Deutschland weder die SPD noch die Grünen – nicht einmal rot und grün zusammengenommen – einem Lager zugeordnet werden können. Hier zeichnet bereits an dieser Stelle ein Antagonismus zwischen dem eindeutig rechten Lager aus CDU und FDP und dem linken „Lager" – welches praktisch allein von der LINKEN gebildet wird – abzuzeichnen. Im Westen Deutschlands ist hingegen die FDP den Wählern keines ideologischen Lagers klar zuzuordnen. Besteht hier im Osten noch eine deutliche Korrelation, bildet im Westen die CDU/CSU zunächst praktisch allein die Anlaufstelle für rechte Wähler. Von ideologisch linken Einstellungen werden wiederum in West-Deutschland sowohl die SPD als auch die Grünen und die LINKEN begünstigt, wobei die vergleichbar großen Zusammenhänge der Fragmentierung des linken westdeutschen Parteienspektrums Rechnung tragen. Die SPD ist folglich nicht (mehr) der „Platzhirsch" im linken westdeutschen Lager, während sie im Osten von den Wählern keines Lagers signifikant bevorzug wird.

In Österreich weisen die FPÖ und die Grünen die stärksten Korrelationen in die erwarteten ideologischen Richtungen auf. Die Korrelation der SPÖ mit linken ideologischen Einstellungen ist zwar immer noch deutlich, wie ihre westdeutsche Schwesterpartei leidet jedoch auch sie offensichtlich deutlich unter der grünen Konkurrenz im linken Lager. Dem rechten Antagonisten geht es dabei jedoch grundsätzlich nicht viel besser: Dank der Konkurrenz im rechten Lager ist der Zusammenhang zwischen rechten ideologischen Einstellungen und der Wahl der Volkspartei wesentlich schwächer als in beiden Teilen Deutschlands zu den Unionsparteien. Der stärkste Zusammenhang zu rechten ideologischen Einstellungen besteht in diesem Fall mit der FPÖ, während zu deren Abspaltung BZÖ eher ein moderater Zusammenhang besteht, was darauf hinweist, dass diese Partei – im Gegensatz zum wesentlich größeren rechtspopulistischen Konkurrenten FPÖ – auch für Wähler der Mitte wählbar ist. Das Liberale Forum, welches von seiner programmatischen Ausrichtung her, das eigentliche österreichische Pendant zur deutschen FDP bildet (und daher trotz parlamentarischer Bedeutungslosigkeit seit 1999 trotzdem in die Untersuchung mit aufgenommen wurde) wird hingegen eher von Wählern des linken Spektrums bevorzugt.

Die Nichtwähler sind in West-Deutschland eher im linken und in Ost-Deutschland ziemlich deutlich im rechten ideologischen Lager zu finden, während hier in Österreich kein Zusammenhang besteht, was darauf hindeutet, dass – unter Marktgesichtspunkten gesehen – Teile

der linken westdeutschen bzw. der rechten ostdeutschen Politiknachfrager, keinen geeigneten Politikanbieter finden, während in Österreich die Politiknachfrager beider ideologischer Lager vergleichbar gut oder schlecht von ihren jeweiligen Politikanbietern „versorgt“ werden.

Um diese kurz beschriebenen Zusammenhänge nun etwas genauer zu untersuchen, wurde das Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien auch noch einmal im Einzelnen graphisch umgesetzt. Hieraus werden nun einige Zusammenhänge deutlicher ersichtlich: So findet die CDU/CSU in West-Deutschland schwerpunktmäßig im Mitte-Recht-Lager zwischen den Positionen „6“ und „8“ ihre Zustimmung (vgl. Abbildung 44). Bei den bereits extremeren Rechten auf Position neun kann sie zwar auch noch deutlich punkten, jedoch beginnt hier ziemlich klar bereits das Einzugsgebiet der rechtsextremen Parteien (Republikaner, NPD, DVU), deren Wählerschaften jedoch insgesamt und anteilsmäßig bezogen auf das Gesamtelektorat unbedeutend sind und daher auch fallzahlenbedingt, von den meisten detaillierteren Untersuchungen ausgespart bleiben. Die SPD ist erwartungsgemäß im moderaten linken Spektrum zwischen den Positionen „3“ und „5“ gleichmäßig stark, während die Grünen zu den weiter links liegenden Positionen hin stärker werden. Gleiches gilt für DIE LINKE, welche doch vergleichsweise weit in Richtung Mitte vordringen kann. Die Anteile der FDP verteilen sich hingegen ziemlich unspezifisch über das gesamte ideologische Spektrum. Interessant ist ebenfalls noch die Erkenntnis, dass die CDU/CSU bei den extrem linken Wählern deutlich besser abschneidet als bei den extrem rechten Wählern.

Abbildung 44: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in West-Deutschland

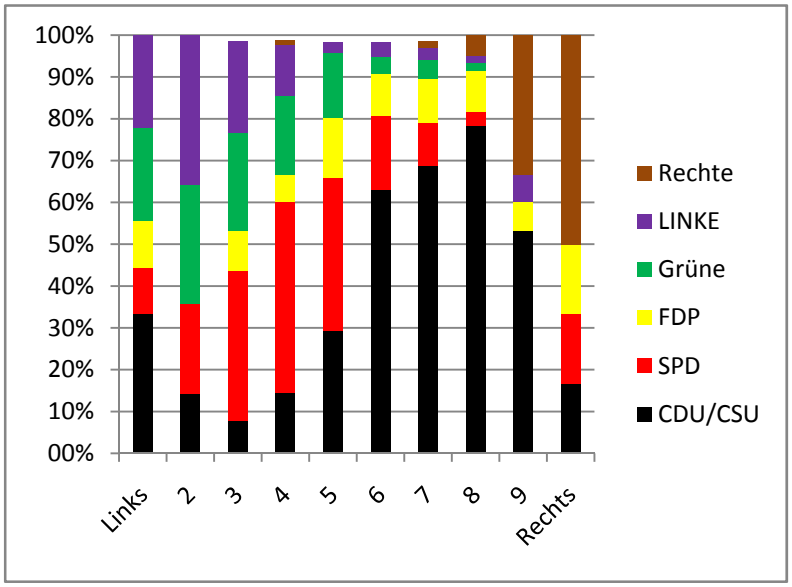
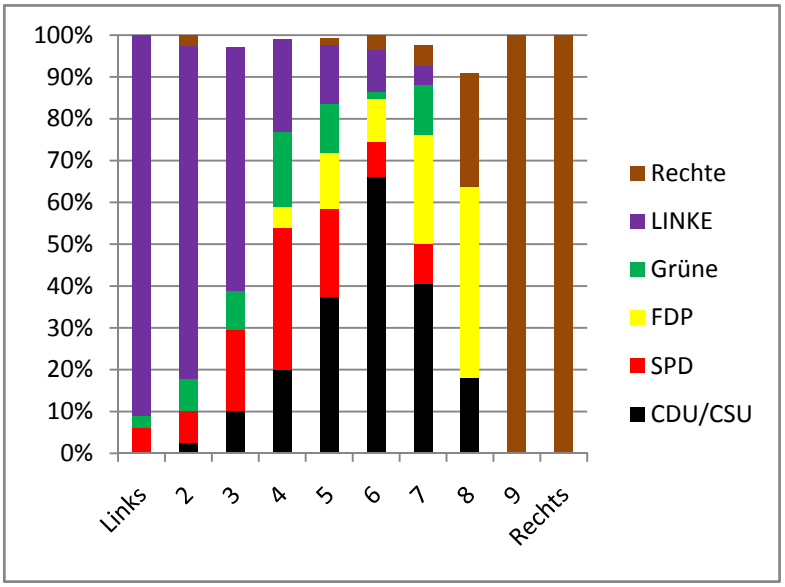


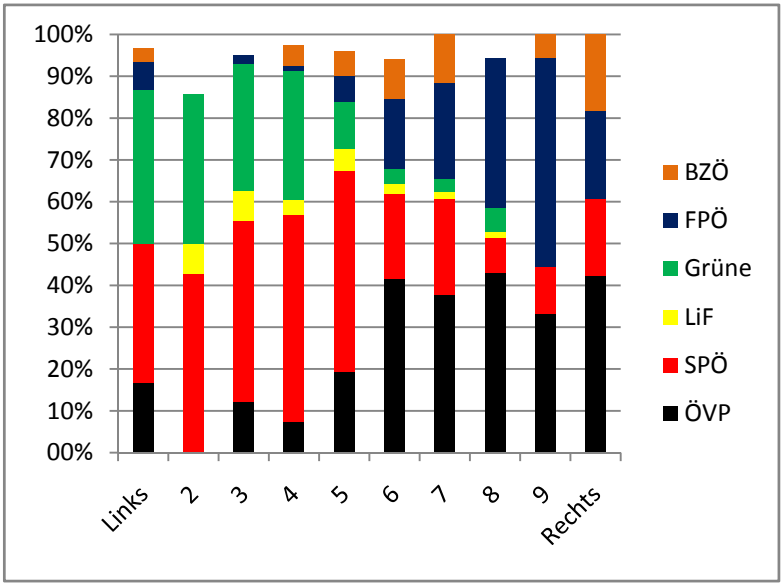
Abbildung 45: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in Ost-Deutschland



In Ost-Deutschland zeigt sich bei selbiger Untersuchung insbesondere auf den extremen, rechten Positionen jenes Bild, was bei aufmerksamer Lektüre und naheliegender Schlussfolgerung aus den Zusammenhängen zahlreicher Werteindikatoren (insbesondere Toleranz, Sozioökonomie und Kirchenferne) bereits erwartet werden konnte: So tendieren die Wähler der beiden äußersten rechten ideologischen Kategorien einhellig zu den rechtsextremen Parteien NPD, DVU und den Republikanern, wodurch insbesondere die CDU schwerpunktmäßig sehr weit in die ideologische Mitte rückt und hierbei sogar noch die FDP-Wähler rechts liegen lässt, wodurch diese sozusagen im Osten Deutschlands das rechte Ende des unbestrittenen demokratischen Spektrums bilden (vgl. Abbildung 45). Im linken ideologischen Spektrum dominiert geradezu überlegen DIE LINKE. SPD und Grüne könnten zunächst – zumindest anhand der Korrelationen – den Wählern *keines* ideologischen Lagers eindeutig zugeordnet werden. Durch die graphische Darstellung lässt sich jedoch nun ziemlich eindeutig ablesen, dass beide Parteien, wenn dann von den Wählern des Mitte-Links-Lagers gewählt werden. Es wird allerdings auch deutlich, dass beide Parteien sprichwörtlich von der CDU zur rechten und den LINKEN zur linken Seite hin eingekeilt werden und daher bei keinem ideologischen Segment, welches sich über mehr als eine Kategorie erstrecken würde, eine gewisse Dominanz entfalten können.

In Österreich sind in der graphischen Betrachtung (vgl. Abbildung 46) die politischen Lagergrenzen am deutlichsten erkennbar: So sind sowohl die SPÖ als auch die ÖVP im linken bzw. rechten Spektrum verhältnismäßig gleichmäßig vertreten. Ab der der Mittelposition fallen dann die Anteile nahezu spiegelbildlich ab. Das gleiche gilt für die Grünen und die FPÖ, welche ebenfalls auf ihrer Lagerseite durchgängig hohe Stimmanteile erzielen, jedoch jenseits der Lagergrenzen unbedeutend sind. Die wenigen Wähler des Liberalen Forums verteilen sich um die Mittelposition, haben ihren Schwerpunkt jedoch – wie die Korrelationen bereits

Abbildung 46: Wahlverhalten der einzelnen ideologischen Kategorien in Österreich



signalisierten – klar im linken Lager. Etwas breiter verteilen sich die Wähler des BZÖ, welche sich sowohl ganz rechts als auch im Mitte-Rechts-Spektrum wiederfinden.

Es lässt sich also bis hierhin sowohl anhand der Korrelationen als auch anhand der graphischen Aufschlüsselung der Wähleranteile der Parteien in den einzelnen ideologischen Kategorien festhalten, dass die ideologischen Einstellungen als vielversprechender Prädiktor für das Wahlverhalten infrage kommen, wobei aufgrund der zum Teil bereits sehr fragmentierten Parteiensysteme sich die Prognoseleistung insbesondere auf die Bestimmung der Lagerzugehörigkeit konzentrieren sollte.

Da es sich hierbei also in erster Linie um eine Differenzierung zwischen einer Wahl zugunsten des rechten oder des linken Lagers – also einer entweder/oder-Entscheidung – handelt, bietet sich hinsichtlich eines Tests der Prognoseleistung die Anwendung eines binären logistischen Regressionsmodells an. Die abhängigen Variablen bilden dabei die sogenannten „Lager-Dummys“ – also jene bereits im Rahmen der Korrelationen berücksichtigten dichotomen Variablen, welche die Wahlentscheidungen zugunsten der rechten (CDU/CSU & FDP bzw. ÖVP, FPÖ & BZÖ) sowie der linken (SPD, Grüne, LINKE bzw. SPÖ, Grüne, LiF, KPÖ) Parteien zusammenfassen.

Die Ergebnisse der binären logistischen Regression (vgl. Tabelle 21) stützen dabei die aufgestellte Hypothese recht gut. So lassen sich in allen drei Elektoraten etwa drei Viertel der Wählerschaft allein aufgrund ihrer ideologischen Positionierungen auch einem parteipolitischen Lager zuordnen. Ebenso zeigen die Bestimmtheitsmaße (Nagelkerkes R^2) eine akzeptable Varianzaufklärung an.

Tabelle 21: Binäre logistische Regression

	West-Deutschland		Ost-Deutschland		Österreich	
	Nagelkerkes R^2	Richtige Vorhersagen	Nagelkerkes R^2	Richtige Vorhersagen	Nagelkerkes R^2	Richtige Vorhersagen
Rechts	.239	72,30%	.294	73,60%	.304	76,30%
Links	.329	73,70%	.408	76,00%	.297	75,30%

Wenn um die Geeignetheit bestimmter Prädispositionen als Prognoseinstrument im Hinblick auf das Wahlverhalten geht, mögen sich zwar durchaus bis hierher die Parteiidentifikationen als das treffsichere Instrument handeln. Zieht man jedoch ins Kalkül, dass bei den ideologischen Einstellungen zum Einen kaum die Gefahr besteht tautologische Ergebnisse zu generieren und zudem weit mehr Probanden bei einer Erhebung eine ideologische Selbsteinstufung abgeben als ein Bekenntnis zu einer bestimmten Partei und sich ideologische Einstellungen zudem als stabiler erweisen als die im Kapitel II.2.1.5. dargestellten Entwicklungen der Parteibindungen, ist die ideologische Selbsteinstufung insgesamt das zuverlässigere Instrument.

IX.2. Wahlverhalten und einzelne Werteorientierungen

Im nächsten Schritt gilt es wie angekündigt zu analysieren, ob bestimmte Parteien eventuell weniger aufgrund ihrer erklärten oder zugesprochenen Eigenschaft als Vertreterin einer allgemeinen ideologischen Ausrichtung gewählt werden, sondern aufgrund ihres Eintretens für bestimmte gesellschaftliche Wertvorstellungen. Gesteigertes Interesse gilt dabei insbesondere jenen Parteien, bei denen in Kapitel IX.1. kein signifikanter Zusammenhang mit den ideologischen Einstellungen festgestellt werden konnte. Für die Wahl dieser Parteien müssen demzufolge – sofern sie nicht vornehmlich aufgrund von kurzfristigen Faktoren gewählt werden – andere bzw. spezielle kulturelle Prädispositionen wahlentscheidend(er) sein als die allgemeine ideologische Orientierung. Es wurden daher zunächst einmal die jeweiligen Korrelationen (nach Pearson) zwischen den einzelnen Parteien sowie den jeweiligen Werteindikatoren einschließlich der „Wertebündel“ Geburtsjahr und Geschlecht berechnet. Ebenso wurden die bereits eingeführten (potenziellen) Moderator- und Strukturvariablen Bildung, politisches Interesse und Einkommen mit berücksichtigt, womit alle bis hierher behandelten Konfliktvarianten grundsätzlich auch im Bezug auf das konkrete Wahlverhalten untersucht

werden können. Neben der Frage, welche gesellschaftlichen Werteorientierungen mit der Wahl welcher politischen Partei in signifikantem Zusammenhang stehen, interessiert zudem wie sich – daraus folgend – letzten Endes die einzelnen Parteiwählerschaften hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Werteorientierungen und strukturellen Merkmale im jeweiligen Aggregat darstellen, sich ähneln oder unterscheiden. Deswegen und um einen Vergleich zu haben, auf welchem Niveau sich die einzelnen Zusammenhänge vollziehen, wurden für alle relevanten Parteien sowie die Nichtwähler auch die jeweiligen Mittelwerte aller Werteindikatoren sowie der strukturellen Merkmale berechnet. Des Weiteren findet auch hier mittels graphischer Aufarbeitung eine detaillierte Untersuchung des Wahlverhaltens der einzelnen (bzw. wo fallzahlenbedingt oder aufgrund metrischer Skalierung nicht anders sinnvoll möglich, klassierten) Werteindikatoren-Kategorien statt. Hierdurch soll wiederum verifiziert und eruiert werden, ob und wie sich die, durch die Korrelationen (nicht) angezeigten Zusammenhänge im ihrem konkreten Verlauf über die einzelnen Kategorien darstellen. Es gilt also parallel und anschaulich zu überprüfen ob beispielsweise (1) insignifikante Korrelationen tatsächlich keinen Zusammenhang zwischen Werte-/Struktur-Indikator und Wahlverhalten anzeigen oder nicht stattdessen ein U-förmiger (und damit gegebenenfalls *auch* interpretierbarer) Zusammenhang vorliegt und (2) ob signifikante Korrelationen im Detail einen proportionalen oder einen sprunghaften Verlauf der Zusammenhänge zwischen Indikator und Wahlverhalten repräsentieren.

IX.2.1. Werteorientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland

In West-Deutschland stellte sich im ersten Abschnitt IX.1. im Wesentlichen die FDP als die Partei heraus, deren Anhänger nicht eindeutig einem politischen Lager zugeordnet werden konnten. Der ziemlich magere Zusammenhang zeigte zwar grundsätzlich in die erwartete Richtung – also in Richtung des rechten Lagers – war jedoch nicht annähernd signifikant.

Die Überprüfung der Einzelindikatoren liefert hier ein genaueres Bild über die gesellschaftlichen Werteorientierungen, die dazu geeignet sind zu einer Wahlentscheidung zugunsten der FDP beizutragen. Hierbei handelt es sich mit deutlichem Abstand vor allen anderen Indikatoren um den Faktor Sozioökonomie (vgl. Tabelle 22). Demnach sind in erster Linie marktwirtschaftliche Orientierungen entscheidend für die Wahl der FDP. Erinnert man sich an das „Kompass-Nadel-Modell“ (vgl. Abbildung 28), welches für West-Deutschland eine geringe Bedeutung sozio-ökonomischer Einstellungen hinsichtlich der Gesamtbedeutung der Pole

der Links-Rechts-Achse anzeigte, ergibt sich hieraus ein stimmiges Bild: Da für die FDP sozioökonomische Wertvorstellungen wahlentscheidend sind, diese jedoch in der west-deutschen Links-Rechts-Dimension nur marginal eine Rolle spielen, konnte dies folglich auch nur einen geringen Zusammenhang mit der FDP haben. Die marktwirtschaftliche Orientierung der FDP-Wählerschaft welche auch im geringsten sozioökonomischen Mittelwert von allen Parteianhängerschaften zum Ausdruck kommt (vgl. Tabelle 23), zeigt jedoch, dass diese Partei

Tabelle 22: Wahlverhalten und Einzelwerte in West-Deutschland

Korrelationen nach Pearson	CDU	SPD	FDP	Grüne	LINKE	Schwarz-Gelb	Rot-Grün	Links	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**.409****	**-.228****	,037	**-.238****	**-.257****	**.424****	**-.368****	**-.496****	**-.081***
Ortsgröße	**-.216****	**.152****	,034	,050	**.109****	**-.192****	**.171****	**.223****	.061*
Inglehart-Index	**-.171****	-,063	**.084***	**.138****	**.124****	**-.117****	,033	**.097***	**.068***
Sozioökonomie	**-.178****	,066	**-.127****	**.117****	**.158****	**-.252****	**.138****	**.217****	**.174****
Toleranz	**-.170****	**.140****	,002	**.107****	,043	**-.166****	**.197****	**.215****	-,056
Kirchgang	**-.280****	**.080***	**.084***	,051	**.211****	**-.226****	**.106****	**.214****	**.188****
Kath.-Ev. (Konfess.)	**-.200****	**.201****	,000	-,016	,071	**-.200****	**.176****	**.204****	-,038
Umwelt	**.088***	-,042	,055	**-.106****	-,021	**.120****	**-.108****	**-.116****	**.087****
Familie	**.253****	**-.090***	-,051	**-.140****	**-.120****	**.219****	**-.174****	**-.232****	**-.090****
Bildung	,004	**-.078***	**.087***	**.088***	-,029	,056	-,013	-,028	**-.091****
Pol. Interesse	,060	,031	-,061	-,059	-,012	,023	-,011	-,017	**.231****
Einkommen	,044	-,064	**.110****	-,006	-,031	**.110****	-,062	-,077	**-.127****
Geschlecht	,014	,043	-,044	,044	**-.076***	-,013	,068	,027	,016
Geburtsjahr	**-.262****	,037	028	**.284****	,043	**-.242****	**.221****	**.237****	**.157****

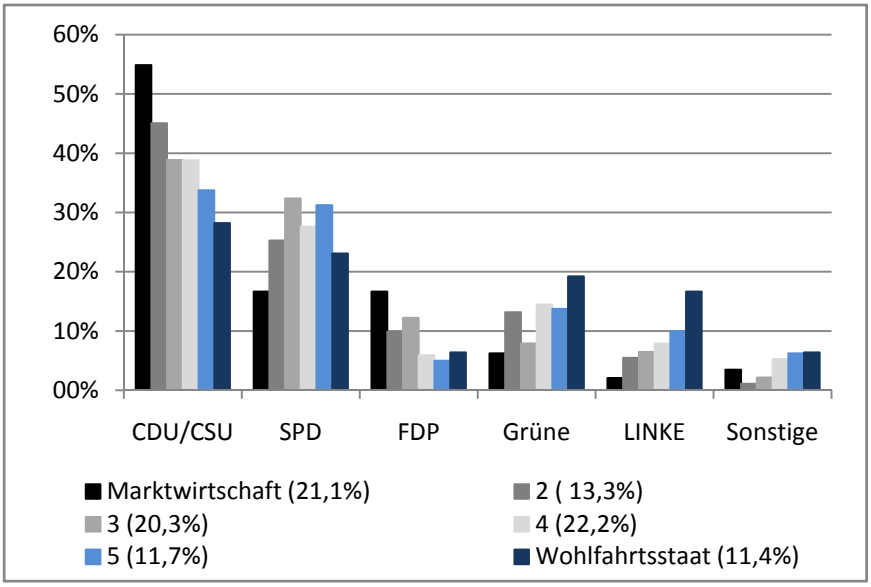
Tabelle 23: Index-Mittelwerte der Parteien in West-Deutschland[177]

	Landes-Mittelwert	CDU/CSU	SPD	FDP	Grüne	LINKE	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**5,21**	**6,19**	**4,61**	5,49	**4,17**	**3,72**	**5,00**
Ortsgröße	**4,27**	**3,71**	4,67	4,39	4,45	**4,92**	4,42
Inglehart-Index	**2,63**	**2,37**	2,47	**2,82**	**2,96**	**3,01**	**2,72**
Sozioökonomie	**4,45**	**4,03**	**4,43**	**3,83**	**4,69**	**4,98**	**4,75**
Toleranz	**4,69**	**4,39**	**5,21**	4,78	**5,32**	5,06	4,55
Kirchgang	**4,86**	**4,05**	**4,85**	**5,05**	4,86	**5,91**	**5,31**
Kath.-Ev. Konfession	**1,48**	**1,38**	**1,65**	1,49	1,46	1,64	1,45
Umwelt	**2,18**	**2,20**	2,12	2,23	**2,03**	2,12	**2,24**
Familie	**2,27**	**2,41**	**2,24**	2,24	**2,15**	**2,13**	**2,23**
Bildung	**3,19**	3,26	**3,12**	**3,51**	**3,49**	3,15	**3,06**
Pol. Interesse	**2,07**	2,00	1,98	1,83	1,84	1,92	**2,30**
Einkommen	**6,56**	6,82	6,52	**7,33**	6,69	6,52	**6,22**
Geschlecht	**1,52**	1,52	1,55	1,44	1,57	**1,37**	1,53
Geburtsjahr	**1959**	**1951**	1958	1958	**1971**	1960	**1963**

[177] Jene Mittelwerte der Werteindikatoren der einzelnen Parteianhängerschaften, welche – ausgehend vom Landesmittelwert – eher in die rechte bzw. autoritäre Richtung weisen, wurden rechtsbündig gestellt und umgekehrt. Fett-gedruckte Mittelwerte korrespondieren dabei mit den signifikanten Korrelationen des jeweiligen Zusammenhangs in Tabelle 16.

richtigerweise dem rechten ideologischen Lager zugeordnet wurde obwohl man darauf hinweisen muss, dass sie hier – im Vergleich zur größeren Lagerpartei CDU/CSU – eher die Anlaufstelle für jene marktwirtschaftlich orientierten Wähler bildet, welche in sozio-kulturellen Fragen eher säkular und postmaterialistisch eingestellt sind. Die FDP-Wähler sind im dabei im Mittel noch kirchenferner als die der Grünen, gehören jedoch wie diese deutlich den oberen Bildungs- Einkommensschichten an. Letzterer Punkt ist dabei bei der FDP sowohl korrelationsmäßig als auch hinsichtlich des Mittelwertvergleichs am deutlichsten ausgeprägt, was die Partei de facto tatsächlich zur viel zitierten „Partei der Besserverdienenden“ in West-Deutschland macht.

Abbildung 47: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland



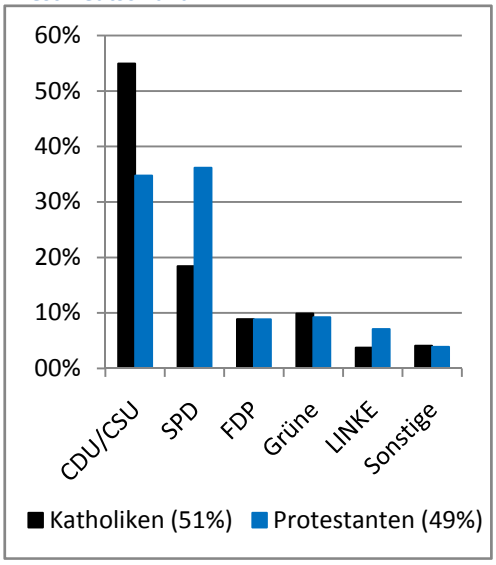
Sozio-ökonomische Werteprioritäten beeinflussen jedoch nicht nur die Wahlentscheidung zu Gunsten der FDP und der CDU/CSU. So präferieren Personen mit wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen in West-Deutschland in erster Linie die Grünen und DIE LINKE, während zur Wahl der SPD (1) kein signifikanter Zusammenhang besteht und (2) die SPD-Wählerschaft hinsichtlich ihrer sozioökonomischen Orientierungen im Mittel in etwa so marktwirtschaftlich bzw. wohlfahrtsstaatlich eingestellt ist wie die West-Deutschen insgesamt. Wie die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 47)[178] zeigt, wächst dabei die Zustimmung zur SPD, ausgehend von den „Marktwirtschaftlern“, nur etwa bis zu den mittleren sozioökonomischen

[178] Für die graphische Darstellung wurden die Werte des Sozioökonomie-Indexes zu sechs Klassen zusammengefasst, welche wie folgt gebildet wurden: Die erste (letzte) Klasse umfasst alle Indexwerte die kleiner (größer) sind, als der Mittelwert minus (plus) einer Standardabweichung. Die zweite (fünfte) Klasse umfasst alle Indexwerte die größer (kleiner) sind als die der ersten (letzten) Klasse und kleiner (größer) als der Mittelwert minus (plus) einer halben Standardabweichung. Die Werte der Klassen drei und vier umfassen dementsprechend alle Indexwerte welche sich innerhalb des Intervalls einer halben Standardabweichung unterhalb bzw. oberhalb des Mittelwertes befinden.

Gruppen, welche bestenfalls leichte Präferenzen in die marktwirtschaftliche bzw. wohlfahrtsstaatliche Richtung haben, an um dann bei Personen mit klar wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen wieder abzusinken. Das bedeutet also faktisch, dass wohlfahrtsstaatliche Orientierungen in Bezug auf die SPD nicht (mehr) wahlentscheidend sind. Im Mittelwertvergleich stellt sich der durchschnittliche SPD-Wähler sogar minimal marktwirtschaftlicher dar als der Durchschnitts-Westdeutsche, während sich die klar wohlfahrtsstaatlich orientierten Wähler parteipolitisch klar in Richtung der Grünen und den LINKEN orientieren, was sich sowohl in der Korrelation als auch im Mittelwertvergleich zwischen den Parteiwählerschaften zeigt.

Sofern die westdeutsche SPD (noch) eine Funktion als Cleavage-Partei erfüllt, dann am ehesten im konfessionellen Konflikt als Partei der Protestanten (vgl. Abbildung 48, Tabelle 23).

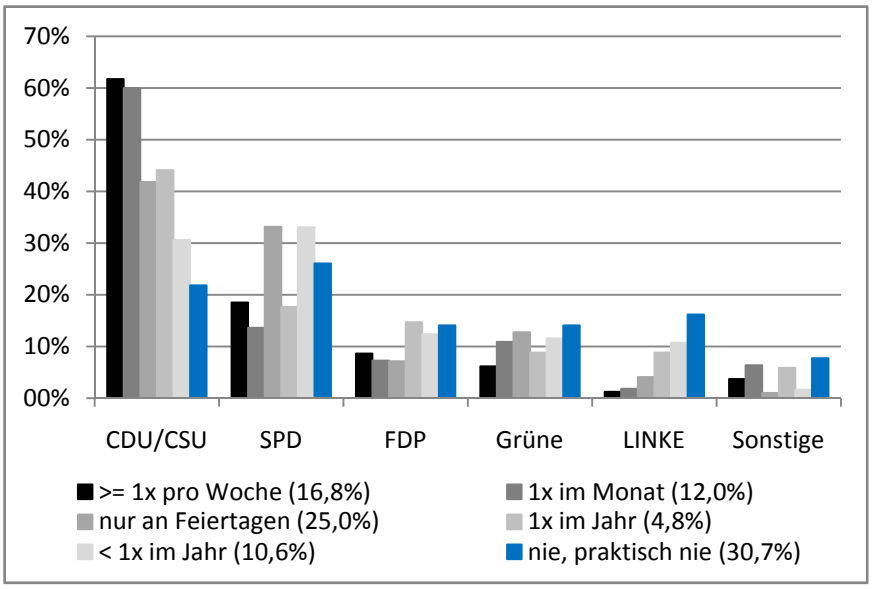
Abbildung 48: Konfession und Wahlverhalten in West-Deutschland



Mit der Dominanz der CDU/CSU unter katholischen Wählern konnte dabei gerechnet werden, dass sich jedoch die protestantischen Wähler ebenso deutlich zur SPD orientieren, während alle anderen Parteien – außer auf entsprechend niedrigerem Niveau die LINKEN – von diesem Gegensatz so unberührt bleiben, wie es insbesondere die graphische Darstellung verdeutlicht, überrascht dann doch.

Der mit dem konfessionellen Gegensatz verwandte Konflikt zwischen religiösen und säkularen Werteorientierungen manifestiert sich dagegen parteipolitisch weniger eindeutig, aber dennoch grundsätzlich entsprechend den Erwartungen: So nimmt die Präferenz für die CDU/CSU mit steigender Kirchgangs-Frequenz und der damit implizierten Nähe zu religiösen Wertvorstellungen kontinuierlich zu, während sie für alle anderen Parteien tendenziell abnimmt (vgl. Abbildung 49). Am deutlichsten und signifikantesten ist dabei der statistische Zusammenhang bei CDU/CSU und den LINKEN. Der lediglich schwach ausgeprägte und schwach signifikante Zusammenhang mit der SPD verschwindet dabei annähernd vollständig (.042 n.s.), wenn man nach Konfession kontrolliert und damit berücksichtigt, dass Protestanten – wie bereits die Konsistenztabellen (vgl. Tabellen 9 & 16) angezeigt haben – zum einen allgemein seltener einen Gottesdienst besuchen als Katholiken

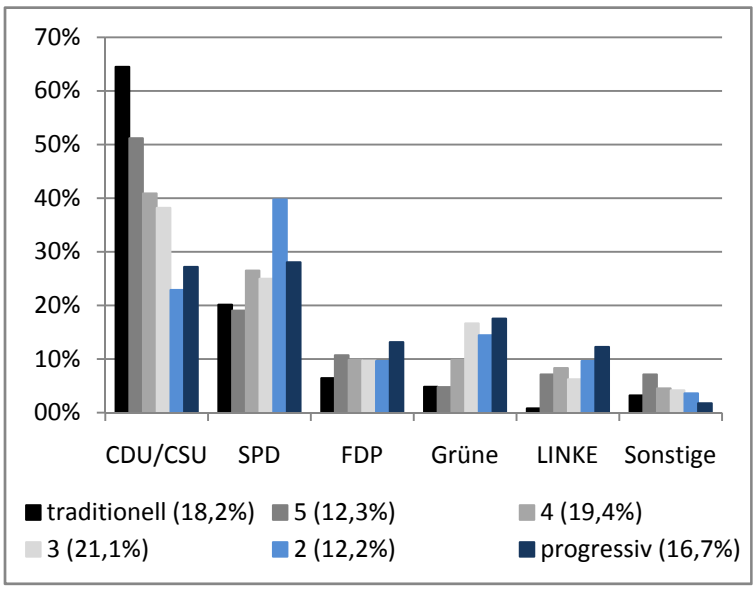
Abbildung 49: Kirchennähe/-Ferne und Wahlverhalten in West-Deutschland



und zum anderen den stark überwiegenden Teil der SPD-Wählerschaft stellen. Bei CDU/CSU bewirkt hingegen die Kontrolle des Faktors Konfession nur eine sehr geringe Abschwächung der Korrelation mit der Kirchgangs-Frequenz auf -.251**. Ebenso verliert der Zusammenhang zwischen Konfession und CDU/CSU-Wahl nur vergleichsweise wenig an Bedeutung, wenn man ihn mit dem Faktor Kirchgang kontrolliert (-.154**). In Bezug auf die LINKE erzeugt die Kontrolle von Konfession ebenfalls keine spürbare Reduktion des Zusammenhangs mit dem Kirchgang (.201**). Nur etwas mehr sinkt hingegen die Korrelation zwischen CDU-Wahl und Kirchgang bei Kontrolle des Geburtsjahres (-.224**) und selbst bei Kontrolle von Geburtsjahr und Konfession beträgt der Zusammenhang immer noch -.188**, während das Geburtsjahr auf den Zusammenhang mit der LINKEN praktisch keine Auswirkungen hat. Es kann daher insoweit festgehalten werden, dass sich konfessionelle Konflikte in West-Deutschland parteipolitisch zwischen SPD und CDU/CSU und religiös-säkulare Konflikte zwischen LINKEN und CDU/CSU abspielen. Im Hinblick auf die SPD ist dabei der religiöse Aspekt über den konfessionellen Zusammenhang weitgehend „eingepreist". Es handelt sich zudem bei der (Nicht-)Religiosität um einen weitgehend eigenständigen Effekt, der einzig in seiner Wirkung auf die Wahl der Unionsparteien zu etwa einem Drittel durch die Konfessionszugehörigkeit und das Geburtsjahr moderiert wird. Religiöse Menschen wählen folglich unabhängig von Alter und Konfessionszugehörigkeit eher die Unionsparteien.

Betrachtet man sich die Korrelationen der einzelnen Werteorientierungen und der Wahl der Grünen etwas genauer, fällt zunächst auf, dass Umwelt-Aspekte hier bei Weitem nicht den stärksten Zusammenhang darstellen (vgl. Tabelle 22). Stattdessen sind neben dem starken Einfluss, der von wohlfahrtsstaatlichen sozio-ökonomischen Orientierungen auf die Wahl der

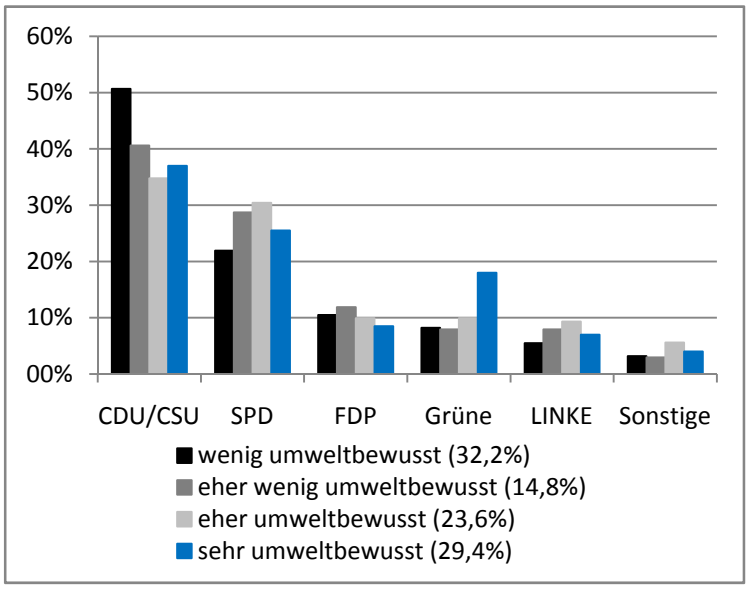
Abbildung 50: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in West-Deutschland



Grünen ausgeht, insbesondere die Geschlechterrollen- und Familienbilder des Individuums relevant. So begünstigen hier progressive Einstellungen klar die Wahl der Grünen sowie der LINKEN während traditionelle Geschlechterrollen- und Familienbilder ausschließlich die Wahl der CDU/CSU begünstigen. Progressive Einstellungen begünstigen zwar grundsätzlich auch die Wahl der SPD, jedoch ist hier die Korrelation nur schwach signifikant. Die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 50)[179] zeigt hier jedoch einen klaren Trend. Wie die Konsistenztabellen (vgl. Tabellen 9 & 16) zeigten, stehen Einstellungen hinsichtlich Geschlecht und Familie in starkem und hoch signifikanten Zusammenhang mit den Faktoren Kirchgang und Konfession, was sich bei einer statistischen Kontrolle dieser Faktoren zumindest bei CDU/CSU und LINKE auch deutlich zeigte. So vermindern sich bei Kontrolle des Faktors Kirchgang die Korrelationen zwischen dem Familienindex und der Wahl von Union bzw. LINKE auf .178** bzw. -.055 n.s. Hinsichtlich der Wahl der Grünen verändert sich im selben Szenario die Korrelation dagegen nur in nicht nennenswertem Umfang. Ebenso zeigten bereits die Untersuchungen der möglichen Alterskonflikte in Kapitel VII.2., dass konservative Vorstellungen insbesondere in den älteren Jahrgängen verankert sind. So vermindert sich die Korrelation zwischen CDU bzw. LINKE-Wahl und Familienwerten bei Kontrolle des Faktors Geburtsjahr auf .169** bzw. -.112** und kombiniert mit der Kontrollvariable Kirchgang auf insgesamt .118** bzw. -.063 n.s. Die Kontrolle des Faktors Konfession bewirkt wiederum keine erwähnenswerten Veränderungen der Zusammenhänge. Es ist daher davon auszugehen, dass die Wirkungen, die von traditionellen Familienvorstellungen auf die Wahl der Union ausgehen sich nur teilweise aus den eher religiösen Werteorientierungen und der Generationenzugehörigkeit der überwiegend katholischen und

[179] Für die graphische Darstellung wurden die einzelnen Werte des der sogenannten Familienindexes analog der Vorgehensweise im Zusammenhang mit der Darstellung des Zusammenhangs zwischen Sozioökonomie-Index und dem Wahlverhalten zu sechs Klassen zusammengefasst.

Abbildung 51: Ökologische Orientierungen und Wahlverhalten in West-Deutschland

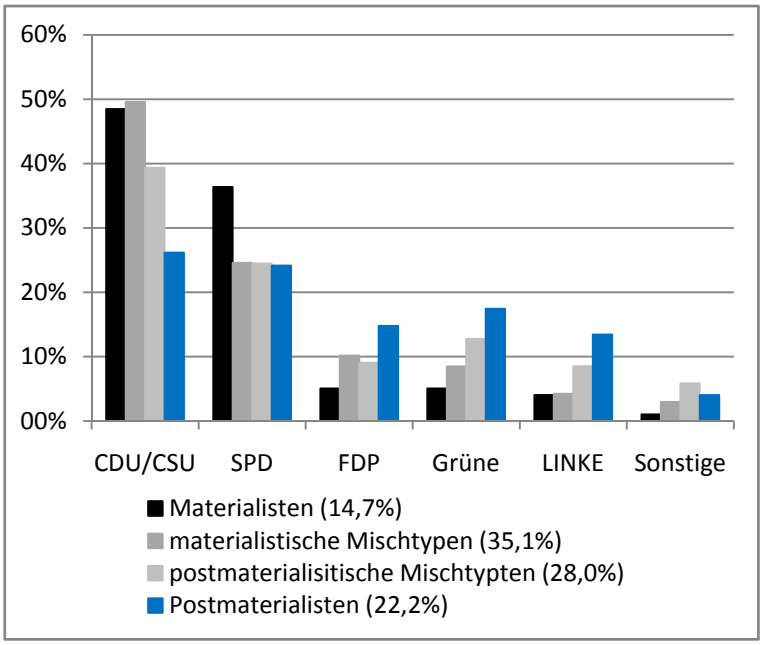


älteren CDU-Wähler ableiten und somit hier durchaus ein eigenständiger Effekt vorliegt. Hinsichtlich der LINKEN erklärt sich der Zusammenhang hingegen fast vollständig durch die Faktoren Kirchenferne und Generationenzugehörigkeit.

Im Zusammenhang mit dem Ökologie-Aspekt sowie mit dem Postmaterialismus verlaufen die unterschiedlichen parteipolitischen Präferenzen der verschiedenen Wählergruppen wiederum im Wesentlichen zwischen CDU/CSU und den Grünen (vgl. Tabelle 22). Beide Indizes korrelieren zwar nicht signifikant miteinander (vgl. Tabellen 9 &16), dennoch stehen sich jeweils die Wähler der Union und die Wähler der Grünen mit den divergierendsten Vorstellungen bzw. Prioritäten gegenüber. Hinsichtlich des Umwelt-Aspekts ist dabei der Zusammenhang mit der Union nur schwach signifikant, der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 23) sowie die detailierte graphische Darstellung(vgl. Abbildung 51)[180] zeigen jedoch klar an, dass Personen mit geringerem Umweltbewusstsein eher zur CDU/CSU – aber auch zur FDP – tendieren. Kein statistisch signifikanter Zusammenhang findet hingegen in Bezug auf die SPD. In der graphischen Ansicht zeigt sich dabei – ähnlich wie bereits bei den sozioökonomischen Orientierungen – ein mehr oder weniger umgekehrt U-förmiger Zusammenhang zwischen der Stärke ökologischer Orientierungen und der SPD-Wahl. Für den politischen Wettbewerb bedeutet die Häufung solcher Zusammenhänge praktisch, dass die SPD offenbar einerseits in vielerlei Hinsicht die Partei der „Mitte“ ist, zu welcher Personen mit jeweils gemäßigten Werteorientierungen überproportional hin tendieren. Weniger wohlwollend könnte man jedoch auch vom Verlust eines klaren Profils sprechen, welches sie für Wähler mit bestimmten Werteprioritäten zur ersten Wahl macht. Noch pessimistischer könnte man die Situation so interpretieren, dass der Wettbewerb um wertgeladene Politik möglicherweise zukünftig

[180] Für die graphische Darstellung wurden die einzelnen Werte des der sogenannten Umweltindikators zu vier Klassen zusammengefasst. Die erste (vierte) Klasse umfasst dabei alle Indexwerte die größer (kleiner) sind als der Mittelwert plus (minus) einer halben Standardabweichung. Die zweite bzw. dritte Klasse enthält alle Werte sich zwischen der den Werten der ersten bzw. vierten Klasse und dem Mittelwert befinden.

Abbildung 52: (Post-)Materialismus und Wahlverhalten in West-Deutschland



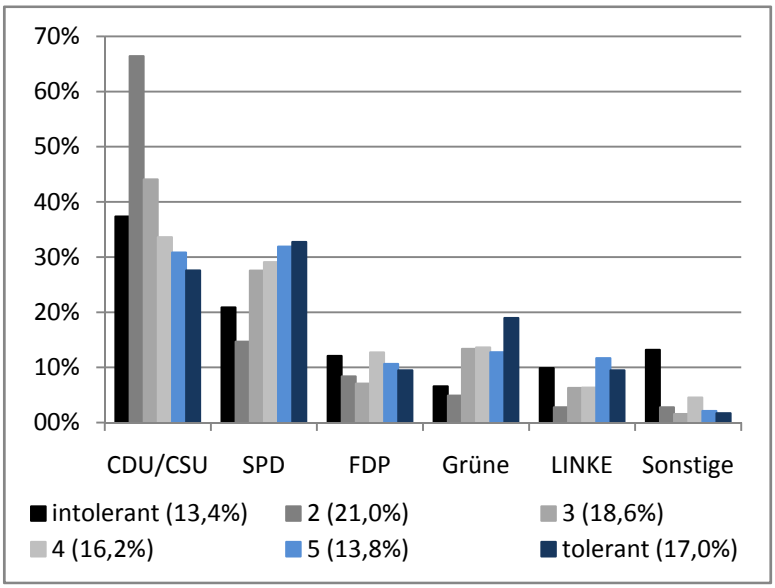
hauptsächlich zwischen den Unionsparteien und den Grünen ausgetragen wird und die SPD somit zunehmend an langfristiger Bindungskraft auf bestimmte Wählerschichten und damit auch an Bedeutung verlieren wird.

Hinsichtlich des Gegensatzes um materialistische versus postmaterialistische Staatszielpräferenzen sieht es auch hier speziell für die SPD nicht besser aus: So zeigen auch bei diesem Indikator die Korrelationen (vgl. Tabelle 22), die Mittelwerte (vgl. Tabelle 23) sowie die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 52) klare Zusammenhänge in erster Linie für alle anderen Parteien an. So steht die Wahl von CDU und CSU klar in Zusammenhang mit dem Ausmaß der materialistischen Staatszielpräferenzen, während Personen mit postmaterialistischen Orientierungen ebenso deutlich zu den Grünen – aber auch zur LINKEN und zur FDP – tendieren. Die SPD kann hier lediglich bei der kleinsten Gruppe der reinen Materialisten eine überproportionale Zustimmung erzielen. Insgesamt ist dabei die Wählerschaft der SPD - gemessen am Landesdurchschnitt – wie noch stärker die Union eine Partei mit einer klar materialistischen Wählerschaft, während auf der anderen Seite die Wählerschaft der LINKEN – gefolgt von jener der Grünen und der der FDP – die Postmaterialistischste ist.

Ausgehend von den starken Effekten, die vom Indikator ‚Toleranz gegenüber Ausländern' bereits auf die Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Dimension ausgegangen sind, konnte grundsätzlich auch mit starken Effekten auf die Wahl bestimmter Parteien gerechnet werden. Diese Erwartung bestätigte sich zwar grundsätzlich, jedoch nicht immer in der erwarteten Stärke: So tendieren zwar Wähler mit intoleranten Einstellungen gegenüber Immigranten parteipolitisch grundsätzlich zur CDU/CSU, der Zusammenhang ist jedoch hier wesentlich schwächer als beispielsweise die Faktoren Kirchgang, Konfession, Familie sowie der Stadt-Land-Aspekt und bewegt sich auf dem Niveau des sozioökonomischen und des

materialistischen Aspekts (vgl. Tabelle 22). Ebenso überrascht, dass von toleranten Einstellungen die Sozialdemokraten stärker profitieren als die Grünen, deren Wählerschaft jedoch im Mittel trotzdem auf hohem Niveau noch etwas toleranter ist, während bei den LINKEN die durchschnittliche Toleranz wieder spürbar nachlässt und hier zunächst auch kein statistisch signifikanter Zusammenhang erkennbar ist (vgl. ebd. sowie Tabelle 23). Wie jedoch im nächsten Schritt die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 53)[181] zeigt, mildert insbesondere das Wahlverhalten der intolerantesten Wähler einige Zusammenhänge ab. So steigt zwar die Präferenz für die Unionsparteien mit dem Ausmaß intoleranter Einstellungen grundsätzlich an, reißt jedoch dann bei der intolerantesten Gruppe ab. Aus dieser Gruppe konstituiert sich dann zum einen im Wesentlichen die Wählerschaft der extremen und radikalen rechten Parteien NPD, DVU und Republikaner, welche in diesem Zusammenhang unter den sonstigen Parteien subsummiert werden und zum anderen zeigt sich innerhalb dieses Wählersegments eine fast ebenso starke Begeisterung für DIE LINKE, für welche sich ansonsten ein klarer Trend in Richtung einer relativen Bevorzugung durch tolerante Wähler ablesen lässt.

Abbildung 53: (In-)Toleranz und Wahlverhalten in West-Deutschland



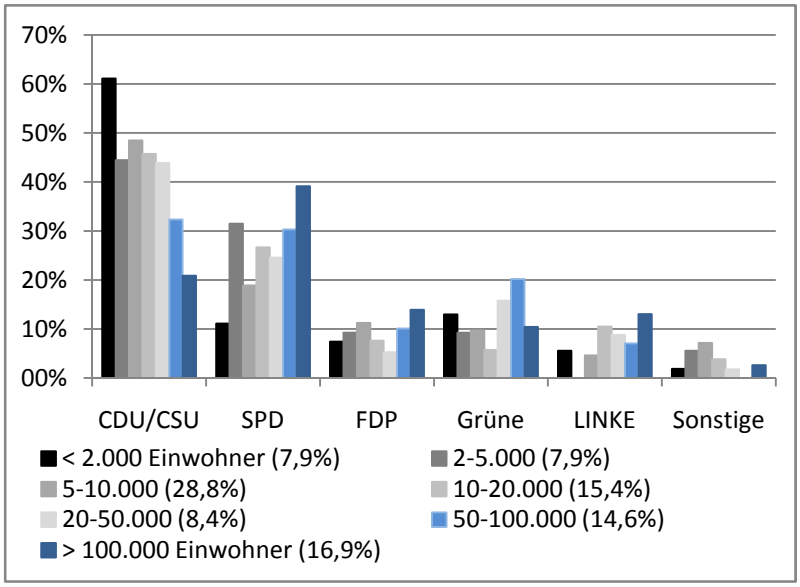
Dieser überproportionale Zuspruch für DIE LINKE aus den Reihen extrem intoleranter Wähler dürfte jedoch weniger durch eben diese sozio-kulturellen Werteorientierungen motiviert sein, als vielmehr durch deren Sozioökonomische. Wie bereits im Kapitel VI. festgestellt wurde, gehen intolerante Einstellungen gegenüber Immigranten grundsätzlich konform mit marktwirtschaftlichen sozioökonomischen Einstellungen – nicht jedoch bei der intolerantesten Gruppe. Wie bereits die Abbildung 19 verdeutlichte, knickt dieser Trend ab hier massiv in die Gegenrichtung ab. Extrem intolerante Einstellungen gegenüber Migranten gehen folglich entgegen der allgemeinen Tendenz eher mit wohlfahrtsstaatlichen sozioökonomischen Ein-

[181] Für die graphische Darstellung wurden die einzelnen Werte des sogenannten Toleranz-Indexes analog der Vorgehensweise im Zusammenhang mit der Darstellung des Zusammenhangs zwischen Sozioökonomie-, Familien- sowie Umwelt-Index und dem Wahlverhalten zu sechs Klassen zusammengefasst.

stellungen einher, wodurch dieses Wählersegment in sozialen und ökonomischen Fragen den Wählern des linken und des extrem linken ideologischen Spektrums näher steht als den Wählern des moderaten rechten Spektrums. Für diese Wähler wären demzufolge sowohl die Parteien der extremen Rechten wie der extremen Linken gleichermaßen wählbar. Wie bereits die Untersuchung der Einzelwerte im Zusammenhang mit der ideologischen Links-Rechts-Achse im Kapitel V. gezeigt haben, beginnt scheinbar ab einem gewissen Punkt im rechten Spektrum eine „andere Rechte“ – also eine Personengruppe, welche sich von den moderaten rechten Wählern nicht nur dadurch unterscheiden, dass bei ihnen die grundsätzlich gleichen Wertemuster lediglich stärker ausgeprägt sind. Stattdessen beginnt ab hier ein Wählersegment dessen Wertemuster eine in wichtigen Aspekten divergierende Wertekomposition aufweist, welche inkonsistent zum allgemeinen „Werte-Mainstream“ verläuft.

Ein deutlicher Einfluss auf das Wahlverhalten geht in West-Deutschland auch vom „Wertebündel“ Wohnumfeld aus (vgl. Tabelle 22): So tendieren die westdeutschen Wähler umso stärker zur CDU/CSU, je ländlicher das Gebiet ist, in dem sie beheimatet sind. Im Gegenzug steigt die Attraktivität von SPD und LINKEN mit der Urbanität von Egos Wohnumfeld. Kein statistisch signifikanter Zusammenhang zeigt sich hingegen für die Wahl von FDP und Grünen, die Mittelwerte (vgl. Tabelle 23) zeigen jedoch für beide Parteien insgesamt eher eine Präferenz durch städtische Wähler an, während sich bei den Wählerschaften der Union bzw. der SPD und den LINKEN ein wesentlich deutlicheres rurales bzw. urbanes Übergewicht zeigt. Der Zusammenhang ist dabei insgesamt am stärksten bei der Union, was unter anderem darauf zurückgeführt werden kann, dass laut den Konsistenztabellen (vgl. Tabellen 9 & 16) in ländlichen Gebieten zum einen die Nähe zur Kirche und damit zu religiösen Wertvorstellungen wesentlich größer ist als in den Städten und zum anderen die für die Union besonders wichtige Wählergruppe der Katholiken sowie der älteren Menschen allgemein, überproportional in ländlichen Gebieten lebt.

Abbildung 54: Wohnumfeld und Wahlverhalten in West-Deutschland



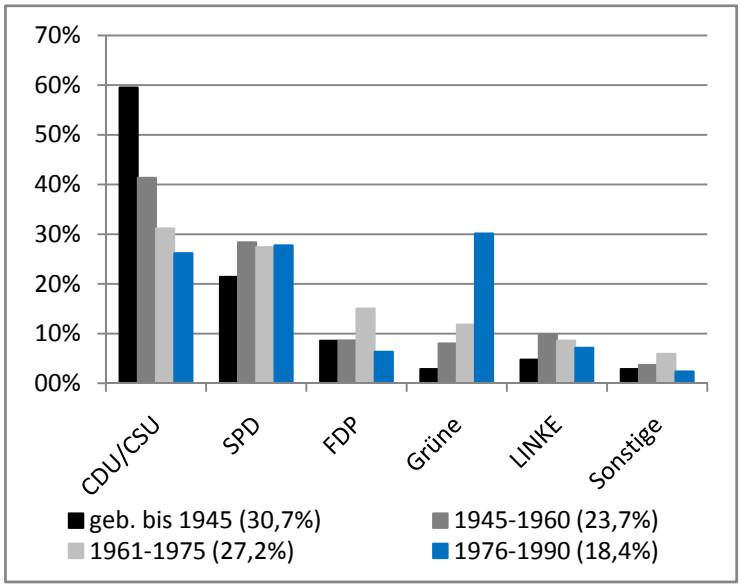
Außerdem werden mit der Ländlichkeit des Wohnorts auch die Geschlechterrollen- und Familienbilder zunehmend traditioneller und die Stärke des Umweltbewusstseins nimmt signifikant ab. Ebenso werden die Einstellungen gegenüber Immigranten auf dem Land zwar tendenziell und signifikant intoleranter wobei dieser Zusammenhang jedoch wesentlich schwächer ist, als die zuvor genannten Wertekorrelationen. Gerade noch leicht signifikant zeigt sich auch eine eher marktwirtschaftliche sozio-ökonomische Orientierung in den ländlichen Gebieten. In der Summe bündelt sich also im Stadt-Land-Gegensatz eine Vielzahl von Wertepräferenzen, die bereits in Hinblick auf die Bedeutung der ideologischen Links-Rechts-Dimension ein konsistentes Bild darstellten (vgl. Kapitel VI.). Das heißt, dass eine ländliche (städtische) Wohnumgebung hinsichtlich aller übrigen Werteindikatoren tendenziell mit Werteorientierungen eihergeht, welche sozio-kulturell in Richtung des autoritären (libertären) Pols weisen bzw. bezogen auf die ideologische Links-Rechts-Dimension als eher rechts (links) gelten, und sich somit auch im Wahlverhalten zugunsten der SPD und der LINKEN bei den Stadtbewohnern und der CDU/CSU bei den Landbewohnern durchschlägt.

Das Merkmal Geburtsjahr ist – wie in den Ausführungen des Kapitels VII.2. erläutert – ähnlich wie das Wohnumfeld ebenfalls keine Werthaltung an sich, vielmehr kann davon ausgegangen werden, dass sich bestimmte Werthaltungen oder Wertemuster sozialisationsbedingt in bestimmten Geburtenjahrgängen stärker manifestieren als in anderen und die betroffenen Generationen demzufolge auch die Parteien in unterschiedlicher Intensität als die Sachwalter ihrer Interessen und Repräsentanten ihrer gesellschaftlichen Wertvorstellungen empfinden. Bereits im Kapitel VII.2. wurde dabei für West-Deutschland ein Generationeneffekt hinsichtlich der ideologischen Einstellungen festgestellt. Ebenso konnten bezüglich zahlreicher einzelner Werteindikatoren gewisse Trends über die Geburtsjahrgänge hinweg festgestellt, welche jedoch mangels vergleichbarer Indikatoren in älteren Datensätzen nicht genauer als Lebenszyklus-, Generationen- oder Periodeneffekt spezifiziert werden konnten[182]. Grundsätzlich zeigten sich jedoch starke, signifikante Tendenzen nachdem die älteren Jahrgänge hinsichtlich ihrer Geschlechterrollen- und Familienbilder in hohem Maße traditioneller eingestellt sind als die jüngeren Jahrgänge. Ebenso steigt die Nähe zur Kirche in den älteren

[182] Theoretisch hätte man lediglich den religiös-säkularen, den Postmaterialismus-Materialismus sowie den Stadt-Land-Gegensatz mit den Daten aus älteren EVS-Datensätzen nachzeichnen können, während die Rekonstruktion eines vergleichbaren Sozioökonomie-, Toleranz-, Familien- oder Umwelt-Indikators nicht möglich gewesen wäre. Aus diesem Grunde wurde insgesamt darauf verzichtet zu klären, ob es sich auch bei denen – über die Geburtenjahrgänge hinweg variierenden – einzelnen gesellschaftlichen Werteorientierungen um Generationen- oder Lebenszykluseffekte handelt.

Jahrgängen merklich an und die Einstellungen gegenüber Immigranten werden spürbar intoleranter. Des Weiteren sind die älteren Jahrgänge wesentlich materialistischer eingestellt als die jüngeren. In der Summe ergibt sich daraus ein Gegensatz, welcher sich parteipolitisch insbesondere in einem altersspezifischen Wahlverhalten zugunsten der CDU/CSU und den Grünen manifestiert (vgl. Tabelle 22). Hinsichtlich aller anderen Parteien zeigen sich keine auch nur annähernd signifikanten Korrelationen und auch der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 23) zeigt an, dass sich lediglich die Wählerschaften von Union und Grünen im Altersdurchschnitt wesentlich vom Landesdurchschnitt abheben: So ist die CDU/CSU-Wählerschaft im Mittel circa acht Jahre älter und die grüne Wählerschaft rund 12 Jahre jünger als der Durchschnitts-Westdeutsche. Bei den Wählerschaften von SPD und FDP sowie der LINKEN beträgt dagegen die Abweichung im Durchschnitt gerade einmal rund ein Jahr. Die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 55) verdeutlicht diesen Zusammenhang noch einmal detaillierter, wobei zum Zwecke der Darstellung die Angehörigen der einzelnen Geburtenjahrgänge zu vier Alterskategorien zusammengefasst wurden, welche in gewisser Hinsicht auch als Generationen angesehen werden können: So stellt die erste Kategorie praktisch jene Generation dar, welche noch zum Teil im „Dritten Reich“ sozialisiert worden ist und den Zweiten Weltkrieg mehr oder weniger bewusst erlebt hat. Die zweite Gruppe wäre die erste Nachkriegsgeneration, welche zwar einerseits die Entbehrungen der unmittelbaren Nachkriegszeit aber auch das sogenannte „Wirtschaftswunders“ während ihrer Primärsozialisation bereits miterlebt hätte. Die dritte Generation umfasst dann jene Personen, welche mutmaßlich bereits zu größeren Teilen in Elternhäusern sozialisiert worden sind, die von dem Gedankengut der sogenannten 68er-Bewegung inspiriert wurden. Die letzte Generation enthält schließlich jene Menschen, welche während der Zeit des Mauerfalls etwa in ihrer formativen Phase waren bzw. bereits zum überwiegenden Teil im vereinig-

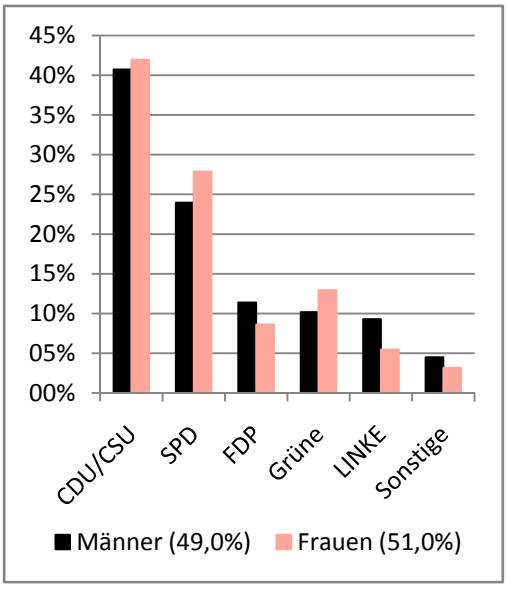
Abbildung 55: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in West-Deutschland



ten und damit nicht mehr so stark vom Ost-West-Gegensatz geprägten Deutschland aufgewachsen sind. Graphisch wird dabei erneut die „in-between"-Situation der SPD deutlich, während sich erneut klar zeigt, dass die Grünen ideologisch und Wertmäßig zum Haupt-Opponenten der CDU/CSU avanciert sind.

Neben dem Faktor Alter/Generation wurde grundsätzlich auch von der Möglichkeit ausgegangen, dass sich aufgrund der zum Teil systematisch unterschiedlichen Sozialisationserfahrungen und/oder strukturell bedingt divergierenden Interessen von Männern und Frauen (vgl. Kapitel VII.1.), die Geschlechter möglicherweise auch verschiedene Wertepräferenzen ausbilden, welche sich dann auch in einem abweichenden Wahlverhalten niederschlagen könnten. Bereits die Überprüfung mit der ideologischen Links-Rechts-Dimension, welche keine signifikante Korrelation zeigte, lies jedoch hier keinen ausprägten parteipolitischen Zusammenhang erwarten – und diese zeigten sich auch nicht, wie die Korrelationen (vgl. Tabelle 22), der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 23) sowie die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 56) belegen. Leicht signifikant ist lediglich eine Bevorzugung der LINKEN durch männliche Wähler. Die LINKE ist demensprechend auch im Mittelwertvergleich die Partei mit der „männlichsten" Wählerschaft, gefolgt von der der FDP. Eher weiblich ist lediglich die Wählerschaft der Grünen, jedoch nur in minimalem Umfang, während sich die Wählerschaften von Union und SPD hinsichtlich der geschlechtsmäßigen Komposition nur minimalst bis gar nicht vom Gesamtelektorat unterscheiden. Es deuten sich folglich auch hinsichtlich der Parteipräferenzen keine Geschlechterkonflikte in West-Deutschland an.

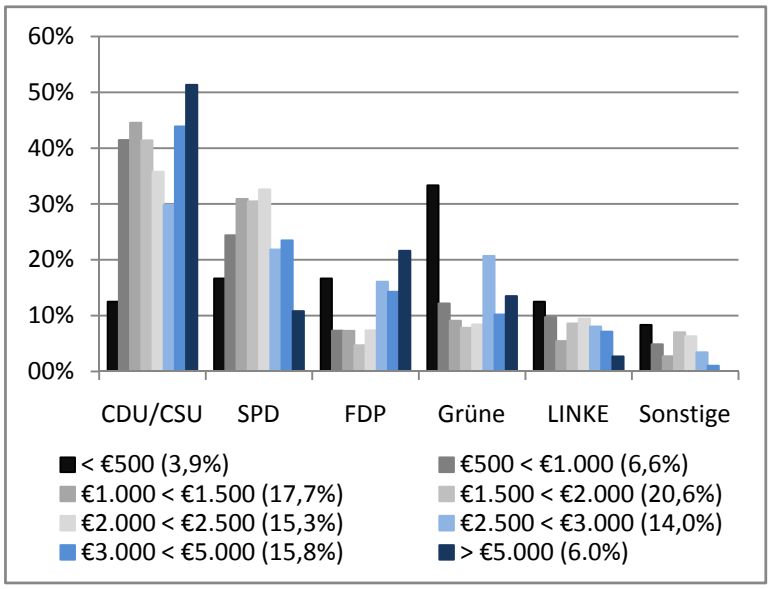
Abbildung 56: Geschlecht und Wahlverhalten in West-Deutschland



Als Struktur- bzw. mögliche Moderatorvariable wurde bereits an früherer Stelle das Haushaltseinkommen mit in die einzelnen Berechnungen mit eingeschlossen und die Beziehungen zu einzelnen Werteindikatoren sowie der ideologischen Dimension berechnet. Der Grund hierfür liegt im Wesentlichen darin, dass durchaus vermutet werden kann, das vom Haushaltseinkommen und den damit verbundenen Konsummöglichkeiten in gewisser Weise

auch der Lebensstil des Individuums sowie die Kreise in denen es verkehrt beeinflusst werden, was sich wiederum letztlich auch auf die jeweiligen Werthaltungen durchschlagen könnte. Gerade im konkreten Bezug auf das Wahlverhalten könnten zudem ganz konkrete materielle Interessen, welche sich letztlich aus dem Haushaltseinkommen ableiten, bemerkbar machen. Beispielsweise sind Personen mit höherem Einkommen in der Regel weniger bzw. seltener auf wohlfahrtsstaatliche Leistungen angewiesen als Personen mit niedrigerem Einkommen. Dies könnte wiederum deren sozio-ökonomische Werthaltungen beeinflussen und damit in eine Präferenz für bestimmte Parteien münden. Der direkte Zusammenhang zwischen Einkommen und den sozio-ökonomischen Orientierungen zeigte sich dabei bereits sehr signifikant in der Konsistenztabelle 2 (vgl. Tabellen 9 & 16). Ein direkter Zusammenhang mit der Präferenz für bestimmte Parteien lässt sich hingegen für West-Deutschland in signifikantem Ausmaß lediglich für die FDP feststellen, welche insbesondere von den oberen Einkommensschichten bevorzugt wird und auch im Mittel die einkommensstärkste Wählerschaft hat. Dieser Einkommenseffekt bleibt dabei in Bezug auf die FDP auch unter Kontrolle des Sozioökonomie-Indikators noch leicht signifikant (.085*). Ebenso reduziert sich der Sozioökonomische Effekt unter Kontrolle des Haushaltseinkommen nur vergleichsweise leicht auf -.109**. Es gehen also von beiden Faktoren durchaus eigenständige Effekte auf die FDP-Wahl aus. Interessant ist der U-förmige Verlauf der einkommensspezifischen Parteipräferenzen bei den Grünen. Dieser erklärt sich bei genauerer Untersuchung so, dass sich innerhalb der hier untersten Einkommensschicht 36,4% Studenten befinden und Studenten wiederum insgesamt zu ca. 40% die Grünen wählen. In den oberen Einkommensschichten findet sich wiederum wenig überraschend ein überproportionaler Anteil an Akademikern wieder, was darauf hin deutet, dass viele Studenten auch nach ihrem Examen und dem Eintritt in ein gut dotiertes Beschäftigungsverhältnis ihre gesellschaftlichen Werteorien-

Abbildung 57: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in West-Deutschland

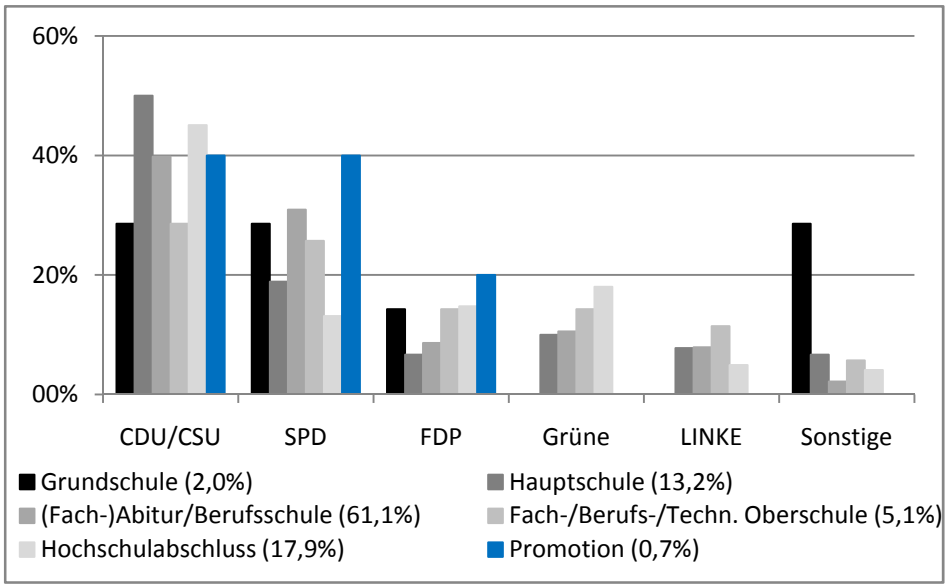


tierungen und damit ihre parteipolitischen Präferenzen für die Grünen trotz veränderter Einkommenssituation (welche sie eigentlich zu FDP-Wählern werden lassen sollte) beibehalten. Mehrheitlich tendieren jedoch die oberen Einkommensklassen neben der FDP klar zur CDU/CSU. Die Unionsparteien können jedoch auch zu den unteren Einkommens-klassen hin zulegen, was sich möglicherweise dadurch erklären lässt, dass sich in diesen Einkommensgruppen ein hoher Anteil an Rentnern und damit älterer Geburtsjahrgänge befindet, für welche wiederum die CDU/CSU aus den oben beschriebenen Gründen überproportional interessant ist. Die SPD steckt mal wieder in der „dazwischen-Rolle“, da sie weder für die Geringverdiener überdurchschnittlich interessant ist – wie es eigentlich für eine sozialdemokratische Partei zu erwarten gewesen wäre – noch bei den oberen Einkommensschichten (hier jedoch erwartungsgemäß) sonderlich beliebt ist. Ebenso wenig ist die SPD gemessen am Einkommensmittelwert-Vergleich die Partei der Geringverdiener, da ihre Anhänger im Durchschnitt nur minimal weniger verdienen als der westdeutsche Durchschnitt.

Zu guter Letzt sei noch auf den Aspekt der „kognitiven Mobilisierung“ also den Faktoren Bildung und politisches Interesse und dessen Einfluss auf gesellschaftliche Werteorientierungen und das Wahlverhalten eingegangen. Hierbei handelt es sich ebenfalls – wie im Kapitel V. beschrieben – um keine gesellschaftliche Werteorientierung. Da jedoch gemutmaßt werden kann, dass insbesondere der Faktor Bildung es dem Individuum ermöglich, sich differenzierter mit seiner wahrgenommenen Lebenswelt, der Gesellschaft sowie den komplexen sozialen, politischen und ökonomischen Zusammenhängen auseinanderzusetzten, könnte demzufolge eine höhere formale Bildung auch eher die Entwicklung moderaterer gesellschaftlicher Werteorientierungen begünstigen, während Personen mit geringerer formaler Bildung eher dazu geeignet sein sollten, aufgrund ihrer geringeren intellektuellen Auseinandersetzungsfähigkeit, auch für radikalere Werteorientierungen und Ideologien empfänglich zu sein, welche in der Regel ein klares und einfaches „Schwarz-Weiß“-Denken beinhalten.

Der Faktor politisches Interesse sollte wiederum stark durch gesellschaftliche Wertorientierungen und/oder ideologische Einstellungen motiviert sein, da Personen welche danach streben ihren gesellschaftsbezogenen Einstellungen zur allgemeinen Geltung oder zumindest einer entsprechenden Repräsentation in der politischen Sphäre zu verhelfen, sich auch dezidierter und aufmerksamer mit Politik, Politikern, Parteien und politischen Prozessen und Rahmenbedingungen auseinandersetzen werden um dann bei Wahlen eine bestmögliche

Abbildung 58: Formale Bildung und Wahlverhalten in West-Deutschland

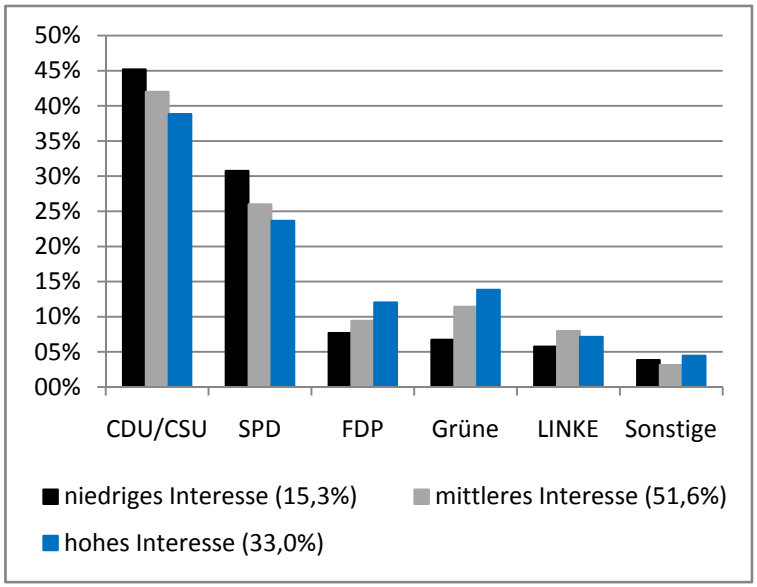


Entscheidung zu treffen. Wie die zweite Konsistenztabelle (vgl. Tabelle 16) zeigte, korrelieren dabei Bildung und politisches Interesse sehr stark miteinander, was bereits darauf hindeutet, dass Bildung einerseits die Voraussetzungen schafft um sich überhaupt mit Politik auseinander zu setzen und zudem möglicherweise auch das Interesse an Politik weckt.

Strukturell korreliert eine höhere Bildung dabei in West-Deutschland erwartungsgemäß sehr stark positiv mit dem eben behandelten Haushaltseinkommen und etwas schwächer aber immer noch sehr deutlich und signifikant mit dem männlichen Geschlecht. Hinsichtlich der einzelnen Werteindikatoren begünstigt höhere Bildung insbesondere postmaterialistische und damit partizipationsorientierte Einstellungen, ein progressives Geschlechterrollen- und Familienbild, tolerantere Einstellungen gegenüber Immigranten, ein höheres Umweltbewusstsein sowie wohlfahrtsstaatliche Orientierungen. Und eben diese Werteorientierungen sind es – mit Ausnahme des Familien-Aspekts – auch, welche wiederum am stärksten mit dem politischen Interesse korrelieren.

So profitieren von einer höheren formalen Bildung – wenn auch nur schwach signifikant die Grünen und die FDP (vgl. Tabelle 22), wobei die Graphik (vgl. Abbildung 58) hier doch einen deutlicheren Trend aufzeigt, welcher auch vom Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 23) grundsätzlich bestätigt wird, nachdem diese Parteien im Durchschnitt die formal am höchsten gebildeten Wählerschaften haben. Die Aussagekraft des Wahlverhaltens der höchsten und niedrigsten Bildungskategorie ist dabei aufgrund der Fallzahlen mit äußerster Vorsicht zu genießen, dennoch überrascht es nach den Ausführungen über die Zusammenhänge zwischen Bildung und den einzelnen ideologischen Kategorien (vgl. Kapitel VI.) nicht, dass sich hinter dem hohem Wert der sonstigen Parteien bei den Personen ohne Schulabschluss ins-

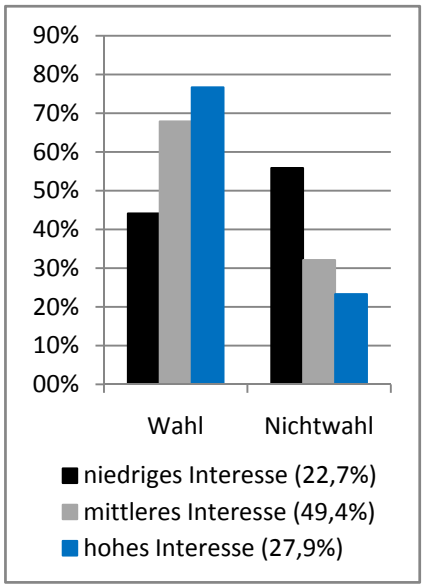
Abbildung 59: Politisches Interesse und Wahlverhalten in West-Deutschland



besondere die Wähler der rechtsextremen Parteien verbergen. Auffällig ist ebenfalls die geringe Attraktivität der SPD bei Akademikern, was unter anderem wohl auch dazu beiträgt, dass die Wählerschaft der SPD – aber auch die der LINKEN – von allen Parteien im Mittel die geringste formale Bildung aufweisen.

Vom politischen Interesse geht hingegen kein statistisch signifikanter Zusammenhang zu einer der politischen Parteien aus, obwohl in der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 59)[183] durchaus Zusammenhänge erkennbar werden, nach denen insbesondere FDP und Grüne von einem höheren politischen Interesse profitieren, während sich selbiges auf die Wahl von SPD und CDU eher schädlich auswirkt.

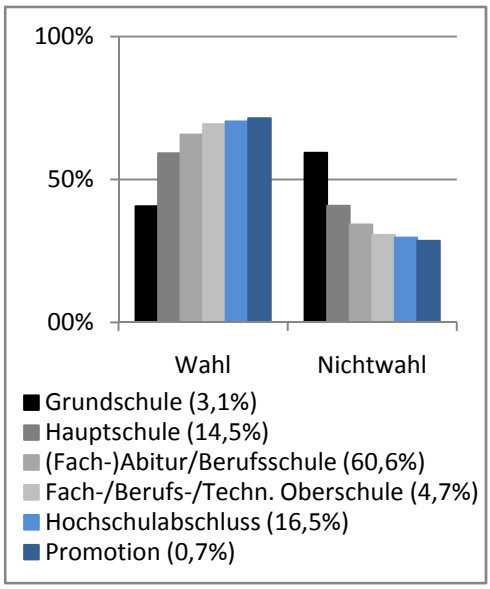
Abbildung 60: Politisches Interesse und (Nicht-)Wahlverhalten in West-Deutschland



Eine wesentlich größere Bedeutung erlangen jedoch die beiden Komponenten der ‚kognitiven Mobilisierung', wenn man auch die Nichtwähler in die Untersuchung mit einbezieht, da nun die Bedeutung der Faktoren ‚politisches Interesse' und ‚Bildung' erst richtig deutlich wird: Demnach tragen beide Faktoren – und hierbei insbesondere das politische Interesse – in erster Linie dazu bei, sich überhaupt für die Wahl einer Partei zu entscheiden (vgl. Abbildungen 60 & 61). Wer sind jedoch die Nichtwähler und welche Werthaltungen machen sie mutmaßlich zu Nichtwählern? Strukturell handelt es sich bei den Nichtwählern im Aggregat zunächst um Personen deren forma-

[183] Für die graphische Darstellung wurden die Werte des Indikators für politisches Interesse in drei Kategorien zusammengefasst, wobei die Kategorie für mittleres politisches Interesse alle Werte umfasst, welche sich innerhalb eines Intervalls von der Größe einer halben Standardabweichung um den Mittelwert bewegen. Die Kategorien für niedriges bzw. hohes politisches Interesse umfassen dementsprechend alle Werte, welche sich oberhalb bzw. unterhalb dieses Intervalls befinden.

Abbildung 61: Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in West-Deutschland



le Bildung, politisches Interesse und Haushaltseinkommen unterhalb der Vergleichsmittelwerte aller Parteianhängerschaften liegt. Ebenso sind sie im Schnitt etwas jünger als das Durchschnittselektorat (vgl. Tabelle 23). Wertmäßig sind sie in erster Linie kirchenfern und wohlfahrtsstaatlich orientiert. Des Weiteren besteht eine leichte Tendenz in Richtung progressiver Geschlechterrollen- und Familienbilder, postmaterialistischen Staatszielpräferenzen und geringerem Umweltbewusstsein. Unter Vernachlässigung von Binnenvarianzen und nach Maßgabe der Ergebnisse der bisherigen Vergleiche könnte man daher sagen, dass es sich bei den Nichtwählern im Aggregat um eine Personengruppe handelt, welche von den strukturellen Merkmalen her gesehen, möglicherweise sehr gut als Klientel für Parteien des linken Spektrums infrage kämen. In die gleiche Richtung deuten summa summarum auch die Werteindikatoren.

Für West-Deutschland lässt sich daher grob das Fazit ziehen, dass hier konkurrierende gesellschaftliche Werteorientierungen durchaus einen erheblichen Einfluss auf das Wahlverhalten zugunsten bzw. zuungunsten bestimmter Parteien haben. Wie bereits die Ausführungen über die Bedeutung der ideologischen Dimension für West-Deutschland zeigten, wurden hier sozio-ökonomische Gegensätze massiv von sozio-kulturellen Gegensätzen (vgl. Kapitel VI.) verdrängt. Wie die Untersuchungen dieses Kapitels ebenfalls zeigten, blieb hiervon auch die politische Wettbewerbssituation nicht unberührt: So stehen sich aufgrund der Dominanz sozio-kultureller Gegensätze in West-Deutschland insbesondere die in diesem Sinne „autoritären“ Wähler von CDU/CSU den „libertären“ Wählern der Grünen gegenüber. Die SPD hat hingegen ihren Charakter als Cleavage-Partei und die Stellung als wichtigster „Gegenspieler“ zur Union weitgehend eingebüßt. Zwar ist sie Praktisch die Partei der Protestanten und ist ebenso für tolerante Wähler überproportional attraktiv, letztlich besteht jedoch der „Markenkern“ einer *sozial*-demokratischen Partei nun einmal im Sozialen und damit im Sozioökonomischen Gegensatz. Spielt jedoch dieser Gegensatz in der „Postmoderne“ nur noch eine untergeordnete Rolle im politischen Wettbewerb und schaffen es zudem die grünen und dunkelroten Wettbewerber im linken Spektrum für jene (restlichen) Wähler, für die wohl-

fahrtsstaatliche Wertvorstellungen wahlentscheidend sind, attraktiv(er) zu werden (als die SPD), droht der SPD langfristig ein politisches Dasein als „Dame ohne wertmäßigen Unterleib“. Das würde bedeuten, dass die Partei zunehmend von Wahl zu Wahl angewiesen wäre, Wähler über kurzfristige Themensetzungen und attraktive Kandidaten zu gewinnen, während die langfristig zuverlässige und über ihre gesellschaftlichen Wertevorstellungen an die Partei gebundene Wählerschaft zunehmen erodiert.

Die CDU/CSU kann sich dagegen auf „ihrer“ Seite des politischen Spektrums (noch) als Platzhirsch fühlen. Im Gegensatz zur SPD trieben ihr bisher zahlreiche relevante gesellschaftliche Werteorientierungen zuverlässig nennenswerte Wählerschichten zu. Wie sich jedoch der weitgehende Ausverkauf klassischer konservativer Positionen (vgl. z.B. Baring et al. 2011), welcher insbesondere in den Jahren nach 2008 unter der CDU-Vorsitzenden Angela Merkel stattgefunden hat, auf die Bindung von Wählern mit autoritären bzw. marktwirtschaftlichen Werteorientierungen auswirken wird, bleibt abzuwarten. Soviel steht jedoch fest: Die CDU hat sich unter Merkel sehr stark bemüht die Partei in der Familienpolitik progressiver aufzustellen – gewählt wird die Union jedoch in der Regel von Wählern mit eher konservativen Einstellungen. Ebenso vermeidet man in der CDU tunlichst alle „autoritären“ Themen wie Patriotismus, Leitkultur oder „Law-and-Order“ und versucht ihr damit ein eher tolerant/ liberales Image zu verleihen – gewählt wird die Union jedoch mehrheitlich von den (moderat) autoritären und eher intoleranten Wählern. Ebenso gibt sich die Union unter Merkel einen vergleichsweise sozialdemokratischen und damit eher auf wohlfahrtsstaatliche Ziele ausgerichteten Anstrich – gewählt wird sie jedoch in erster Linie von den marktwirtschaftlich orientierten Wählern.

Brot und Butter der FDP sind – wie auch diese Ausführungen gezeigt haben – sozioökonomisch marktwirtschaftliche Orientierungen bei den Wählern. Das zurücktreten sozioökonomischer Gegensätze würde daher auch sie empfindlicher treffen als alle anderen Parteien, da ähnlich bzw. noch schlimmer als bei der SPD, die FDP über sozio-kulturelle Wertvorstellungen ansonsten nur wenige Wähler für sich gewinnen kann, da sie sich im Wettbewerb *um Issue-Ownerships* für libertäre Politikinhalte gegen sehr harte Gegner um ein Wählersegment bemühen muss, dass ihr und den Grünen in neuester Zeit zusätzlich auch noch sehr erfolgreich von der PIRATEN-Partei streitig gemacht wird. Gleichzeitig zeigten bereits die Untersuchungen des Kapitels VI. das das Politikangebot der FDP, welches grob umschrieben ein Pa-

ket aus marktwirtschaftlichen und libertären Inhalten offeriert, eigentlich dissonant zu den herrschenden Wertemustern steht, welche für West-Deutschland eine signifikante Konsonanz von marktwirtschaftlichen und autoritären Werteorientierungen anzeigen.

DIE LINKE konnte vergleichsweise erfolgreich der SPD den wohlfahrtsstaatlichen Markenkern streitig machen. Noch vor den Grünen profitiert sie am stärksten von sozio-ökonomisch „linken" Werteorientierungen. Auf der sozio-kulturellen Achse ist jedoch auch sie nicht wirklich attraktiv, da hier die wichtigen libertären Werteorientierungen wie Toleranz oder Ökologie die Wähler eher zu den Grünen führen. Zwar stehen durchaus Aspekte wie progressive Familienbilder, Postmaterialismus und Kirchenferne in Zusammenhang mit der Wahl der LINKEN – die ersteren beiden Aspekte jedoch noch stärker mit der Wahl der Grünen. Es ist daher fraglich, ob aus der LINKEN in West-Deutschland langfristig mehr werden kann als eine sozialistisch ausgerichtete Flügelpartei. Die Fokussierung auf die von der SPD eroberte Funktion als wohlfahrtsstaatliche Pol-Partei, sollte jedoch zumindest das parlamentarische Überleben noch für einige Zeit sichern, da der sozioökonomische Gegensatz wohl immer für einen gewissen Teil des Elektorats wahlentscheidend sein wird.

Die rechtsextremen Parteien spielen in West-Deutschland keine nennenswerte Rolle, da sie scheinbar zu rechts für das bestehende Elektorat sind. Zwar finden sich auch in West-Deutschland am ideologisch rechten Rand Wertemuster, welche durchaus für die Wahl rechtsradikaler Parteien sprechen würden – also intolerant-säkulare sozio-kulturelle Einstellungen gepaart mit wohlfahrtsstaatlich sozio-ökonomischen Einstellungen – hierbei handelt es sich jedoch um ein vergleichsweise sehr kleines Wählersegment um das NPD, DVU und Republikaner konkurrieren. Wie bereits die Untersuchung der Kapitel V. und VI. zeigten, unterscheiden sich die rechten Wähler bereits auf der Werteebene in zahlreichen wichtigen Aspekten deutlich von den extremen, rechten Wählern, wodurch die rechtsradikalen Parteien, selbst in Zeiten des „Ausverkaufs" ideologisch rechter Politikinhalte bei der Union (vgl. z.B. Baring et al. 2011), nicht weiter ins demokratisch rechte Spektrum vordringen können und daher auch im Jahre 2012 von jeglicher politischer – gar parlamentarischer Relevanz weit entfernt sind, wie die regelmäßigen demoskopischen Erhebung durchweg anzeigen (vgl. www.wahlrecht.de/umfragen).

IX.2.2. Werteorientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland

In Ost-Deutschland waren zunächst – wie in Kapitel IX.1. festgestellt – die SPD und die Grünen bzw. deren Wählerschaft ideologisch nicht klar zu verorten und verdienen daher bei der Betrachtung der Zusammenhänge zu den einzelnen Werteindikatoren eine besondere Beachtung. Wie jedoch bereits ein flüchtiger Blick über die Korrelationen (vgl. Tabelle 24) verrät, wird sich auch unter Heranziehung der einzelnen Wertindizes, eine Zuordnung dieser Parteien zu Wählern mit bestimmten kulturellen Prädispositionen nur schwer möglich sein.

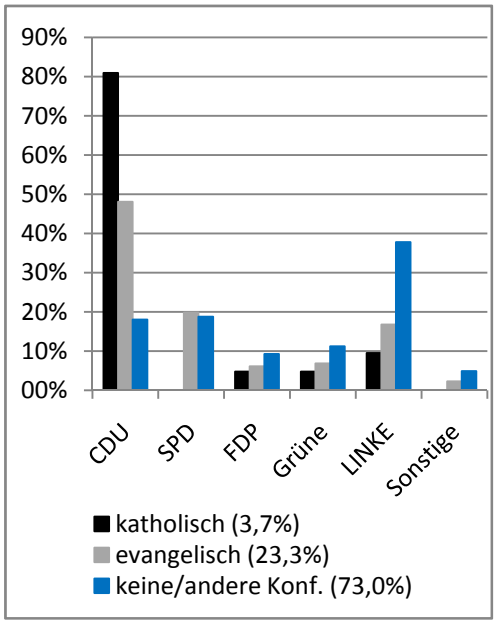
Tabelle 24: Wahlverhalten und Einzelwerte in Ost-Deutschland

Korrelationen nach Pearson	CDU	SPD	FDP	Grüne	LINKE	Schwarz-Gelb	Rot-Grün	Links	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**.334****	-,027	**.269****	-,016	**-.540****	**.464****	-,033	**-.551****	**.134****
Ortsgröße	**-.173****	,015	,045	**.126****	,051	**-.135****	**.096***	**.138****	-,011
Inglehart-Index	**-.126****	-,029	**.102***	,027	,052	-,059	-,007	,043	**-.102****
Sozioökonomie	**-.208****	-,042	**-.169****	,001	**.297****	**-.290****	-,035	**.251****	**.106****
Toleranz	-,020	,030	-,072	**.092***	,025	-,060	**.087***	**.104***	**-.239****
Kirchgang	**-.409****	,079	,030	,071	**.245****	**-.363****	**.115****	**.339****	**.104****
Kath.-Ev. Konfession	**-.223****	**.182***	,034	,026	,055	**-.210****	**.177***	**.194***	-,001
Umwelt	,038	**.182****	-,061	**-.099***	**-.109****	,000	**.091***	-,020	-,047
Familie	**.280****	-,003	-,073	**-.097***	**-.153****	**.218****	-,067	**-.207****	**.067***
Bildung	-,009	-,006	,031	-,064	,063	,010	-,047	,016	**-.227****
Pol. Interesse	-,019	-,034	,066	,031	**-.085***	,020	-,008	**-.089***	**.355****
Einkommen	,061	,039	,071	-,009	**-.090***	**.094***	,028	-,061	**-.218****
Geschlecht	-,014	,000	-,081	**.134****	,006	-,059	**.089***	**.088***	,048
Geburtsjahr	**-.114****	,007	,077	**.244****	**-.163****	-,062	**.169****	,000	,019

Tabelle 25: Index-Mittelwerte der Parteien in Ost-Deutschland

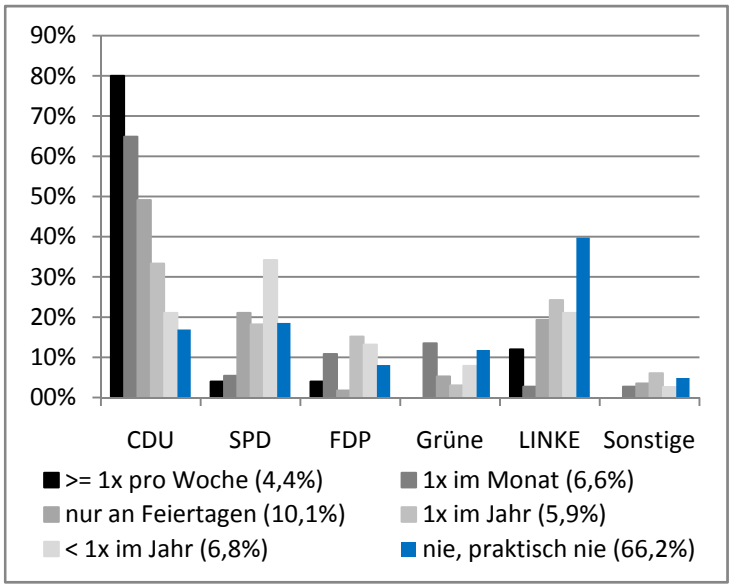
	Landes-Mittelwert	CDU	SPD	FDP	Grüne	LINKE	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**4,47**	**5,25**	4,19	**5,84**	4,21	**2,97**	**4,75**
Ortsgröße	**3,86**	**3,33**	3,94	4,17	**4,61**	4,02	3,84
Inglehart-Index	**2,38**	**2,26**	2,41	**2,81**	2,54	2,54	**2,26**
Sozioökonomie	**5,52**	**4,91**	5,26	**4,60**	5,39	**5,99**	**5,68**
Toleranz	**4,21**	4,49	4,63	4,17	**4,96**	4,59	**3,79**
Kirchgang	**6,16**	**4,97**	6,28	6,18	6,36	**6,58**	**6,33**
Kath.-Ev. Konfession	**1,86**	**1,79**	**2,00**	1,91	1,90	1,91	1,86
Umwelt	**2,20**	2,25	**2,39**	2,13	**2,09**	**2,15**	2,18
Familie	**2,05**	**2,19**	2,03	1,95	**1,93**	**1,96**	**2,08**
Bildung	**3,37**	3,56	3,56	3,69	3,37	3,68	**3,10**
Pol. Interesse	**1,99**	1,76	1,73	1,92	1,84	**1,70**	**2,27**
Einkommen	**5,72**	6,20	6,17	6,50	5,98	**5,81**	**5,29**
Geschlecht	**1,51**	1,48	1,49	1,36	**1,69**	1,50	1,54
Geburtsjahr	**1959**	**1955**	1959	1963	**1972**	**1954**	1959

Abbildung 62: Konfession und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



So begünstigt lediglich die evangelische Konfession sowie ein geringeres Umweltbewusstsein die Wahl der SPD. Der konfessionelle Gegensatz zeigt sich dabei im überwiegend areligiösen Ost-Deutschland in der Parteipräferenz noch deutlicher als im Westen (vgl. Tabelle 24). So erzielt die CDU unter den katholischen Wählern annähernd ein Monopol, während die SPD offensichtlich für Katholiken in Ost-Deutschland absolut unwählbar ist, was der entsprechende SPD-Mittelwert von 2,00 anzeigt (vgl. Tabelle 25). Das bedeutet, dass sofern die SPD-Wähler in Ost-Deutschland überhaupt einer Konfession angehören, es dann die Protestantische ist. In der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 62), welche zusätzlich auch das Wahlverhalten der hier wichtigen Gruppe der Konfessions-losen umfasst, wird dieser Zusammenhang noch deutlicher. Im Gegensatz zum Westen, kann jedoch im Osten die CDU die SPD auch bei den Protestanten deutlich überflügeln, während sie beim überwiegenden Teil der konfessionslosen Bevölkerung nur die drittstärkste Kraft ist. Von der Existenz eines konfessionellen Gegensatzes kann man daher in Ost-Deutschland nicht wirklich sprechen, da offenbar allein schon die Zugehörigkeit zu einer Konfession die Wahl der CDU begünstigt, während die tatsächliche Gegengruppe jene der Konfessionslosen bildet, womit wir es praktisch, wenn dann mit einem religiös-säkularen Konflikt zu tun hätten.

Abbildung 63: Kirchennähe/-Ferne und Wahlverhalten in Ost-Deutschland

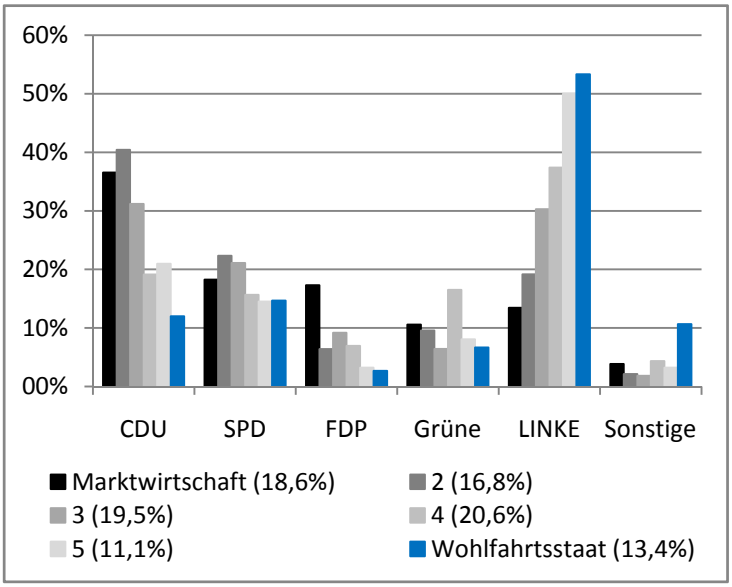


Und dieser religiös-säkulare Gegensatz zeigt sich schließlich auch: So zeigt bereits die Korrelation einen sehr starken Zusammenhang zwischen der Kirchgangs-Häufigkeit und der Wahl der CDU (vgl. Tabelle 24). Die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 63) bestätigt diesen Zusammenhang und auch der Mittelwertvergleich

(vgl. Tabelle 25) zeigt deutlich eine weit überdurchschnittliche Kirchennähe der CDU-Wählerschaft an. Den parteipolitischen Gegenpol zur CDU bildet dabei in erster Linie DIE LINKE, welche umso beliebter wird, je ferner die Wähler religiösen Wertvorstellungen gegenüberstehen und dementsprechend auch im Mittel die säkularste Wählerschaft hat. Es bestätigt sich also, was im Zusammenhang mit der Überprüfung des Faktors Konfession bereits angeklungen ist, wonach in Ost-Deutschland kein konfessioneller Konflikt sondern eher ein religiös-säkularer Konflikt vorlieg. Hierbei stehen sich jedoch nicht religiöse und weltliche Christen gegenüber, sondern Christen und Atheisten. Parteipolitisch manifestiert sich dieser Gegensatz wiederum an SPD und Grünen und FDP vorbei in einem jeweiligen *Alignment* der betroffenen Gruppen zugunsten der CDU bzw. der LINKEN.

CDU und DIE LINKE bilden dabei auch die jeweiligen politischen Antagonisten im für Ost-Deutschland ebenfalls relativ wichtigen Sozioökonomie-Konflikt. So wird die CDU klar von Personen mit (für ostdeutsche Verhältnisse) eher marktwirtschaftlichen Orientierungen bevorzugt, während Personen mit wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen klar zur LINKEN tendieren (vgl. Tabelle 24). Wie im Westen Deutschlands begünstigen jedoch marktwirtschaftliche Präferenzen auch in deutlichem Ausmaß die FDP. Statistisch signifikante Zusammenhänge zwischen sozio-ökonomischen Präferenzen und der Wahl der SPD existieren zwar in Ost-Deutschland nicht. Wie jedoch sowohl die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 64)[184] als auch der Mittelwertvergleich der Parteianhängerschaften (vgl. Tabelle 25) zeigen, ist die SPD in Ost-Deutschland eher eine Partei der (relativen) Marktwirtschaftler. Unter den radikalsten Wohlfahrtsstaatlern befinden sich dabei wiederum auch die meisten Anhänger der rechtsextremen Parteien NPD,

Abbildung 64: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland

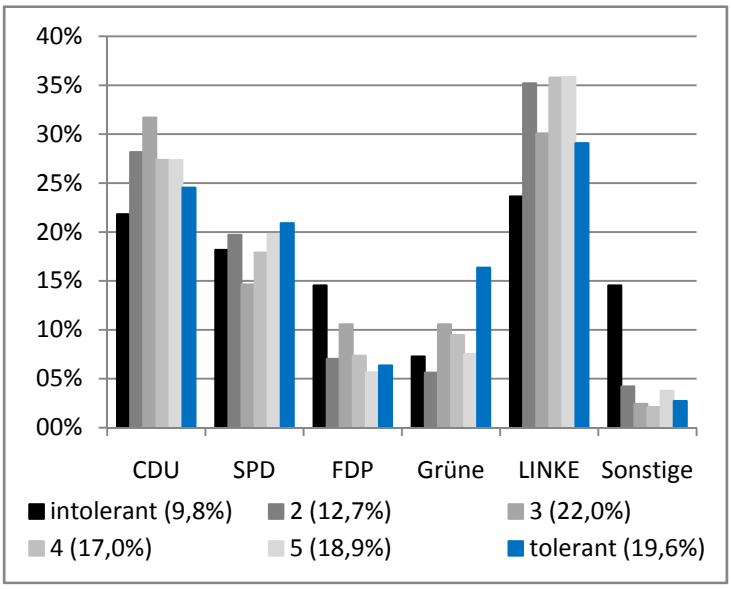


[184] Hinsichtlich der Klassierung in der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 178.

DVU und den Republikanern, was den hohen Ausschlag bei den Sonstigen Parteien für diese Wählergruppe erklärt. Rechtsextreme Wähler stehen somit auch und insbesondere im Osten in sozio-ökonomischen Fragen ganz klar „links“.

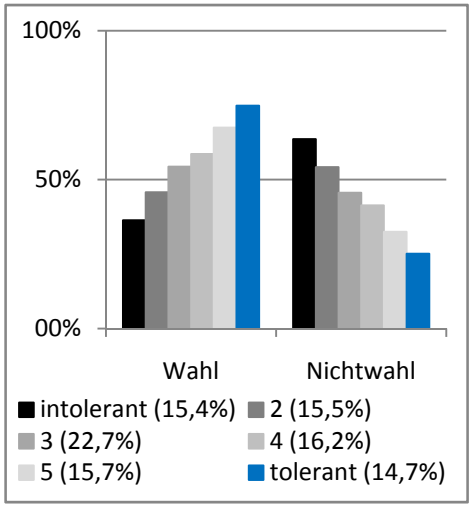
Nahezu keine parteipolitische Bedeutung hat in Ost-Deutschland, der auf die Bedeutung der Links-Rechts-Dimension so wichtige Toleranz-Aspekt gegenüber Immigranten. Demnach zeigen die Korrelationen lediglich eine leicht signifikante Tendenz an, wonach tolerantere Wähler zu den Grünen tendieren (vgl. Tabelle 24). Klammert man zunächst die rechtsextremen Parteien aus, tendieren intolerante Wähler noch am ehesten – wenn auch nicht signifikant – zur FDP. Der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 25) stützt diese Befunde insoweit als dass die Wählerschaft der FDP als einzige Parteianhängerschaft eine durchschnittliche Toleranz aufweist, die zumindest leicht unter dem Gesamtdurchschnitt liegt, während alle anderen Parteiwählerschaften jenseits der rechtsextremen Parteien – angeführt von den Grünen – überdurchschnittlich tolerant sind. Selbst die Wählerschaft der CDU gehört hier klar zur toleranteren Hälfte der ostdeutschen Gesamtwählerschaft. Auch graphisch (vgl. Abbildung 65)[185] zeigen sich darüber hinaus keine erkennbaren Zusammenhänge. Erkennbar wird hier lediglich, der wenig überraschende Befund, dass sich unter der Gruppe der intolerantesten Wähler nahezu das Gesamtelektorat der rechtsextremen Parteien befindet, welches graphisch für den hohen Ausschlag bei den Sonstigen Parteien verantwortlich ist. Jedoch reichen auch deren Wähler bei weitem nicht aus um den Landesdurchschnitt hinsichtlich Toleranz so weit zu drücken, dass selbst die Wählerschaft der CDU als überdurchschnittlich tolerant zu bezeichnen ist. Lösen lässt sich dieses Rätsel nur, wenn man sich auch die „Partei der Nichtwähler“ im Osten einmal genauer anschaut. Demnach begünstigen intolerante Einstellungen in Ost-Deutschland in geradezu frappierend geradliniger Weise die Nichtwahl (vgl. Abbildung 66).

Abbildung 65: (In-)Toleranz und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



[185] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte vgl. Anmerkung 181

Abbildung 66: (In-)Toleranz und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Folglich sind es die ca. 44 Prozent Nichtwähler innerhalb der Stichprobe, welche mit ihren sehr geringen Toleranzwerten den Landesdurchschnitt so weit drücken konnten. In Ost-Deutschland manifestiert sich folglich der sozio-kulturelle Toleranz-Konflikt parteipolitisch (zumindest bisher) weder in bestimmten Parteien noch in den Parteien konkurrierender Lager sondern in der Wahl der etablierten Parteien und der Nichtwahl. Ebenso könnte man die Situation so interpretieren, dass es auf dem politischen Markt scheinbar keinen Politikanbieter – einschließlich der rechtsextremen Parteien – gibt, welche diese Einstellungen in der politischen Sphäre in angemessener und/oder in akzeptabler Weise repräsentieren könnten oder wollten. Es bestünde demzufolge in Ost-Deutschland diesbezüglich lediglich ein latentes Wert-Cleavage, welches lediglich deswegen nicht zur vollen Entfaltung kommt, weil eine Cleavage-Bevölkerungsgruppe über keinen Repräsentanten in der politischen Sphäre verfügt. Fakt ist jedoch, dass die entsprechenden Einstellungen und damit eine grundsätzlich Politiknachfrage vorhanden sind, welche bei entsprechender Politisierung – beispielsweise durch neue Politikanbieter – auch mobilisierbar sein könnte. Die viel zitierte Linkslastigkeit des ostdeutschen Elektorats könnte sich dann unter Umständen als Trugschluss erweisen, da Parteien, welche gezielt intolerante Einstellungen mobilisieren könnten, vermutlich eher auf der ideologisch rechten Seite zu verorten wären. Hinzu kommt, dass sich – wie bereits in West-Deutschland festgestellt – extrem intolerante mit extrem wohlfahrtsstaatlichen Einstellungen paaren, wobei wir es in Ostdeutschland nicht nur mit einem Ausreißer an bei den beiden intolerantesten bzw. wohlfahrtsstaatlichsten Kategorien zu tun haben (vgl. Abbildungen 27 & 67), sondern mit einem durchaus signifikant korrelierenden Zusammenhang (vgl. Tabelle 17).

Abbildung 67: Toleranz-Mittelwerte der einzelnen (gerundeten) sozioökonomischen Kategorien

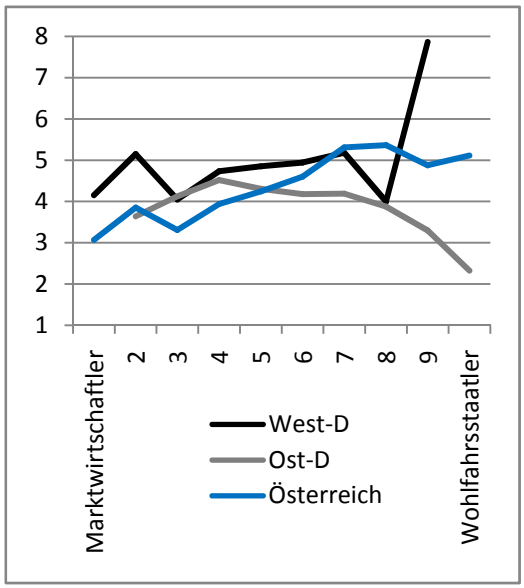
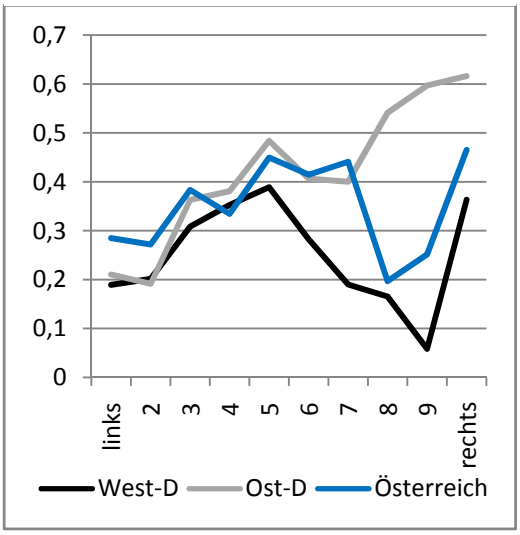


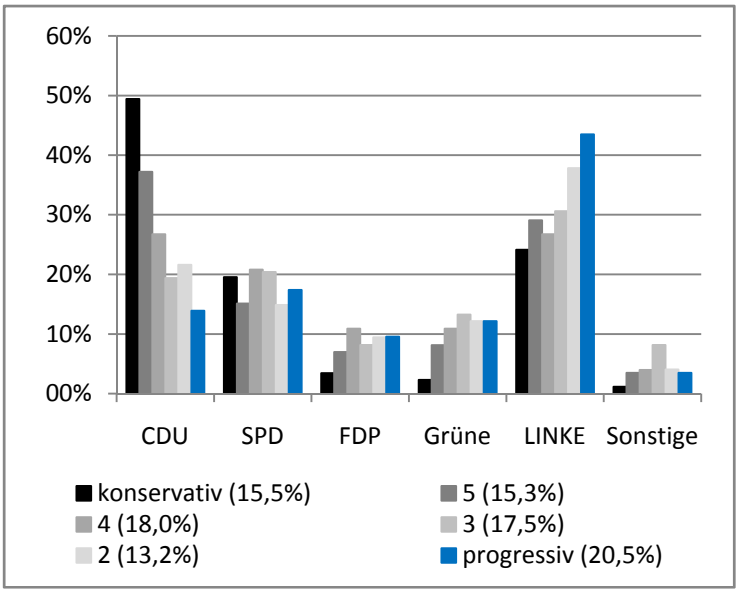
Abbildung 68: Nichtwähleranteile in den einzelnen ideologischen Kategorien



Die insgesamt intoleranten Nichtwähler weisen dementsprechend auch einen sehr wohlfahrtsstaatlichen Sozioökonomie-Mittelwert (vgl. Tabelle 25) auf. Des Weiteren ist anzumerken, dass der Trend zur Nichtwahl in Ost-Deutschland insbesondere im ideologisch rechten Spektrum mit bis zu gut 60 Prozent praktiziert wird, während die Nichtwählerquote nach links kontinuierlich bis auf unter 20 Prozent abnimmt (vgl. Abbildung 68). Im Vergleich dazu herrscht in West-Deutschland ein relatives Repräsentations- bzw. Mobilisierungsdefizit hauptsächlich im Mitte-Links- und in Österreich zusätzlich auch im Mitte-Rechts-Spektrum, während zu beiden ideologischen Rändern hin die Motivation Wählen zu gehen zunimmt und erst beim extremsten Rechts-Wert wider deutlich zurückfällt.

Als weiterer starker Indikator zeigten sich bereits in Bezug auf die ideologische Links-Rechts-Achse die Geschlechterrollen- und Familienwerte. In Bezug auf das konkrete Wahlverhalten haben dabei traditionelle und progressive Ansichten insbesondere im Hinblick auf die Wahl der CDU und der LINKEN sowie auf geringerem Signifikanz-Niveau den Grünen (vgl. Abbildung 69). Von der Richtung her zeigen sich dabei die Effekte wie erwartet: So begünstigen traditionelle Rollen- und Familienvorstellungen die Wahl der CDU und progressive Einstellungen die Wahl der LINKEN und der Grünen (vgl. auch Abbildung 69)[186]. Ebenso können diese Effekte als weitgehend ei-

Abbildung 69: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in Ost-Deutschland

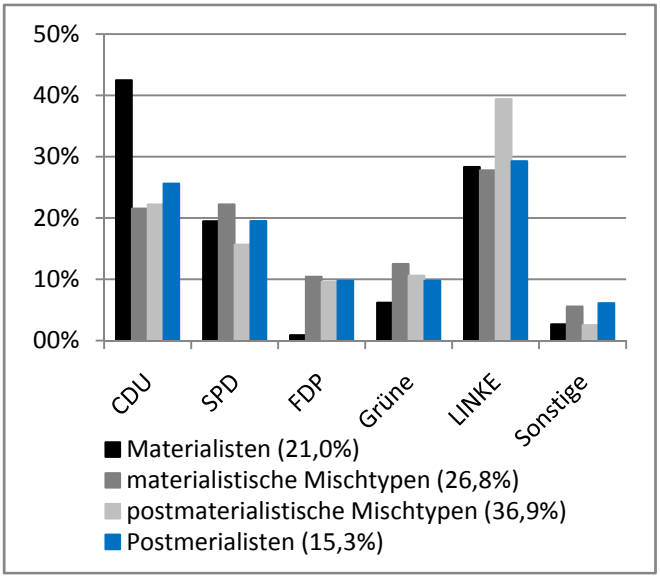


[186] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte vgl. Anmerkung 179.

genständig angenommen werden, da sich die Korrelationen auch bei Kontrolle von Geburtsjahr und Kirchgang nur unwesentlich vermindern. Traditionelle (progressive) Einstellungen sind demzufolge nur in geringstem Umfang auf religiöse (säkulare) Orientierungen oder die zeitlich frühere (spätere) Sozialisation zurückzuführen. Unter den einzelnen Parteiwählerschaften ist die der Grünen die Progressivste, dicht gefolgt von jener der FDP und der der LINKEN. Die Wählerschaft der SPD sowie die Nichtwähler bewegen hinsichtlich dieser Einstellungen im Durchschnitt in der Nähe des Landesmittelwertes (vgl. Tabelle 25). Die Nichtwahl wird dabei leicht signifikant von traditionellen Einstellungen begünstigt, während hinsichtlich der SPD kein Zusammenhang feststellbar ist.

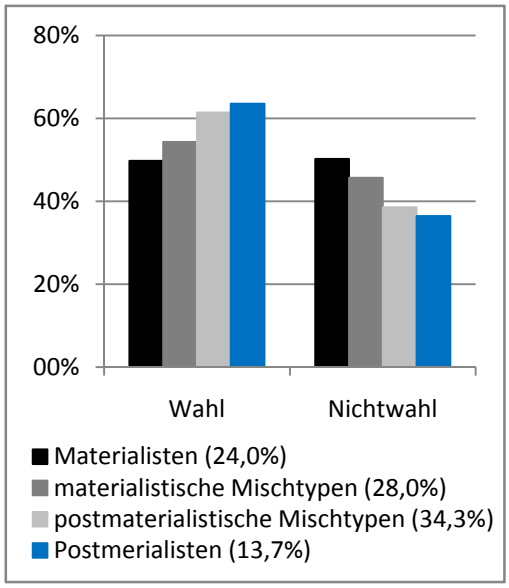
Von materialistischen und postmaterialistischen Staatszielpräferenzen gehen in Ost-Deutschland signifikante Zusammenhänge lediglich in Richtung der CDU und der „Partei der Nichtwähler“ aus (vgl. Tabelle 24). Beide profitieren dabei von materialistischen Präferenzen und verfügen auch im Mittel (vgl. Tabelle 25) über die materialistischsten Anhängerschaften. Postmaterialistische Tendenzen zeigen sich leicht signifikant lediglich in Richtung der FDP, deren Wählerschaft den mit Abstand höchsten Postmaterialismus-Wert aufweist. SPD, Grüne und LINKE werden dagegen von entsprechenden Einstellungen kaum bis gar nicht tangiert. Im Mittel sind jedoch die Wählerschaften der Grünen und LINKEN klar der Postmaterialistischen Seite zuzuordnen, während die Wählerschaft der SPD hier in etwa dem Gesamtdurchschnitt entspricht. Wie aus der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 70) hervorgeht, stellen jedoch auch die statistisch mehr oder weniger signifikanten Zusammenhänge bei der CDU und der FDP keinen kontinuierlichen Verlauf oder ein konkretes Muster dar. Vielmehr resultieren diese Zusammenhänge im Wesentlichen aus einer großen Präferenz für die CDU bei den reinen Materialisten, welche dafür die FDP nahezu vollständig ignorieren. Bei allen anderen Gruppen sind dagegen die Präferenzen weitgehend gleichverteilt. Ein deutlicheres Muster zeigt sich hingegen bei der Gegenüberstellung von Wählern und Nichtwählern:

Abbildung 70: (Post-)Materialismus und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Demnach scheinen post-materialistische Staatszielpräferenzen in erster Linie einen Einfluss darauf auszuüben, ob sich ein Individuum an einer Wahl beteiligt oder nicht. Das heißt wiederum, dass die Parteien insgesamt von postmaterialistischen Präferenzen in Ost-Deutschland profitieren (vgl. Abbildung 71). Greift man wiederum den Gedanken vom mangelnden Politikangebot auf, könnte man den Befund so interpretieren, dass möglicherweise kein Politikanbieter auf dem Markt vorhanden ist, der eine vorhandene Nachfrage nach materialistischer Politik – also hier: Sicherheit und stabile Preise – zufriedenstellend bedienen kann. Rekurrierend auf die Konsistenztabelle für Ost-Deutschland (vgl. Tabelle 17) gehen dabei materialistische Einstellungen sehr stark mit intoleranten Einstellungen gegenüber Immigranten, traditionellen Familienbildern und geringem Umweltbewusstsein – also Einstellungen welche tendenziell dem rechten ideologischen Lager zuzuordnen sind – einher und bekräftigen damit den Verdacht auf ein starkes „rechtes“ Potenzial im Nichtwählerlager Ost-Deutschlands.

Abbildung 71: (Post-)Materialismus und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland



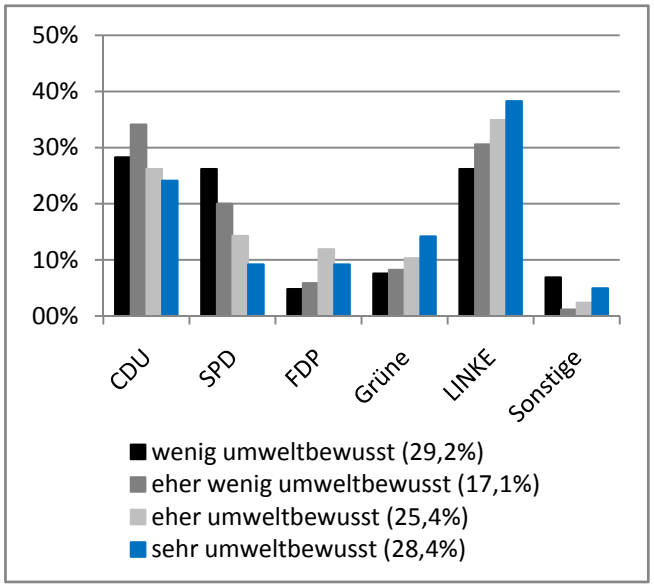
Der Faktor Umweltbewusstsein sorgt wiederum für eine klare Präferenzzuordnung innerhalb des Spektrums der etablierten Parteien – allerdings nicht unbedingt so, wie es zu erwarten gewesen wäre: So begünstigt zwar ein höheres Umweltbewusstsein die Wahl der Grünen, jedoch profitieren in noch stärkerem und signifikanterem Maße hiervon DIE LINKEN (vgl. Tabelle 24 & Abbildung 72[187]).

In der Gegenrichtung geht von einem geringeren Umweltbewusstsein ein durchaus hoher und signifikant positiver Effekt auf die Wahl der SPD aus und nicht – wie intuitiv zu erwarten wäre – auf die Wahl der CDU und vielleicht noch die Wahl der FDP. Die SPD verfügt dabei ebenso im Mittelwertvergleich über die am wenigsten umweltbewusste Wählerschaft (vgl. Tabelle 25). Die umweltbewussteste Wählerschaft haben erwartungsgemäß die Grünen, jedoch dicht gefolgt von jener der FDP und der der LINKEN. Die Wählerschaft der CDU ist in Ost-Deutschland nur geringfügig weniger umweltbewusst als der Durchschnitt und die

[187] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte vgl. Anmerkung 180

Nichtwähler befinden sich im Aggregat ganz leicht im unter der umweltbewussteren Hälfte des Gesamtelektorats. Warum sich beim Ökologie-Ökonomie-Gegensatz in Ost-Deutschland gerade die Wähler der drei linken Parteien gegenüberstehen, kann dabei mit den vorliegenden Indikatoren nicht erklärt werden.

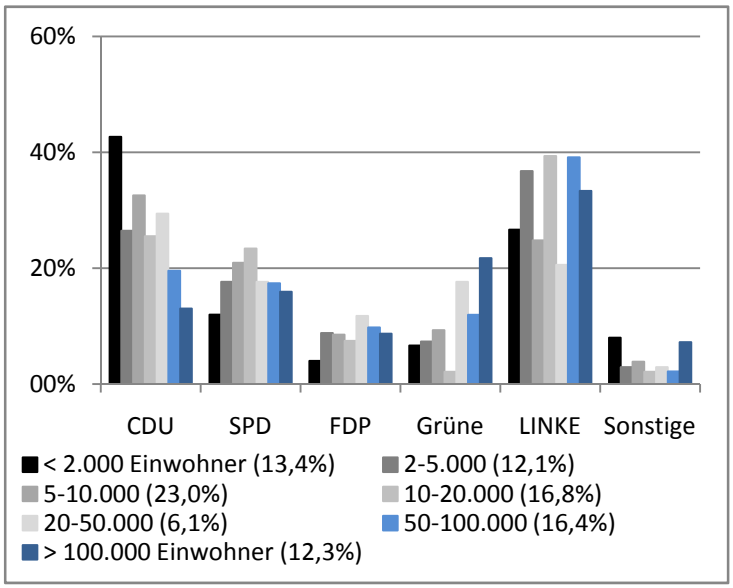
Abbildung 72: Ökologische Orientierungen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Grundsätzlich korrelieren laut der Konsistenztabelle für Ost-Deutschland (vgl. Tabelle 17) weniger umweltbewusste Einstellungen mit traditionellen Familienbildern, wohlfahrtsstaatlichen sozioökonomischen Orientierungen und Postmaterialismus – also allesamt Faktoren, welche selbst in keinem signifikanten Zusammenhang mit der Wahl der ostdeutschen SPD stehen. Ebenso wenig ließe sich aus den Korrelationen mit den strukturellen Faktoren ein logisch sinnvoller Zusammenhang herleiten, da auch im Osten Deutschlands die SPD – wie auch die folgenden Untersuchungen zeigen werden – über keinerlei markantes und für Wähler mit bestimmten gesellschaftlichen Wertvorstellungen attraktives Profil verfügt.

Gegensätzliche Wertepräferenzen, welche sich aus ländlichen und städtischen Lebensweisen ergeben, zeigten sich in Ost-Deutschland im Wesentlichen darin, dass Menschen, die eher in ländlichen Regionen beheimatet sind, über konservativere Geschlechterrollen- und Familienbilder verfügen, der Kirche näher stehen und etwas intolerantere Einstellungen gegenüber Immigranten hegen als Personen, die in urbanen Gegenden leben (vgl. Tabelle 17).

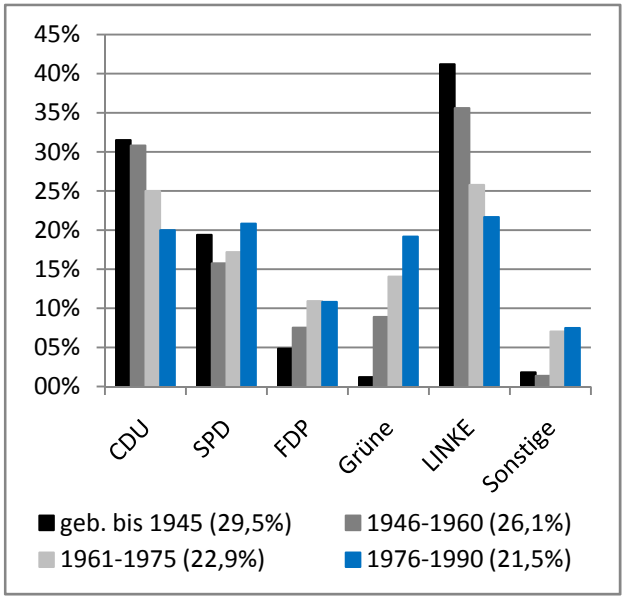
Abbildung 73: Wohnumfeld und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Folgerichtig manifestieren sich diese Stadt-Land-Gegensätze auf der parteipolitischen Ebene in erster Linie in einer Präferenz für die CDU bei den Menschen „vom Land“, während von einem urbanen Wohnumfeld die Grünen profitieren (vgl. Tabelle 24, Abbildung 73). Die Zusammenhänge bleiben dabei auch bei Kontrolle der Faktoren Familie, Kirchgang und Toleranz signifikant erhalten. Jedoch halbiert sich bei Kontrolle der ersten beiden Faktoren der Zusammenhang zur CDU (-.098**), während selbst die Kontrolle aller drei Faktoren den Zusammenhang zu den Grünen nur um etwa ein Viertel auf .097** reduziert. Es bleibt also durchaus noch ein eigenständiger Effekt durch das Wohnumfeld übrig, welches insbesondere für die Grünen den einzigen hoch signifikanten Zusammenhang unter den einzelnen Werteindikatoren darstellt. Für alle anderen Parteien zeigen sich keine signifikanten Zusammenhänge. Diese Befunde werden dabei auch durch den Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 25) untermauert: Demnach hat die CDU im Durchschnitt die ländlichste und die Grünen die städtischste Wählerschaft. Eher städtisch geprägt ist auch die Wählerschaft der FDP und auch die Anhänger der LINKEN sind etwas urbaner angesiedelt als der Durchschnitt. Die SPD- sowie die Nichtwähler unterscheiden sich hingegen hinsichtlich dieses Aspekts nicht bzw. nur minimal vom ostdeutschen Landesdurchschnitt.

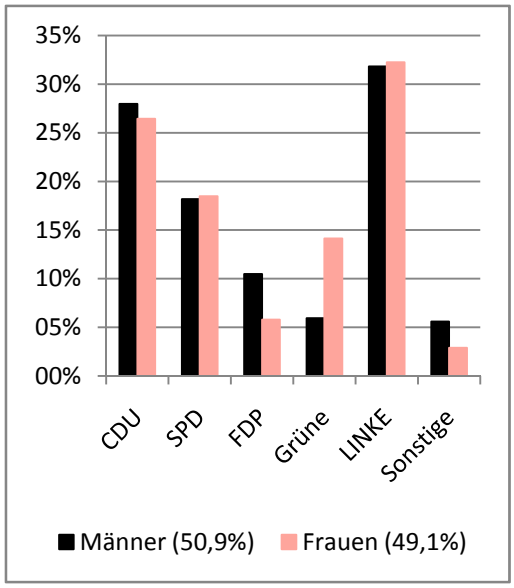
Hinsichtlich des Lebensalters/Geburtsjahres bzw. der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Generation und damit im Zusammenhang stehenden kulturellen Prädispositionen bzw. Präferenzen wurde bereits in den Kapiteln VII.2. & VIII. ein signifikanter Einfluss auf die ideologische Links-Rechts-Dimension festgestellt, welche jedoch in Ost-Deutschland – im Gegensatz zum west-deutschen Pendant – anzeigte, dass die älteren Jahrgänge deutlich linker eingestellt sind als die Jüngeren. Bezogen auf die einzelnen Werteindikatoren zeigte sich in Ost-Deutschland ein Bild, nachdem die älteren Jahrgänge in erster Linie traditioneller, religiöser und materialistischer eingestellt waren als die Jüngeren. Damit korrelierten im Vergleich zu West-Deutschland und Österreich nur vergleichsweise wenige Werte-Indikatoren über-

Abbildung 74: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



haupt mit dem Geburtsjahr. Insgesamt ergeben sich jedoch hieraus einige hoch signifikante Zusammenhänge mit den politischen Präferenzen: So tendieren auch in Ost-Deutschland die jüngeren Wähler klar zu den Grünen während die älteren zwar auch zur CDU aber noch stärker zur LINKEN (vgl. Tabelle 24). Mit der SPD ergibt sich mal wieder kein signifikanter Zusammenhang, während sich die nicht-signifikante Präferenz jüngerer Wähler für die FDP zumindest in der graphischen Darstellung (vgl. Abbildung 74) sowie durch den Mittewert-Vergleich (vgl. Tabelle 25) bestätigen lässt. Hiernach hat die FDP mit einem knappen Jahrzehnt Abstand zu den Grünen die zweitjüngste Wählerschaft. Die Wählerschaft der LINKEN ist dagegen mit kurzem Vorsprung vor der der CDU die Älteste. Die SPD- sowie die Nichtwähler unterscheiden sich dagegen hinsichtlich ihres Alters nicht vom ostdeutschen Durchschnittsbürger.

Abbildung 75: Geschlecht und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Hinsichtlich des Faktors Geschlecht zeigte sich bereits in Kapitel VII.1, dass Frauen in Ostdeutschland sich ideologisch eindeutig eher links positionieren als Männer bzw. dass das rechte ideologische Spektrum über eine deutliche Männerdominanz verfügt. Auf der Werteebene zeigte sich für Ost-Deutschland im Wesentlichen, dass Frauen eher über progressive Geschlechterrollen- und Familienbilder verfügen als Männer, häufiger einen Gottesdienst besuchen und eher materialistisch eingestellt sind. Alles in Allem deuteten sich also keine ausgeprägten geschlechtsspezifischen Wertemuster an, welche sich dann auch im Wahlverhalten der Geschlechter durchschlagen sollten. Ebenso brach die Korrelation zwischen dem weiblichen Geschlecht und eher linken ideologischen Einstellungen unter Kontrolle des Faktors Konfession in sich zusammen. Ähnlich zeigt sich die Situation auch im Verhältnis zwischen Geschlecht und Wahlverhalten. So zeigen sich zunächst zu den meisten Parteien keine signifikanten Zusammenhänge, lediglich im Hinblick auf die Grünen deuten die Korrelationen eine deutliche Bevorzugung durch weibliche Wähler an (vgl. Tabelle 24). Ein gegenläufiger Trend ist dagegen – wenn auch nicht signifikant – bestenfalls in Richtung der FDP festzustellen, welche – wie auch die Graphik (vgl. Abbildung 75) sowie der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 25) anzeigen – eher von Männern bevorzugt wird.

Kontrolliert man jedoch auch hier die Korrelation zwischen Geschlecht und Grünen-Wahl mit dem Faktor Konfession bricht auch dieser Zusammenhang bei listenweisem Fallausschluss zusammen nicht jedoch beim Paarweisen Fallausschluss. Grund genug also sich dieses Verhältnis genauer anzuschauen: Schlüsselt man die Parteianteile der beiden Konfessionen sowie (interessehalber) zusätzlich der großen Gruppe der Atheisten nach Geschlecht auf, zeigt sich insbesondere bei den ostdeutschen Katholiken ein geschlechtsspezifisches Wahlverhalten im linken Spektrum (vgl. Tabelle 26). Sofern dabei im Osten katholische Frauen nicht die CDU wählen, wählen sie geschlossen die Grünen, während Männer sofern sie nicht in etwa gleichem Umfang CDU *und* FDP wählen sich statt für die Grünen geschlossen für die LINKEN entscheiden.

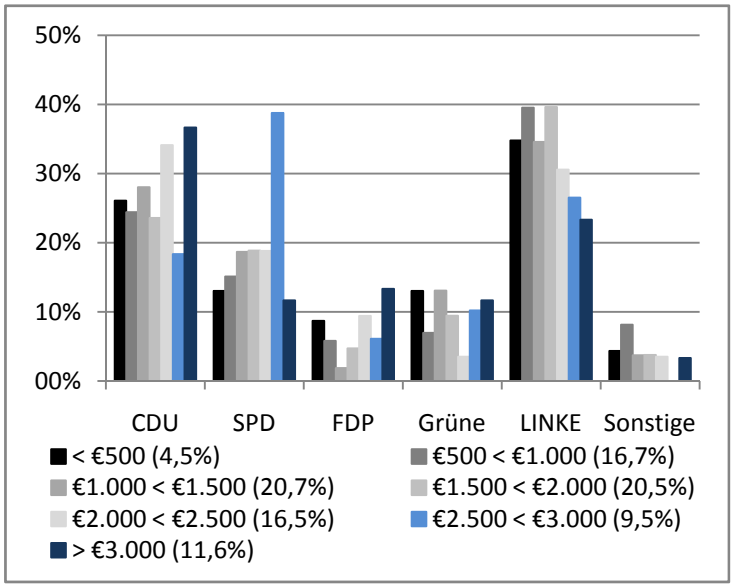
Tabelle 26: Wahlverhalten nach Geschlecht und Konfession in Ost-Deutschland

	Atheisten			Katholiken			Protestanten		
	Männer	Frauen	Männer ./. Frauen	Männer	Frauen	Männer ./. Frauen	Männer	Frauen	Männer ./. Frauen
CDU	20,8%	14,9%	5,9%	76,9%	85,7%	-8,8%	42,9%	51,4%	-8,5%
SPD	17,6%	20,1%	-2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	26,8%	14,9%	11,9%
FDP	11,6%	6,2%	5,4%	7,7%	0,0%	7,7%	7,1%	5,4%	1,7%
Grüne	6,5%	17,0%	-10,5%	0,0%	14,3%	-14,3%	7,1%	6,8%	0,4%
LINKE	37,5%	38,1%	-0,6%	15,4%	0,0%	15,4%	12,5%	20,3%	-7,8%
Sonstige	6,0%	3,6%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	1,4%	2,2%

Ebenso zeigt sich unter den Atheisten ein geschlechtsspezifisches Wahlverhalten, welches sich jedoch bezogen auf die politischen Lager nicht ausgleicht: So erzielen hier CDU und FDP zusammengenommen bei den Männern etwa 11,3 Prozent mehr Stimmen als bei den Frauen. Innerhalb des linken Lagers profitieren hiervon jedoch fast ausschließlich die Grünen, während bei der SPD das Geschlechterwahlverhältnis nicht dramatisch und bei den LINKEN kaum differiert. Bei der mittelgroßen Gruppe der Protestanten variieren dagegen insbesondere die Anteile der größeren Parteien, während die Grünen hier bei beiden Geschlechtern gleichermaßen beliebt sind. So tendieren protestantische Männer deutlich überproportional zur SPD, während die Frauen eher zur CDU bzw. zur LINKEN tendieren. In West-Deutschland zeigen sich diese Phänomene in dieser ausgeprägten Form dagegen bei Weitem nicht; man muss daher bis auf Weiteres hier von einer ostdeutschen Besonderheit sprechen, welche kausal (zumindest mit den Vorliegenden Daten) nur spekulativ erklärt werden könnten.

Wie bereits in den Kapiteln VIII. & IX.2.1. erläutert und begründet, wurde auch die Möglichkeit in Betracht gezogen, dass auch das Haushaltseinkommen und die damit verbundenen

Abbildung 76: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in Ost-Deutschland



bzw. möglichen Lebensstile einen Einfluss auf die Wertekonstellationen des Individuums und damit letztlich auf dessen Wahlverhalten ausüben könnten. Wie in West-Deutschland begünstigt dabei auch in Ost-Deutschland ein höheres Einkommen auf der Werteebene im Wesentlichen marktwirtschaftliche sozio-ökonomische Orientierungen.

Darüberhinaus stellen sich Personen mit höherem Einkommen in Ost-Deutschland als toleranter gegenüber Ausländern und näher zur Kirche dar (vgl. Tabelle 17). Diese Zusammenhänge reichen jedoch in Ost-Deutschland nicht aus, als dass sich hieraus in der Summe eine wirklich signifikante Wahlpräferenz für eine bestimmte Partei theoretisch oder empirisch (vgl. Tabelle 24) ableiten lassen würde. So wird lediglich die LINKE leicht signifikant von den unteren Einkommensschichten bevorzugt, während in der Gegenrichtung CDU und FDP zusammengenommen in vergleichbarem Ausmaß von den oberen Einkommensschichten präferiert werden. Der Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 25) zeigt zudem an, dass die FDP über die einkommensreichste Wählerschaft verfügt, gefolgt von jener der CDU und der SPD. Bereits mit einer halben Einkommensklasse Abstand folgen die Wähler der Grünen und der LINKEN, wobei alle Parteiwählerschaften im Durchschnitt mehr verdienen als die ostdeutsche Bevölkerung im Gesamtdurchschnitt. Weniger als der Landesdurchschnitt verdient lediglich – dafür aber umso deutlicher – die große Gruppe der Nichtwähler, zu denen wiederum auch eine hoch signifikante Korrelation besteht.

Abbildung 77: Haushaltseinkommen und (Nicht-)Wahlverhalten in Ost-Deutschland

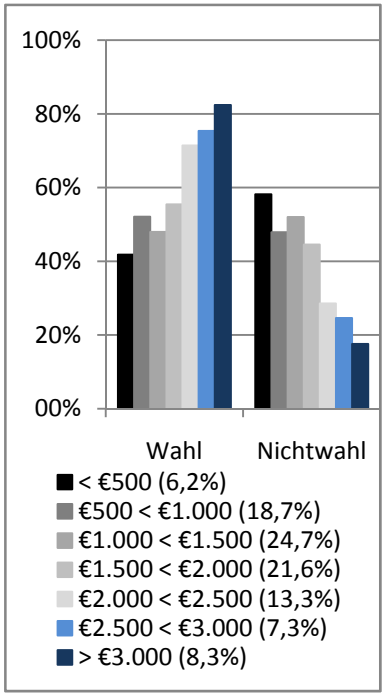
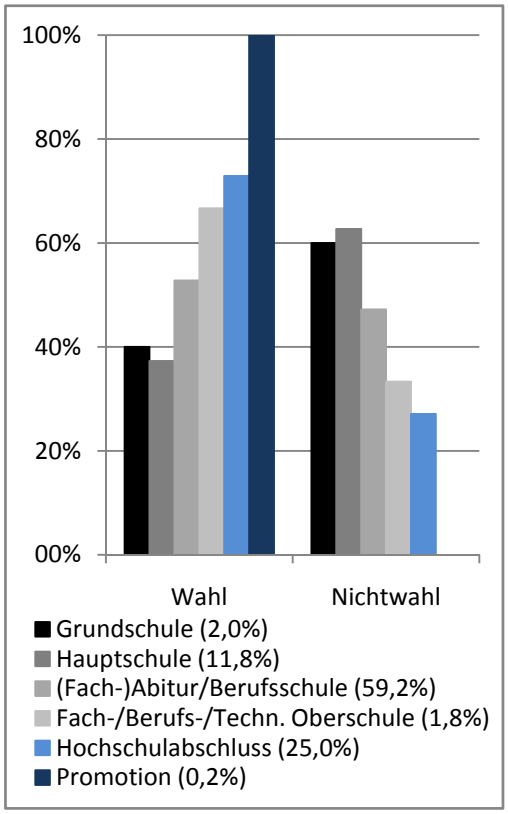


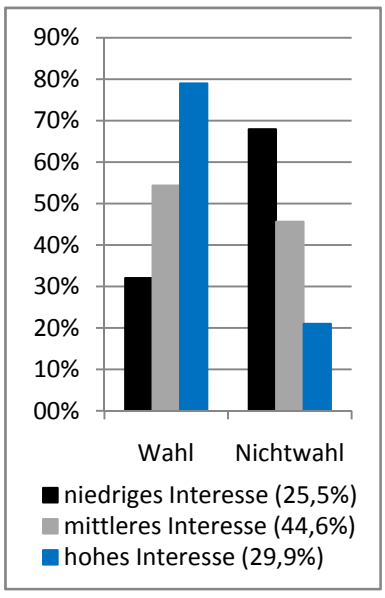
Abbildung 78 Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Ähnlich wie bereits im Hinblick auf die Faktoren Toleranz und Materialismus festgestellt, begünstigt ein höheres Einkommen weniger die Wahl einer bestimmten Partei als die Wahl irgendeiner Partei gegenüber der Nichtwahl. Die Graphiken (vgl. Abbildungen 76 & 77) zeigt diesen Zusammenhang noch einmal sehr deutlich. Dieser Einkommenseffekt auf die Wahl bzw. Nichtwahl ist jedoch zu mehr als die Hälfte auf die Faktoren Bildung und politisches Interesse zurückzuführen. So reduziert sich diese Korrelation bei Kontrolle des Faktors Bildung bereits auf -.143** und sinkt weiter auf -.098**, wenn man zusätzlich noch das politische Interesse kontrolliert.

Von ‚kognitiver Mobilisierung' – sprich von ‚Bildung' und ‚politischem Interesse' – geht dabei auch im Osten Deutschlands kein direkter und signifikanter Effekt auf die Wahl einer bestimmten Partei aus, sondern in erster Linie auf das Wählen gegenüber dem Nicht-Wählen (vgl. Tabelle 24, Abbildungen 78 & 79[188]) .

Abbildung 79: Politisches Interesse und (Nicht-) Wahlverhalten in Ost-Deutschland



Zwar begünstigen beide miteinander sowie mit dem Haushaltseinkommen hoch korrelierten Faktoren tolerante, postmaterialistische, wohlfahrtsstaatliche und progressive Einstellungen sowie linke ideologische Orientierungen (vgl. Tabelle 17), parteipolitisch profitieren hierdurch jedoch nicht einzelne Parteien sondern alle etablierten Parteien gegenüber der „Partei der Nichtwähler". Wie die Untersuchung der Einzelfaktoren Toleranz und (Post-) Materialismus im Rahmen dieses Abschnitts bereits gezeigt haben, konstituiert sich aus diesen Werte-Gegensätzen im Wesentlichen der kulturelle Unterschied zwischen Wählern und Nichtwählern, welche bereits den Verdacht nahelegten, dass sich innerhalb der

[188] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 183

Nichtwähler in Ost-Deutschland ein erhebliches Wähler-Potenzial für rechts-populistische bis rechts-extreme Politikanbieter befindet. Dieser Aspekt erhält nun auch von struktureller Seite Unterstützung, da Aufgrund des geringen Bildungsstandes und dem geringen politischen Interesse der Nichtwähler, welcher/s sich jeweils weit unter dem Landesdurchschnitt befindet (vgl. Tabelle 25), zudem auch davon ausgegangen werden kann, dass diese Personen auch nicht unbedingt dazu prädestiniert sind, sich differenziert mit politischen Inhalten auseinander zu setzen, was die Anfälligkeit für „einfache“ politische Lösungen weiter erhöhen könnte.

Tabelle 27: Mittelwertvergleich zwischen Nichtwählern und extrem-rechts-Wählern in Ost-Deutschland

	Landes-Mittelwert	Nichtwahl	REP, DVU, NPD
Ideologische Einstellung	**4,47**	4,75	6,98
Ortsgröße	**3,86**	**3,84**	**3,22**
Inglehart-Index	**2,38**	2,26	2,64
Sozioökonomie	**5,52**	**5,68**	**6,36**
Toleranz	**4,21**	**3,79**	**3,31**
Kirchgang	**6,16**	**6,33**	**6,28**
Konfession	**1,86**	1,86	2,00
Umwelt-Index	**2,20**	2,18	2,55
Familienindex	**2,05**	2,08	2,06
Bildung	**3,37**	**3,10**	**3,00**
Politisches Interesse	**1,99**	**2,27**	**2,46**
Haushaltseinkommen	**5,72**	**5,29**	**5,56**
Geschlecht	**1,51**	1,54	1,18
Geburtsjahr	**1959**	1959	1975

Trotz der sehr geringen Fallzahlen wurden daher auch einmal die Mittelwerte der Werte-Indizes und der Strukturvariablen der aggregierten Wählerschaften von Republikanern, DVU und NPD ausgerechnet und denen der Nichtwähler gegenübergestellt (vgl. Tabelle 27):

Demnach sind sich die Nichtwähler und die Wähler rechtsradikaler und rechtsextremer Parteien zunächst hinsichtlich der strukturellen Merkmale Bildung, Einkommen und politisches Interesse sehr ähnlich. Unterschiede bestehen hingegen hinsichtlich des Durchschnittsalters und der Geschlechterverteilung. Bewegen sich hier die Nichtwähler auf dem Niveau des Landesdurchschnitts, ist die Wählerschaft der extremen und radikalen Rechten klar jünger und hauptsächlich männlich. Auf der Werteebene differieren die einzelnen Indikatoren zwar im Ausmaß, deuten jedoch mehrheitlich in dieselbe Richtung: So positionieren sich die

Nichtwähler ideologisch nur etwas weiter rechts als der Durchschnitt, während hier der Trend bei den Anhängern der „rechten“ Parteien eindeutig ist. Gleichzeitig sind deren Wähler hinsichtlich sozio-ökonomischer Fragen noch weit „linker“ eingestellt als die Anhängerschaft der LINKEN, während die diesbezüglichen Einstellungen der Nichtwähler zwar in dieselbe Richtung weisen, jedoch weit weniger stark ausgeprägt sind. Selbiges gilt grundsätzlich auch für den Faktor Intoleranz, hinsichtlich dessen die Wähler der extremen Rechten die schon wenig toleranten Nichtwähler im Durchschnitt noch einmal um einen halben Skalenpunkt unterbieten. Fügt man diese Aspekte zusammen, ließe sich die Situation so interpretieren, dass die Ost-Deutschen Nichtwähler zwar grundsätzlich in hohem Maße für rechtspopulistische bis rechts-extreme Politikangebote empfänglich sein könnten. Jedoch scheint das tatsächliche Politikangebot bzw. das Auftreten der vorhandenen rechtsextremen Politikanbieter und ihrer Vertreter sich soweit außerhalb des Rahmens der Akzeptabilität zu befinden, dass sich hiervon praktisch nur junge männliche Wähler angesprochen fühlen bzw. mobilisierbar sind, während ältere männliche Jahrgänge sowie die Frauen klar abgeschreckt werden.

Für Ost-Deutschland lässt sich damit das Fazit ziehen, dass hier im Wesentlichen die CDU und die LINKE *die* Cleavage-Parteien sind, zwischen denen sich die meisten wertmäßigen Konflikte – hierbei allerdings insbesondere jene mit „klassischen“ Wurzeln (Sozioökonomie-, religiös/säkular- sowie konservativ/progressiv-Gegensatz) – parteipolitisch manifestieren. Bezogen auf einzelne Indikatoren wird auch die Wahl der Grünen (Ökologie, Progressivität *besondere* Toleranz) und der FDP (Sozio-Ökonomie) von bestimmten gesellschaftlichen Werteorientierungen begünstigt. Düster sieht es hingegen auch in Ost-Deutschland für die SPD aus, welche sich auch hier hinsichtlich keines relevanten Werteindikators, klar als die erste Wähleradresse für Inhaber bestimmter gesellschaftlicher Wertevorstellungen behaupten kann, da (sieht man einmal von geringem Umweltbewusstsein ab) alle anderen Werte bereits von der politischen Konkurrenz „besetzt“ sind. Die SPD ist folglich auch im Osten Deutschlands zwar *die* Partei der Mitte – allerdings auch *die* Partei mit dem unklarsten Profil, welche deswegen hinsichtlich ihrer möglichen Wahlergebnisse umso abhängiger ist von aktuellen Themen, attraktiv(er)en Personen und professionellerer (seitens Partei/Kandidat), günstigerer (politische „Großwetterlage“) und wohlwollenderer (Medien) Einflüsse durch politischer Kommunikation insgesamt. Zwar zeichnet sich vorsichtig im linken wie im rechten politischen Spektrum im intergenerationellen Vergleich eine Umschichtung – weg von LIN-

KEN und CDU und hin zu Grünen und FDP – ab, aber auch hiervon kann die SPD nicht profitieren.

Der wichtigste Gegensatz zeigte sich jedoch im ostdeutschen Elektorat, bei der Gegenüberstellung von Wählern und Nichtwählern. So weisen die ostdeutschen gegenüber den westdeutschen Nichtwählern ein vergleichsweise klares Profil auf, welches darauf hindeutet, dass sich unter der großen Gruppe der ostdeutschen Nichtwähler insbesondere ein hohes Maß an Intoleranz gepaart mit wohlfahrtsstaatlichen und kirchenfernen Einstellungen verbirgt, welche wiederum von Personen getragen werden, die über einen sehr geringen Bildungsstand, ein sehr niedriges politisches Interesse sowie ein geringes Partizipationsbedürfnis (gegenüber materiellen Interessen) verfügen und zudem den unteren sozialen Schichten (gemessen am Haushaltseinkommen) angehören. Hieraus ließe sich wiederum ein hohes Potenzial für rechts-populistische Politikanbieter in Ost-Deutschland ableiten, welches sich – zumindest bis heute – „nur“ in gelegentlichen Wahlerfolgen rechts-extremer Parteien bei Landtagswahlen manifestiert hat.

Für die etablierten Parteien könnte man aus diesen Erkenntnissen insgesamt die folgenden Implikationen ableiten, nach denen CDU und LINKE noch für einige Zeit *die* politischen Gegenspieler im Osten bleiben werden. Solange dabei wählen auch weiterhin nur von postmaterialistisch eingestellten, relativ gebildeten, politisch interessierten und gut verdienenden Bürgern praktiziert wird, sollten sich Wählerumschichtungen im linken Lager langfristig insbesondere weg von der LINKEN und hin zu *moderneren* linken Parteien wie den Grünen und den PIRATEN entwickeln. Die mehrheitlich „linken“ sozioökonomischen Orientierungen im Osten sollten zwar auch weiterhin eine stabile Wählernachfrage für die hierfür ausgerichtete Politik der LINKEN bilden, jedoch hat diese womöglich durch die Vereinigung mit der westdeutschen WASG und der implizit starken Repräsentation durch einen *West*-Deutschen wie Oskar Lafontaine an Attraktivität in ihrer Eigenschaft als bis dato selbsternannte Vertreterin spezifisch *ostdeutscher Interessen* – also im Sinne einer de facto Zentrum-Peripherie-Cleavage-Partei – eingebüßt. Zumindest würden die regelmäßigen Wahlumfragen (vgl. www.wahlrecht.de) für Ost-Deutschland diese Theorie stützen, wonach sich im linken Parteienspektrum einiges bewegt hat. So können insbesondere hier die PIRATEN in den Umfragen seit 2008 zulegen, während die LINKEN drastisch an Zustimmung verloren haben, was man so interpretieren könnte, dass sich hier insbesondere das Protestwählerpotenzial einen

neuen parteipolitischen Hafen gesucht hat. Ebenso könnte der Verlust des Markenzeichens als ostdeutsche Interessenpartei auch zum Verlust eines Wettbewerbsvorteiles gegenüber der SPD zur Folge gehabt haben, da auch diese seit 2008 ihren „Bewegungsspielraum" wieder signifikant erweitern konnte. Sollte sich jedoch DIE LINKE im Westen nicht dauerhaft etablieren können, wird sie sich wohl wieder stärker als Ost-Partei profilieren und hier den linken Raum für SPD, Grüne und gegebenenfalls die PIRATEN wieder eng machen.

Bezüglich des rechten Spektrums würde eine weitere Erosion von Kirchenbindungen und konfessionellen Gegensätzen langfristig zu einem Verlust an Politiknachfrage zugunsten der Union gehen. Als einziges wertmäßiges „Standbein" blieben dann die marktwirtschaftlichen Orientierungen übrig, welche jedoch zumindest in Verbindung mit moderneren (progressiven, postmaterialistischen und kirchenfernen) Einstellungen eher in der FDP ihren beliebteren Politikanbieter finden. Interessant hierbei: Die FDP ist im Osten keine Partei der Mitte sondern wird klar von Wählern präferiert, die im Mittel rechts von jenen der CDU stehen. Ebenso paaren sich in deren Wählerschaft – ganz im Gegensatz zum programmatischen Anspruch der FDP – marktwirtschaftliche mit *in*-toleranten Einstellungen.

Für Ost-Deutschland sind daher – bezogen auf die beiden politischen Lager – und unter der Voraussetzung, dass das „rechte Potenzial" im Nichtwählerlager von keiner etablierten oder ernst zu nehmenden neuen Partei angebohrt wird, keine großen Veränderungen im Aggregat zu erwarten. Aufgrund der konstant starken Nachfrage nach „linker" sozioökonomischer Politik allgemein, der wachsenden Angebotsvielfalt für diese im linken politischen Lager sowie der traditionell geringeren Anzahl originärer affektiver Parteibindungen im Osten, sollten jedoch hier höhere Volatilitäten bei Wahlen die Regel werden bzw. bleiben. Für die beiden rechten demokratischen Parteien CDU und FDP bleiben hingegen die Bewegungsmöglichkeiten stark eingeschränkt, da sie mit ihrem tendenziell marktwirtschaftlichen Politikangebot auf eine begrenzte und im Generationenvergleich nur sehr langsam wachsende politische Nachfrage treffen. Beide Parteien könnten ihren wertgebundenen Wählerstamm daher vermutlich nur dann ausweiten, wenn sie über die sozio-kulturelle Dimension an autoritäre Einstellungen – also Patriotismus, Leitkultur, Law-and-Order, etc. – appellieren, was jedoch zumindest vom heutigen Standpunkt aus und mit dem vorhandenen Personal auf absehbare Zeit als wenig wahrscheinlich angenommen werden kann.

Von daher lautet der Ausblick für Ost-Deutschland: Relative Stabilität im rechten und steigende Binnen-Volatilität im linken Lager bei konstant hohen Nichtwählerquoten und gelegentlichen rechts-extremen Eruptionen an der Wahlurne. Hoffnung jedoch für SPD, sich innerhalb des linken Lagers – nach Wegfall des Bonus für DIE LINKE als *Interessenpartei Ost* – sich mittels personeller und inhaltlicher Angebot wieder etwas frei schwimmen zu können. Die Grünen könnten hingegen – in Ermangelung eines klaren Ökologie-Ökonomie-Konflikts im Osten durch das Aufkommen der PIRATEN und bei einer Konsolidierung der SPD (beispielsweise durch Fokussierung auf beliebte Personen) – nach kurzer Blüte, wieder in der Bedeutungslosigkeit verschwinden. Gleiches Schicksal könnte jedoch grundsätzlich auf der FDP drohen, welche unter langfristigen Gesichtspunkten hauptsächlich vom Sozioökonomie-Gegensatz existiert. Durch die Sozialdemokratisierung der CDU könnte sie zwar einerseits eine neue politische Heimat für entfremdete CDU-Wählern werden, andererseits würde die damit implizierte De-Thematisierung von Wirtschafts- und Sozialthemen, bedingt durch eine weitgehende Konsonanz von CDU und SPD auf diesem Politikfeld, die Aufmerksamkeit auf Themengebiete lenken (z.B. Familien- oder Umweltpolitik), welche in Bezug auf die FDP keinen Effekt haben. Ebenso würde eine Fokussierung der FDP auf libertäre Bürgerrechtsthemen im autoritären Osten erstens auf ein geringes Nachfragepotenzial treffen, welches zudem – wie die meisten anderen libertären Wertevorstellungen – erfolgreicher von klar linken Politikanbietern wie den Grünen und gegebenenfalls zukünftig auch den PIRATEN angesprochen werden würde.

IX.2.3. Werteorientierungen und Wahlverhalten in Österreich

In Österreich zeigte sich im Gegensatz zu den beiden Teilen Deutschland bei keiner Partei ein insignifikanter Zusammenhang mit der ideologischen Selbstverortung. Lediglich die österreichischen Nichtwähler können im Aggregat keiner ideologischen Richtung zugeordnet werden (vgl. Tabelle 28). Hinsichtlich einzelner Wertorientierungen lässt sich über sie sagen, dass sie signifikant intoleranter gegenüber Immigranten eingestellt sind, jedoch nicht so stark wie die ostdeutschen Nichtwähler (vgl. Tabellen 27 & 29). In sozio-ökonomischen Fragen tendieren hingegen die österreichischen Nichtwähler eher zum marktwirtschaftlichen Pol und leben eher in einem ruralen Umfeld. Wie in Deutschland begünstigen dabei auch in Österreich politisches Desinteresse und eine niedrigere formale Bildung signifikant die Nichtwahl.

Im Einzelnen finden sich starke Zusammenhänge zwischen einzelnen Werte-Indikatoren und bestimmten Parteien – wie zuvor auch in beiden Teilen Deutschlands – zwischen der Kirchgangs-Frequenz – und damit der Nähe zu religiösen Werteorientierungen – und der Wahl der jeweiligen bürgerlichen Volkspartei – in diesem Fall der ÖVP. Wähler mit säkularen Werteorientierungen präferieren hingegen einerseits die rechtspopulistischen Parteien FPÖ und BZÖ und andererseits die Grünen während die Präferenzen für die SPÖ und das LiF von religiös-säkularen Gegensätzen weitgehend unberührt bleiben.

Tabelle 28: Wahlverhalten und Einzelwerte in Österreich

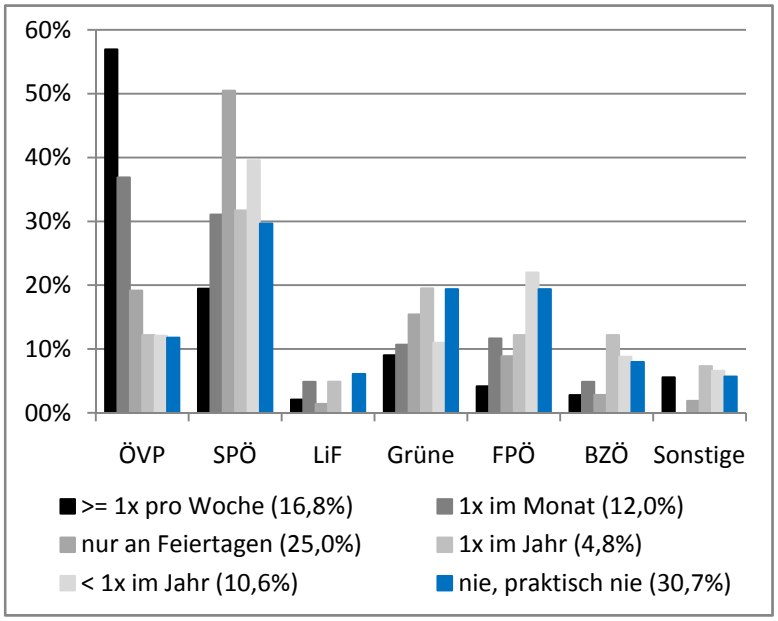
Korrelationen nach Pearson	ÖVP	SPÖ	LiF	GRÜNE	FPÖ	BZÖ	ÖVP-FPÖ-BZÖ	SPÖ-GRÜNE	Links	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**.264****	**-.217****	**-.077***	**-.297****	**.302****	**.110****	**.478****	**-.421****	**-.472****	,010
Ortsgröße	**-.175****	**.113****	,053	**.081***	,029	**-.102****	**-.179****	**.165****	**.189****	**-.071****
Inglehart-Index	**-.092****	**-.102****	,058	**.227****	-,003	-,065	**-.112****	,063	**.086***	**-.057***
Sozioökonomie	**-.187****	**.234****	-,056	**.151****	**-.182****	**-.099****	**-.333****	**.329****	**.330****	**-.072****
Toleranz	-,036	-,002	**.131****	**.379****	**-.295****	**-.169****	**-.312****	**.266****	**.327****	**-.126****
Kirchgang	**-.336****	,023	,063	**.089****	**.173****	**.097****	**-.128****	**.085***	**.117****	,026
Kath.-Ev. (Konfess.)	-,065	-,016	-,040	,036	,057	,041	-,003	,009	,004	,027
Umwelt	**.074***	**.085***	,030	**-.126****	-,047	,022	,043	-,008	-,009	-,022
Familie	**.164****	,029	**-.113****	**-.218****	,050	,036	**.193****	**-.126****	**-.184****	,047
Bildung	-,023	**-.157****	**.159****	**.201****	-,027	-,005	-,041	-,007	,050	**-.098****
Pol. Interesse	-,052	,058	**-.120****	-,061	,005	**.122****	,015	,012	-,027	**.238****
Einkommen	,046	**-.103****	,027	-,033	,014	**.111****	**.103****	**-.122****	**-.111****	,031
Geschlecht	,039	,019	,019	,044	**-.113****	-,036	-,060	,050	,053	,016
Geburtsjahr	**-.207****	-,035	-,011	**.265****	,003	**.074***	**-.143****	**.154****	**.167****	,049

Tabelle 29: Index-Mittelwerte der Parteien in Österreich

	Landes-Mittelwert	ÖVP	SPÖ	LiF	GRÜNE	FPÖ	BZÖ	Nichtwahl
Ideol. LR-Einstufung	**5,24**	**6,20**	**4,62**	**4,42**	**3,77**	**6,91**	**6,15**	5,26
Ortsgröße	**3,84**	**3,25**	**4,36**	4,67	**4,46**	4,17	**3,00**	**3,65**
Inglehart-Index	**2,27**	**2,15**	**2,18**	2,64	**2,88**	2,31	2,04	**2,20**
Sozioökonomie	**4,85**	**4,48**	**5,37**	4,52	**5,43**	**4,30**	**4,38**	**4,73**
Toleranz	**4,24**	4,33	4,46	**5,93**	**6,36**	**2,89**	**3,04**	**3,95**
Kirchgang	**4,75**	**3,58**	4,77	5,35	**5,12**	**5,56**	**5,47**	4,81
Kath.-Ev. (Konfess.)	**1,07**	1,04	1,06	1,00	1,08	1,10	1,10	1,07
Umwelt	**2,16**	**2,23**	**2,22**	2,24	**2,04**	2,12	2,21	2,15
Familie	**2,23**	**2,31**	2,23	**2,02**	**2,04**	2,26	2,27	2,25
Bildung	**3,10**	3,13	**2,97**	**4,01**	**3,65**	3,11	3,16	**2,99**
Pol. Interesse	**2,18**	1,97	2,08	**1,59**	1,93	2,04	**2,36**	**2,39**
Einkommen	**6,40**	6,51	**6,08**	6,62	6,19	6,42	**7,17**	6,47
Geschlecht	**1,52**	1,55	1,53	1,56	1,57	**1,37**	1,44	1,53
Geburtsjahr	**1960**	**1953**	1959	1958	**1971**	1960	**1965**	1961

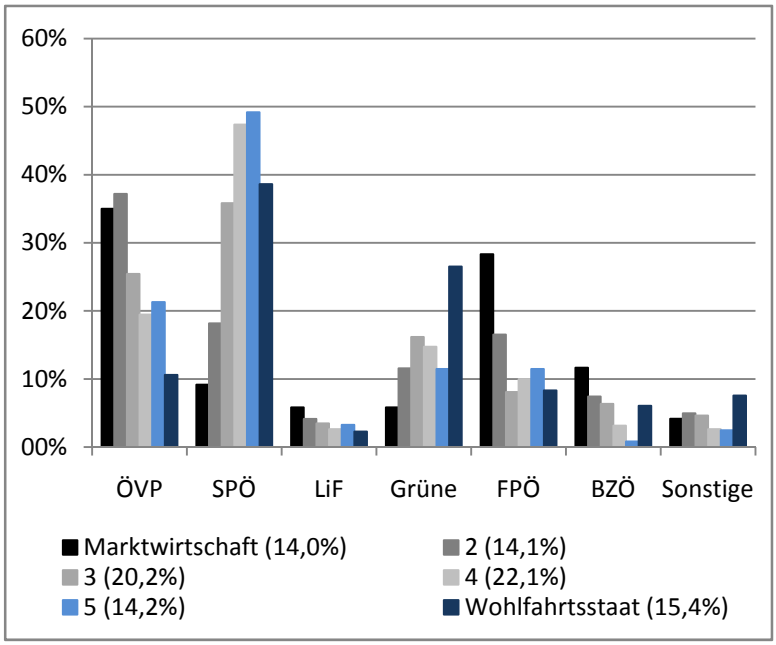
In dieselbe Richtung deuten auch die Mittelwerte der Werteindizes der einzelnen Parteianhängerschaften hin (vgl. Tabelle 29) sowie die graphische Darstellung (vgl. Abbildung 80). Demnach findet der Gegensatz zwischen religiösen und säkularen Werteorientierungen in Österreich weitgehend innerhalb des rechten ideologischen Lagers statt, während in Deutschland säkulare Orientierungen klar in Zusammenhang mit einer Präferenz für die Parteien des linken Lagers standen. Ebenso ging – wie das erste Regressionsmodell zeigte (vgl. Tabelle 12) – in West-Deutschland von der Kirchgangs-Häufigkeit ein wesentlicher Einfluss auf den Charakter der ideologischen Links-Rechts-Achse aus, welche wiederum die politischen Lager strukturiert, während dieser Faktor im Hinblick auf das allgemeine Verständnis der österreichischen Links-Rechts-Dimension insgesamt unbedeutend blieb.

Abbildung 80: Kirchennähe/-Ferne und Wahlverhalten in Österreich



Größere Bedeutung hatte stattdessen die sozio-

Abbildung 81: Sozioökonomische Orientierungen und Wahlverhalten in Österreich

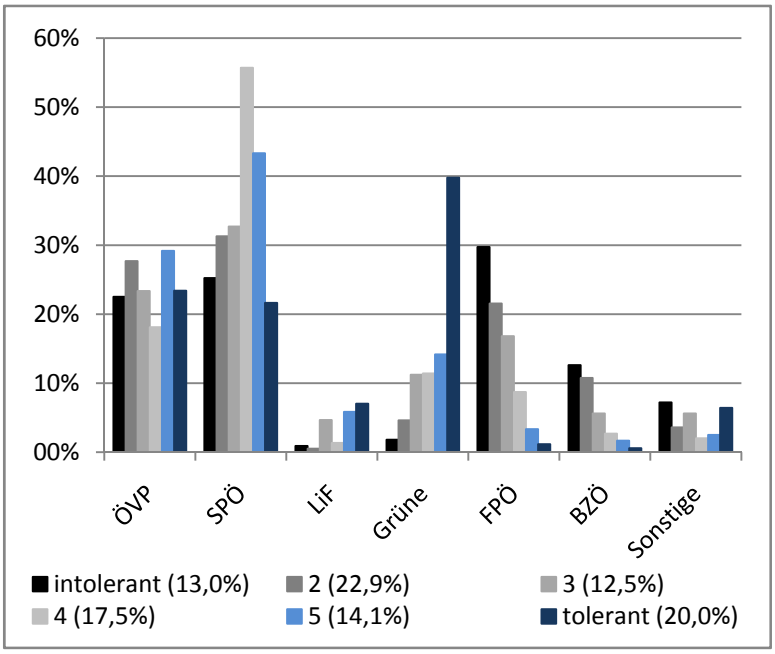


ökonomische Dimension im Hinblick auf das ideologische Kontinuum und dies spiegelt sich wiederum auch in den Zusammenhängen mit den einzelnen Parteipräferenzen wieder: So begünstigen marktwirtschaftliche Orientierungen durchweg die Parteien des rechten Lagers – also ÖVP, FPÖ und BZÖ – und wohlfahrtsstaatliche Orientierungen die SPÖ und die Grünen, was sich sowohl bei den Korrelationen (vgl. Tabelle 28) als auch in der graphischen Darstellung[189] (vgl. Abbildung 81) zeigt. Ebenso verfügt die FPÖ gefolgt von BZÖ und ÖVP im Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 29) über die marktwirtschaftlichste und die Grünen dicht gefolgt von der SPÖ über die wohlfahrtsstaatlichste Wählerschaft. Das LiF wird unter sozio-ökonomischen Gesichtspunkten – wenn auch auf niedrigem Niveau – eindeutig eher von Wählern mit marktwirtschaftlichen Orientierungen präferiert. Im Mittel sind dabei die LiF-Anhänger etwas weniger marktwirtschaftlich eingestellt, als die Wähler der ÖVP. Hierbei handelt es sich jedoch um die weitgehend einzige gemeinsame wertmäßige Schnittmenge des LiFs mit den Parteien des rechten Lagers, welche spätestens bei der Betrachtung der weiteren sozio-kulturellen Konflikte zwischen autoritären und libertären Wertvorstellungen deutlich werden wird.

Als einflussreichster Faktor im Hinblick auf die Bedeutung der ideologischen Dimensionen „links“ und „rechts“ galt auch in Österreich der Aspekt der Toleranz gegenüber Minderheiten bzw. (hier) Immigranten (vgl. Kapitel VI.). In Bezug auf die Wahlpräferenz zugunsten einzelner Parteien, zeigt sich dabei – im Gegensatz zu beiden Teilen Deutschlands – kein signifikanter Zusammenhang zwischen (in-)toleranten Einstellungen und der Wahl der beiden traditionellen Volksparteien ÖVP und SPÖ.

[189] Hinsichtlich der Klassierung in der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 178.

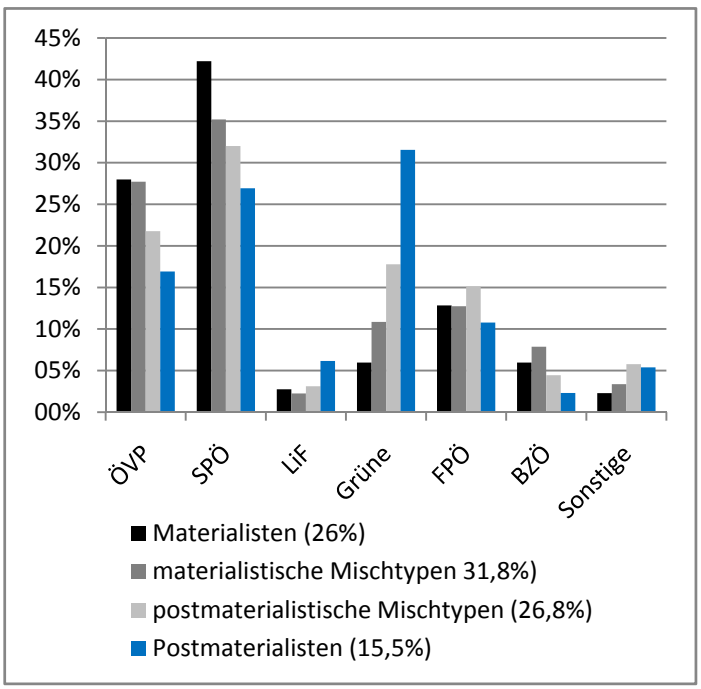
Abbildung 82: (In-)Toleranz und Wahlverhalten in Österreich



Stattdessen manifestiert sich dieser Konflikt weitgehend in einem Alignment zugunsten von FPÖ und BZÖ durch Personen mit intoleranten Einstellungen gegenüber Immigranten, während Wähler mit toleranten Einstellungen in ebenso klarem Ausmaß für die Grünen und das LiF votieren.

Dieser Effekt zeigt sich dabei sowohl in einer hoch signifikanten Korrelation (vgl. Tabelle 28), als auch in der graphischen Detailbetrachtung[190] (vgl. Abbildung 83). Folgerichtig sind daher auch bei den Toleranz-Mittelwerten der Parteianhängerschaften (vgl. Tabelle 29), die Grünen-Wähler gefolgt von den LiF-Wählern die Tolerantesten, während die Anhänger von FPÖ und BZÖ im Mittel sogar noch wesentlich intoleranter sind als die Wähler rechtsextremer bzw. rechtsradikaler Parteien in Ost-Deutschland. Die Wähler von ÖVP und SPÖ befinden sich leicht innerhalb der toleranteren Wählerhälfte.

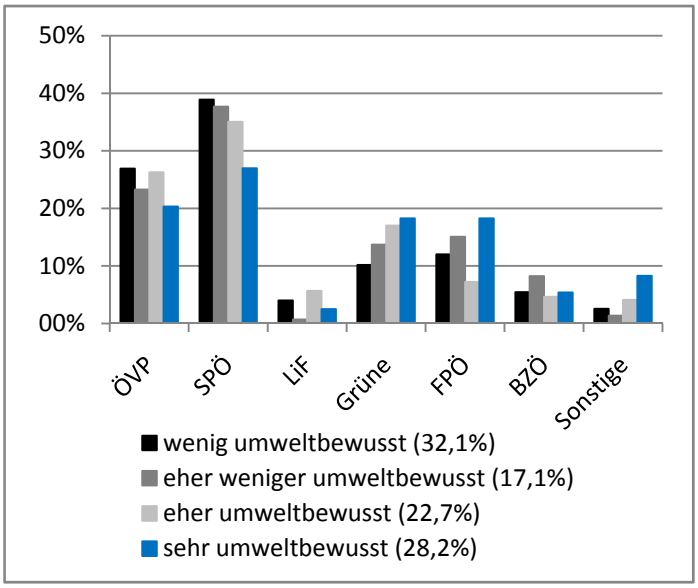
Abbildung 83: (Post-)Materialismus und Wahlverhalten in Österreich



Klare politische Zuordnungen zwischen Bürgern mit bestimmten Wertepräferenzen und politischen Parteien zeigen sich in Österreich auch bei den Themen Umweltschutz sowie Postmaterialismus. Hierbei begünstigt ein hohes Umweltbewusstsein sowie postmaterialistische Staatszielpräferenzen klar die Wahl der Grünen und (auf niedrigerem

[190] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 181

Abbildung 84: Ökologie und Wahlverhalten in Österreich

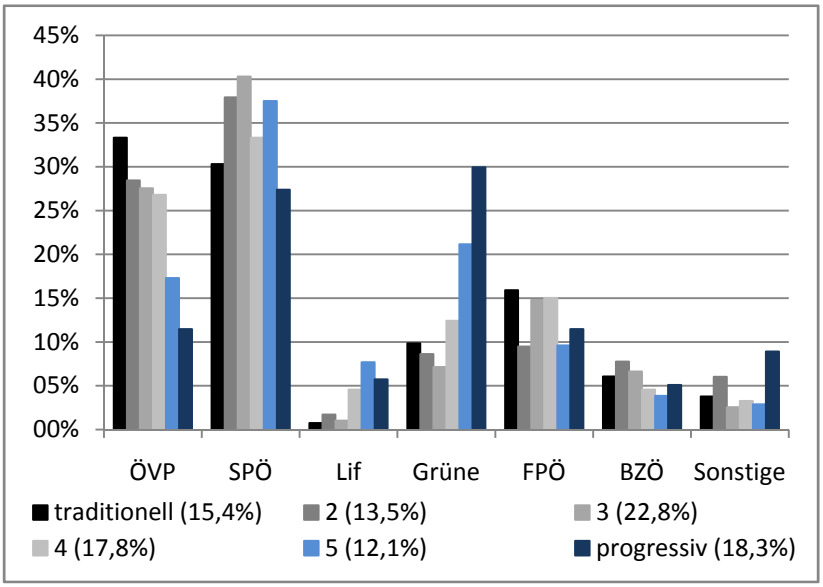


Niveau) des LiFs, während Personen mit materialistischen Staatszielpräferenzen bzw. mit geringerem Umweltbewusstsein zu den beiden Volksparteien tendieren (vgl. Tabelle 28). Für FPÖ und BZÖ gehen dagegen von diesen Werteorientierungen keine statistisch signifikanten Effekte aus. Bestenfalls lässt sich durch die grafische Darstellung (vgl. Abbildung 83) andeuten, dass auch das BZÖ eher von Materialisten als von Postmaterialisten gewählt wird, was in Anbetracht der Programmatik des BZÖ auch Sinn machen würde; kontraintuitiv ist jedoch die empirische Feststellung, dass auch die FPÖ von Personen mit hohem Umweltbewusstsein leicht überproportional gewählt wird, was neben einer nicht-signifikanten Korrelation auch im Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 29) der graphischen Darstellung[191] (vgl. Abbildung 84) angedeutet wird.

Hinsichtlich konfligierender Einstellungen bezüglich der Geschlechterrollen sowie der Familienbilder zeigt sich zunächst die aus dem religiös-säkularem Gegensatz bekannte Polarisierung zwischen der ÖVP und den Grünen, was allein schon aufgrund der sehr starken Korrelation zwischen Kirchennähe (Kirchenferne) und traditionellen (progressiven) Rollen- und Familienbildern nicht anders zu erwarten war (vgl. Tabellen 28 & 18). Im Gegensatz zum rein religiös-säkularen Konflikt zeigen sich jedoch nun auch beim LiF hoch signifikante Effekte, welche erwartungsgemäß eine Bevorzugung durch Wähler mit progressiven Einstellungen anzeigen. Dagegen verschwinden im Vergleich zum religiös-säkularen Gegensatz die signifikanten Effekte für die Wahl von FPÖ nahezu vollständig und beim BZÖ sind diese bestenfalls noch in der graphischen Darstellung[192] (vgl. Abbildung 85) leicht erkennbar. Im Mittelwertvergleich (vgl. Tabelle 29) bewegen sich beide Parteianhängerschaften – wie die der SPÖ – nahe bzw. unmittelbar auf dem Niveau des Gesamtmittelwertes.

[191] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 180.
[192] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 179.

Abbildung 85: Geschlechterrollen- und Familienbilder und Wahlverhalten in Österreich

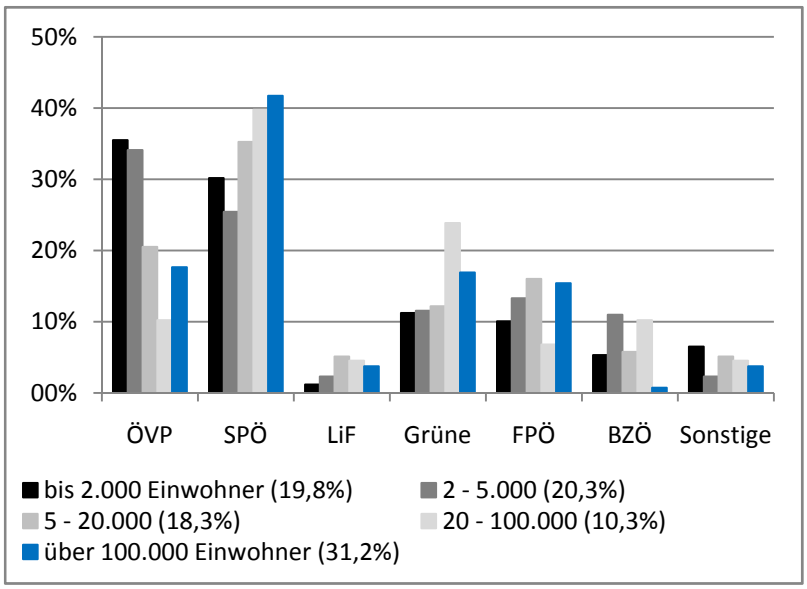


Der Zusammenhang zwischen Familienwerten und der Wahl der einzelnen Parteien ist dabei zum Teil sehr stark vom religiös-säkularen Gegensatz sowie vom Geburtsjahr vermittelt: So bricht die Korrelation zwischen den Familienwerten und der Wahl der Volkspartei unter Kontrolle des Faktors Kirchgang auf .057 n.s. zusammen, während bei den Grünen lediglich der Faktor Geburtsjahr eine gewisse Rolle zu spielen scheint, da sich hier bei dessen Kontorolle die ursprüngliche Korrelation um etwa zwei Siebentel auf -.157** reduziert. Die graphische Darstellung zeigt zudem, dass sich auch in Bezug auf die ÖVP und die Grünen das Wahlverhalten über die ersten vier Klassierungen, welche immerhin rund 70 Prozent der Wähler umfassen, nicht dramatisch in die beschriebene Richtung verändert sondern dass insbesondere bei den beiden progressivsten Klassen ein massiver Schub – weg von der ÖVP und hin zu den Grünen – zu beobachten ist.

Stadt-Land-Gegensätze manifestieren sich in Österreich in der überproportionalen Wahl von ÖVP und BZÖ in den ländlichen Regionen und SPÖ, Grünen und LiF in den urbanen Gegenden (vgl. Tabellen 28 & 29, Abbildung 86)[193]. Im Faktor Wohnumfeld sollten dabei mehrere relevante Werteaspekte zusammentreffen, welche aus der Konsistenztabelle (vgl. Tabelle 18) ablesbar sind: So sind in den ländlichen Regionen die Menschen zum einen strukturell älter und wertmäßig tendenziell (1) religiöser, (2) traditioneller, (3) marktwirtschaftlicher, (4) materialistischer und (5) intoleranter eingestellt als die Menschen in städtischen Regionen. Alter sowie die Punkte (1) bis (4) würden damit die überproportionale Wahl der ÖVP auf dem Land erklären. In der Gegenrichtung erklärt wiederum die tendenzielle Wertekombination aus (1) säkularen, (2) progressiven, (3) wohlfahrtsstaatlichen, (4) postmaterialistischen und (5) toleranten Einstellungen sowie dem durchschnittlich jüngerem Alter der Bevölkerung

[193] Für die graphische Darstellung wurden die Kategorien (3) (5-10.000 Einwohner) und (4) (10-20.000 Einwohner) sowie die Kategorien (5) (20-50.000 Einwohner) und (6) (50-100.000 Einwohner) Fallzahlen-bedingt zusammengefasst.

Abbildung 86: Wohnumfeld und Wahlverhalten in Österreich



in den urbanen Gebieten die hier stärkere Tendenz zu den Grünen. Größten Einfluss auf die Wahl der SPÖ haben – wie gezeigt bzw. noch zu zeigen sein wird – sozio-ökonomische Fragen und der damit relativ deutlich korrelierende Einkommensaspekt, welcher zudem – einzig in Österreich – auch signifikant mit der Ortsgröße negativ korreliert. Da also in den städtischen Regionen, (auch) das mittlere Haushaltseinkommen (bei vergleichsweise hoher Standardabweichung und damit größeren Einkommensspreizungen) sinkt[194] - was wiederum so interpretiert werden kann, dass hier auch ein größerer Anteil sozial schwächerer Menschen lebt – ließen sich hieraus die regional unterschiedlichen Präferenzen für die SPÖ auch strukturell untermauern.

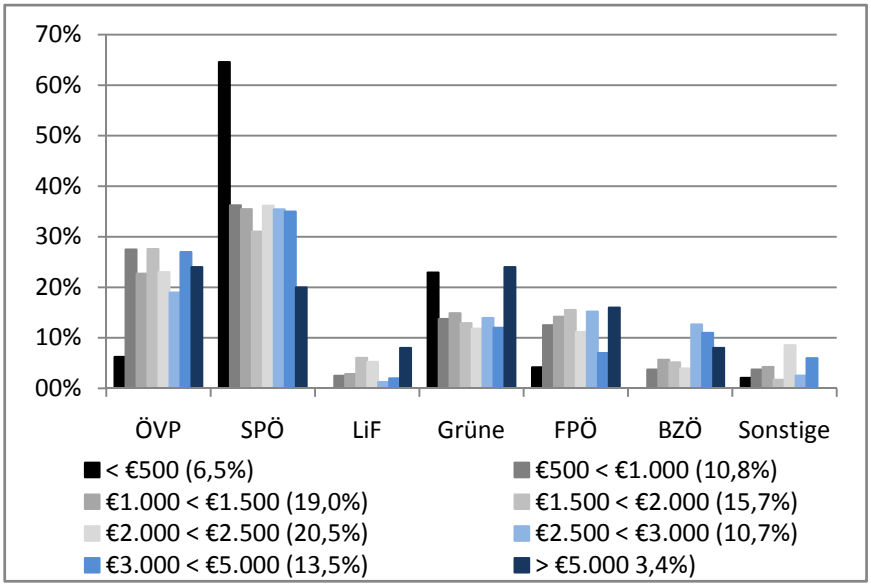
Auf den möglichen Einfluss des Haushaltseinkommens, als Indikator des individuellen Wohlstandes, Konsum- und Freizeitmöglichkeiten, des Lebensstils sowie der damit verbundenen bzw. sich daraus möglicherweise ableitenden unterschiedlichen gesellschaftlichen Werteorientierungen und damit auch Parteipräferenzen wurde an anderer Stelle bereits eingegangen. Signifikante Korrelationen mit der Wahl einzelner Parteien zeigen sich dabei in Österreich neben dem eben bereits erwähnten negativen Zusammenhang mit der SPÖ in der Gegenrichtung mit dem BZÖ (vgl. Tabelle 28). Schaut man sich jedoch das Wahlverhalten der einzelnen Einkommensklassen genauer an[195] (vgl. Abbildung 87), so ist zunächst festzustellen, dass sich hierbei für keine Partei und damit auch nicht für die SPÖ ein kontinuierlicher Trend zeigt.

[194] Im Einzelnen lauten die durchschnittlichen Einkommensklassen und Standardabweichungen für die 7 Wohnortkategorien wie folgt: 6,36 (1,823) [bis 2.000 Einwohner]; 6,65 (1,784); 6,46 (1,858); 6,95 (1,662); 6,36 (1,619) 6,48 (1,703); 6,06 (2,055) [über 100.000 Einwohner].

[195] In der Graphik wurden Fallzahlen-bedingt die höchsten sowie die niedrigsten drei Einkommensklassen zu jeweils einer Kategorie zusammengefasst.

Vielmehr ist grundsätzlich festzuhalten, dass sich das Wahlverhalten der Einkommensklassen – angefangen von den Geringverdienern bis weit hinein in den saturierten Mittelstand – nicht dramatisch unterscheidet. Lediglich bei den untersten und den obersten Einkommensschichten zeigt sich ein Wahlverhalten, welches sich von dem aller dazwischen befindlichen Einkommensklassen teilweise unterscheidet. So resultiert das einkommensspezifische Wahlverhalten zu (Un-)Gunsten der SPÖ im Wesentlichen aus deren stark überproportionalen Bevorzugung durch die Geringstverdiener und einer klaren Ablehnung durch die Besserverdienenden. Einzig beim BZÖ zeigt sich ein Präferenzunterschied, welcher sich über ein breiteres Einkommensspektrum erstreckt und dafür sorgt, dass das BZÖ praktisch Österreichs „Partei der Besserverdienenden“ ist. Diese Befunde werden dabei auch durch den Mittelwertevergleich gestützt (vgl. Tabelle 29), welcher klar anzeigt, dass die Wählerschaft der SPÖ insgesamt die Einkommensärmste und die des BZÖ insgesamt die Einkommensreichte ist. Die Korrelationen mit dem Haushaltseinkommen sind zudem nur in vergleichsweise geringem Umfang von den sozioökonomischen Einstellungen moderiert und umgekehrt[196], es handelt sich also sowohl beim Haushaltseinkommen als auch bei den sozio-ökonomischen Orientierungen zu jeweils größten Teilen um eigenständige Effekte.

Abbildung 87: Haushaltseinkommen und Wahlverhalten in Österreich



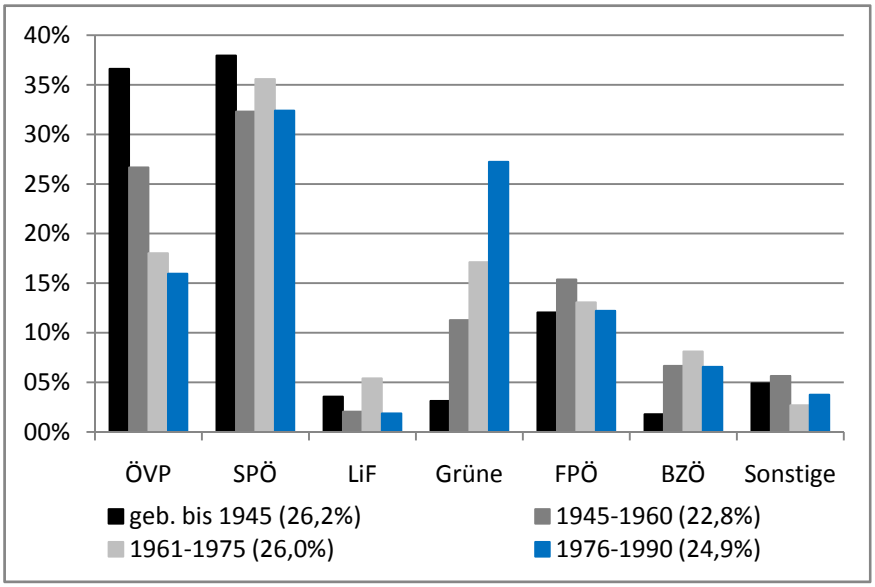
Interessant ist auch in Österreich das einkommensspezifische Wahlverhalten in Bezug auf die Grünen: Demnach sind die Grünen – ähnlich wie in West-Deutschland – einerseits bei Personen mit sehr niedrigen Einkommen überproportional beliebt und andererseits bei Personen mit vergleichsweise hohen Einkommen. Der Grund für die Entstehung dieses Phäno-

[196] Bei Kontrolle des Haushaltseinkommens sinken die Zusammenhänge zwischen SPO- bzw. BZÖ-Wahl und sozioökonomischen Orientierungen auf .222** bzw. -.084*. Umgekehrt verringert sich der Zusammenhang zwischen Haushaltseinkommen und SPÖ- bzw. BZÖ-Wahl bei Kontrolle des Faktors sozioökonomische Orientierungen auf -.070 n.s. bzw. .097**.

mens scheint auch hier darin begründet zu sein, dass sich unter den Grün-Wählern ca. 28 Prozent Studenten befinden (38 Prozent der Studenten innerhalb der Stichprobe wählten Grüne), welche zwar während des Studiums in der Regel nicht viel verdienen, später jedoch als Akademiker überproportional den oberen Einkommensklassen angehören und quasi während ihres „Marsches durch die Institutionen" ihre gesellschaftlichen Werteorientierungen beibehalten und somit auch die österreichischen Grünen eine Partei der Besserverdienenden sowie der noch-nicht-Besserverdienenden sind.

Wie in Kapitel VII.2 dargestellt, tendieren die Österreicher wie die West-Deutschen mit steigendem Lebensalter (bzw. hier früherem Geburtsjahr) ideologisch nach rechts. Von diesem Trend profitieren jedoch unter parteipolitischen Gesichtspunkten nicht alle Wettbewerber gleichermaßen: Vielmehr spielt sich der Alterskonflikt, wenn dann auch hier in der Weise ab, dass die älteren Jahrgänge zur ÖVP und die jüngeren zu den Grünen tendieren, während alle anderen Parteien weitgehend altersunabhängig gewählt werden (vgl. Tabelle 28, Abbildung 88). Da Lebensalter – wie bereits mehrfach klargestellt – keine Werthaltung ist, sondern sich sozialisationsbedingt bestimmte Wertemuster in bestimmten Generationen internalisieren, liefert auch hier zunächst ein Blick in die Konsistenztabelle (vgl. Tabelle 18) Anhaltspunkte, warum vom altersspezifischen Wahlverhalten hauptsächlich die ÖVP und die Grünen betroffen sein sollten: So korrelieren mit dem Geburtsjahr in Österreich am stärksten die (1) Geschlechterrollen und Familienbilder, (2) die Kirchenbindung und (3) die Toleranz gegenüber Immigranten, und damit allseits Aspekte, die die sozio-kulturelle Dimension betreffen und konsistent in die erwartete Richtung weisen, wonach die älteren Jahrgänge traditioneller, religiöser und intoleranter eingestellt sind als die jüngeren Jahrgänge, welche

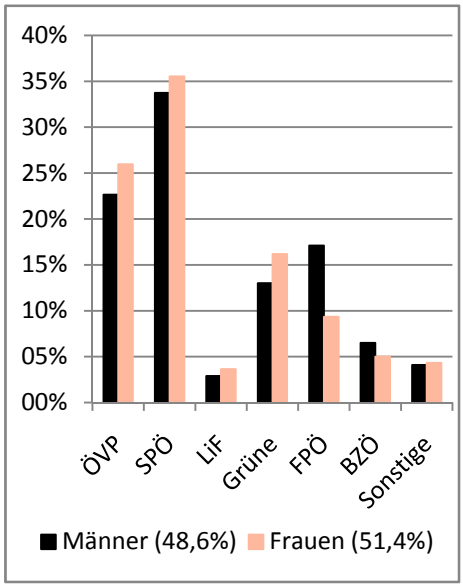
Abbildung 88: Generationenzugehörigkeit und Wahlverhalten in Österreich



wiederum progressivere, säkularere und tolerantere Werteorientierungen aufweisen. Insbesondere der Kirchgang zeigte dabei in diesem Abschnitt bereits einen sehr starken Zusammenhang mit der Wahl der ÖVP; ebenso der Geschlechterrollen- und Familienbildaspekt, welcher in der wertmäßigen Gegenrichtung die Grünen begünstigte. Der Toleranzaspekt hatte für die Wahl der ÖVP keine signifikante Bedeutung, dafür jedoch umso mehr für die Wahl der Grünen. Da für die Wahl der SPÖ in erster Linie sozio-ökonomische Werthaltungen sowie strukturell das Haushaltseinkommen wahlentscheidend sind, diese Aspekte jedoch bereits wesentlich schwächer mit dem Geburtsjahr korrelieren und zudem gegenläufige Implikationen beinhalten (jüngere Leute sind einerseits etwas wohlfahrtsstaatlicher orientiert, was für die Wahl der SPÖ sprechen würde, andererseits verfügen sie über ein höheres Haushaltseinkommen, was gegen die Wahl der SPÖ spricht), ergeben sich unter dem Strich keine signifikanten altersspezifischen Wahleffekte zugunsten der SPÖ. Hinsichtlich der ebenfalls altersunabhängigen Wahl der FPÖ, ist ebenso die Annahme naheliegend, dass sich unterschiedliche Wertepräferenzen verschiedener Generationen im Aggregat gegenseitig aufwiegen. Infrage kommen dabei insbesondere die jeweils sehr starken Aspekte Kirchgang und Toleranz. So spricht die höhere Intoleranz der älteren Jahrgänge grundsätzlich für die Wahl der FPÖ, während die höhere Kirchennähe wiederum dagegen spricht. Umgekehrt spricht die größere Kirchenferne der jüngeren Jahrgänge eher für die Wahl der FPÖ, während die relativ höhere Toleranz der Jüngeren eher gegen die Wahl der FPÖ spricht. Der zweitwichtigste Zusammenhang mit der Wahl der FPÖ war der sozio-ökonomische Aspekt, welcher unter marktwirtschaftlichem Vorzeichen aber ansonsten analog zur SPÖ keinem ausgeprägten altersspezifischen Trend folgt und dementsprechend auch keine signifikanten Spuren im generationenspezifischen Wahlverhalten hinterlässt.

Ähnlich wie im Hinblick auf das Lebensalter wurde auch hinsichtlich des Geschlechter-Aspekts davon ausgegangen, dass unter Umständen Männer und Frauen strukturell und/oder sozialisationsbedingt, abweichende Wertemuster- bzw. Präferenzen entwickeln, welche sich letztlich dann auch in unterschiedlichen Parteipräferenzen niederschlagen könnten. Für Österreich zeigten sich dabei bei den Einzelwerten keine konsistenten geschlechtsspezifischen Wertemuster (vgl. Kapitel VII.1, Tabelle 18). So sind Frauen zwar einerseits religiöser, was unter sozio-kulturellen Gesichtspunkten eher für autoritäre Wertvorstellungen und damit parteipolitisch für die Wahl der ÖVP sprechen würde, andererseits sind jedoch Frauen hinsichtlich ihrer Geschlechterrollen und Familienbilder deutlich progressiver einges-

Abbildung 89: Geschlecht und Wahlverhalten in Österreich



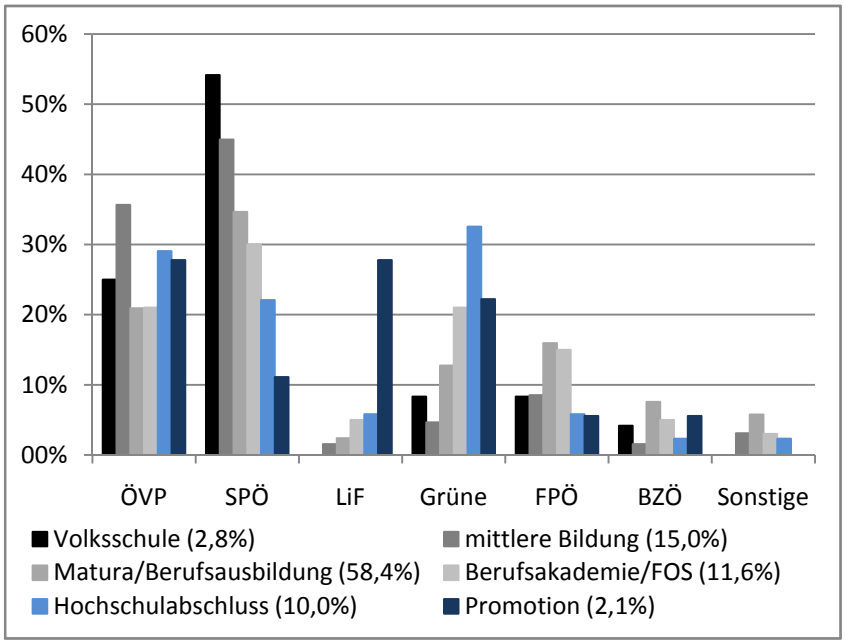
tellt als die Männer, was wiederum sozio-kulturell eher für libertärere Wertepräferenzen sprechen würde und parteipolitisch den Grünen und dem LiF zu Gute kommen sollte. Ebenso sollte das höhere weibliche Umweltbewusstsein zu einer Bevorzugung der Grünen an Wahlurne sorgen, wie das tendenziell niedrigere Haushaltseinkommen, die materialistischen Staatszielpräferenzen sowie die eher wohlfahrtsstaatlichen sozio-ökonomischen Orientierungen die überproportionale Wahl der SPÖ nahe legen. Tatsächlich zeigt sich jedoch im Aggregat lediglich eine deutliche und statistisch signifikante Ablehnung der FPÖ durch weibliche Wähler bzw. deren überproportionale Bevorzugung durch männliche Wähler (vgl. Tabelle 28, Abbildung 89). Der gleiche Zusammenhang findet sich – wenn auch statistisch nicht signifikant – beim BZÖ, während bei allen anderen Parteien weder die Korrelationen eine signifikante geschlechtsspezifische Bevorzugung anzeigen noch die Mittelwerte der einzelnen Parteiwählerschaften (vgl. Tabelle 29) einen Frauenanteil aufweisen, der deutlich über dem Frauenanteil im Elektorat insgesamt liegen würde. Der Faktor Geschlecht scheidet folglich auch in Österreich als Determinante für das Wahlverhalten weitgehend aus, da Männer und Frauen weder auf der Werteebene noch hinsichtlich ihrer ideologischen Einstellungen (vgl. Kapitel VII.1.) im jeweiligen Aggregat über geschlechtsspezifisch konsistente Wertemuster verfügen, die generell die Wahl bestimmter Parteien oder eines bestimmten politischen Lagers nahelegen. Zwar zeigen sich hinsichtlich einzelner Werteindikatoren signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern, diese gleichen sich jedoch hinsichtlich ihrer politischen Implikationen im Aggregat weitgehend aus.

Ebenso sei auch für Österreich noch kurz auf die Faktoren Bildung und politisches Interesse – also den Komplex der sogenannten „Kognitiven Mobilisierung“ – eingegangen werden, welcher – wie ebenfalls bereits mehrfach festgestellt – in diesem Zusammenhang nicht als gesellschaftliche Werteorientierung angesehen wurden, sondern als Moderatorvariablen in Hinblick auf die Herausbildung moderaterer Wertemuster (Bildung) sowie als Resultat besonders ausgeprägter Wertemuster (politisches Interesse) und damit letztlich auch bestimmter Parteipräferenzen. In Deutschland zeigten sich beide Komponenten dabei bereits weni-

ger als Prädiktoren für die Wahl bestimmter Parteien sondern weit vielmehr als Prädiktoren für das Wählen irgendeiner Partei gegenüber der Nichtwahl als besonders wirkungsvoll.

In Bezug auf einzelne Werteindikatoren steht dabei eine höhere formale Bildung in Österreich – wie in beiden Teilen Deutschlands – in starkem Zusammenhang mit Toleranz gegenüber Immigranten, Postmaterialismus sowie progressiven Geschlechterrollen- und Familienbildern. Ebenso gehen exklusiv in Österreich auch säkularere Einstellungen mit einem höheren formalen Bildungsgrad einher, dafür wiederum hat einzig in Österreich Bildung keinen Einfluss auf die sozioökonomischen Einstellungen. Stadt-Land-Unterschiede in Sachen Bildung zeigten sich grundsätzlich in allen drei Elektoraten – in Österreich jedoch am ausgeprägtesten. Hierbei musste jedoch die inhaltliche Bedeutung eher als struktureller Faktor als im Sinne einer Werteorientierung interpretieren werden[197]. Darüber hinaus steht der Faktor Bildung auch in Österreich erwartungsgemäß in starkem und signifikantem Zusammenhang mit den Faktoren Haushaltseinkommen und politischem Interesse[198]. Ebenso verfügen in Österreich signifikant die jüngeren Altersjahrgänge über einen höheren Bildungsstand sowie die Männer gegenüber den Frauen (vgl. Kapitel VIII, Tabelle 18).

Abbildung 90: Formale Bildung und Wahlverhalten in Österreich

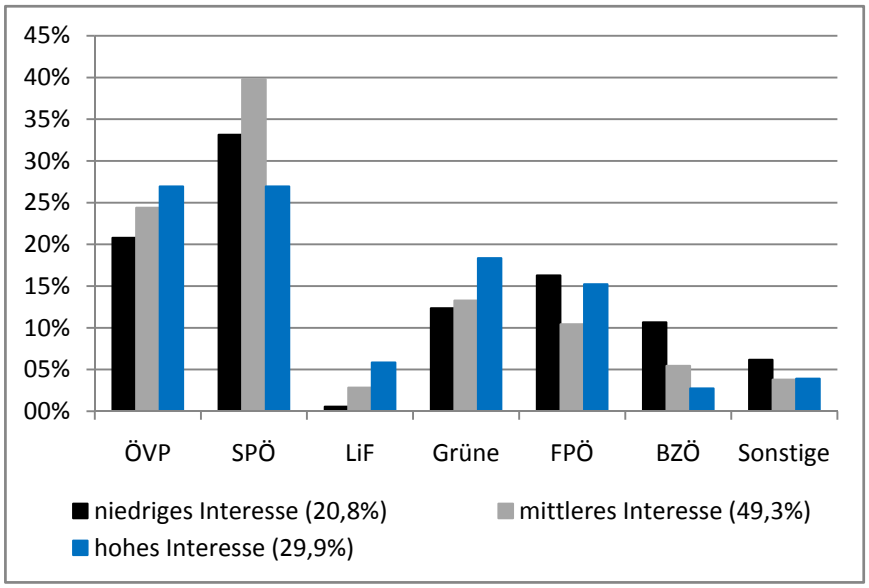


[197] So ist der durchschnittlich höhere formale Bildungsstand in den urbanen Gebieten in erster Linie so zu interpretieren, dass die größeren Städte Infrastruktur-bedingt (Universitäten, größere Betriebe mit überproportionalem Anteil an höher und hochqualifizierten Beschäftigten) eine entsprechend Anziehungskraft auf Personen mit höherem Bildungsstand ausüben und sich demzufolge aufgrund von Binnenmigration eine Konzentration von höher gebildeten Personen in den Ballungsräumen ergibt, was wiederum statistisch zu einer positiven Korrelation aus formaler Bildung und der Wohnortgröße führt.

[198] Erwartungsgemäß deshalb, weil höhere formale Bildung erstens den Eintritt in einen hoher qualifizierten und damit in der Regel auch höher dotierten Beruf sowie die Fähigkeit zur Auseinandersetzung mit komplexen politischen Inhalten begünstigen sollte.

Summa summarum legten daher die Zusammenhänge mit den Einzelwerten und den Strukturmerkmalen eine Bevorzugung der libertären Parteien durch Personen mit hoher Bildung nahe, welcher sich empirisch auch bestätigt (vgl. Tabelle 28): Demnach werden sowohl die Grünen als auch das LiF stark überproportional von Personen mit höherem und hohem formalen Bildungsstand gewählt, während sich im Gegenzug einzig bei der SPÖ ein sehr stark gegenläufiger Trend zeigt. Dementsprechend hat auch das LiF gefolgt von den Grünen die Wählerschaft mit der formal höchsten und die SPÖ die Wählerschaft mit der formal geringsten durchschnittlichen Bildung, welche sich etwa auf Augenhöhe mit jener der Nichtwähler befindet (vgl. Tabelle 29). Der starke und signifikant negative Zusammenhang zwischen formaler Bildung und der SPÖ-Wahl bleibt dabei auch dann erhalten, wenn man diese Korrelation mit dem Faktor Einkommen kontrolliert (-.135**).

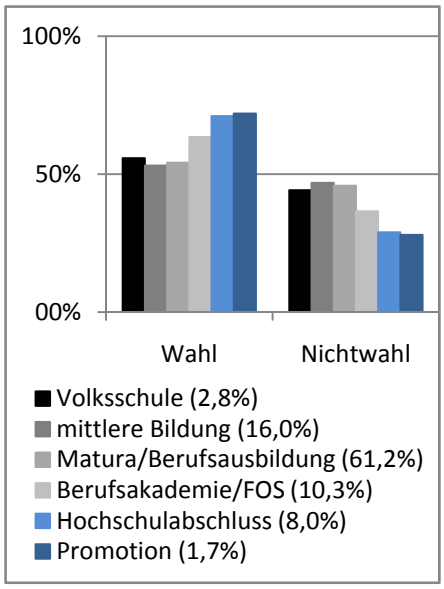
Abbildung 91: Politisches Interesse und Wahlverhalten in Österreich



Es liegt daher ein Zusammenhang nicht in der Weise vor, dass höhere Bildung zu einem Beruf mit einem höheren Einkommen führt, welches wiederum beim Individuum einen Lebensstil bzw. materielle Interessen hervorbringt, welche(r) in der poltischen Sphäre nicht unbedingt von der Sozialdemokratie repräsentiert werden sondern es besteht ein direkter Zusammenhang, welcher nicht durch einen hier verwendeten Werte- oder Strukturindikator vermittelt ist. Anders bei der Wahlpräferenz zugunsten der Grünen: Kontrolliert man hier den Zusammenhang mit dem Faktor Bildung durch die Variablen Toleranz und Familie, vermindert sich dieser bereits um mehr als die Hälfte auf .092**. In Hinblick auf die Grünen ist der Zusammenhang zwischen Wahlentscheidung und formaler Bildung also zum größten über gesellschaftliche Werteorientierungen, welche durch eine höhere formale Bildung begünstigt werden, vermittelt.

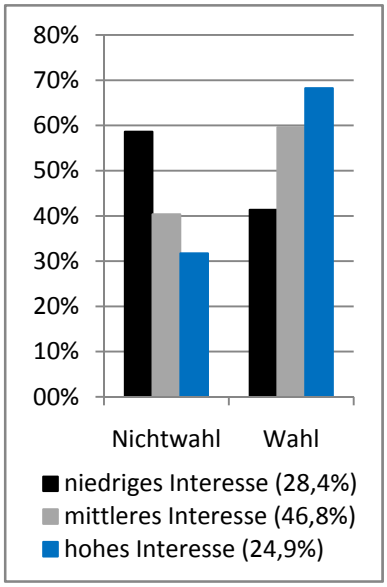
Im Hinblick auf die nicht signifikanten Zusammenhänge zwischen Bildung und der Wahl von ÖVP, FPÖ und BZÖ liefert die detailliertere graphische Darstellung (vgl. Abbildung 90) nur insoweit Aufschlüsse darüber, dass bei ÖVP und FPÖ offenbar ein U-förmiger Zusammenhang besteht, welcher statistisch für die insignifikante Korrelation verantwortlich gemacht werden kann. Demnach wird die ÖVP sowohl von den unteren als auch von den oberen Bildungsschichten überproportional gewählt, während die Partei für die breiten mittleren Bildungsschichten deutlich weniger attraktiv ist. Bei der FPÖ ist der Zusammenhang genau umgekehrt, hier können sich sowohl die hohen als auch die niedrigen Bildungsschichten nicht überproportional für die Partei begeistern, während sie von den mittleren Bildungsschichten wiederum eine überproportionale Unterstützung erfährt. Ebenso wie in West-Deutschland – und noch wesentlich krasser in Ost-Deutschland – hat jedoch auch in Österreich der Faktor Bildung einen signifikanten Einfluss auf das Wahlverhalten gegenüber dem Nichtwahlverhalten (vgl. Abbildung 92).

Abbildung 92: Bildung und (Nicht-) Wahlverhalten in Österreich



Das politische Interesse wurde im Rahmen dieser Arbeit von Anfang an nicht als Faktor betrachtet, welcher die Entstehung bestimmter gesellschaftlicher Werteorientierungen oder ideologischer Einstellungen begünstigt, sondern in erster Linie als das Ergebnis mehr oder weniger ausgeprägter gesellschaftlicher Werteorientierungen und ideologischer Einstellungen. Demzufolge sollten ausgeprägte bzw. vom Individuum als besonders wichtig empfundene gesellschaftliche Werteorientierungen und/oder ideologische Einstellungen für eine entsprechende Aufmerksamkeit für das Geschehen und die Akteure in der politischen Sphäre und damit einer umfangreicheren Auseinandersetzung mit dem politischen Geschehen und der Suche und Beobachtung jener Akteure, welche diesen kulturellen Prädispositionen gesamtgesellschaftliche Geltung verschaffen könnten, sorgen.

Abbildung 93: Politisches Interesse und (Nicht-)Wahlverhalten in Österreich



Hohes politisches Interesse korreliert dabei auf der Werteebene zunächst einmal mit postmaterialistischen Staatszielpräferenzen – also Partizipation und Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung – sowie toleranten Einstellungen gegenüber Ausländern. Bereits wesentlich schwächer – aber immer noch signifikant – sind die Zusammenhänge mit einer hohen Kirchennähe sowie progressiven Geschlechterrollen- und Familienbildern (vgl. Tabelle 18). Strukturell besteht der bekannt hohe Zusammenhang mit einer höheren formalen Bildung sowie konform damit einem höheren Haushaltseinkommen. Parteipolitisch profitiert von einem höheren politischen Interesse am deutlichsten das LiF, welches auch im Mittelwertvergleich über die politisch interessierteste Wählerschaft verfügt (vgl. Tabellen 28 & 29).

Mit Abstand und nicht mehr signifikanten Korrelationen aber immer noch deutlich politisch interessierten Mittelwerten folgen Grüne und ÖVP. Für die FPÖ besteht kein statistisch signifikanter Zusammenhang, da sie ihrer Wähler scheinbar sowohl niedrig wie hoch interessierten Personenkreisen überproportional rekrutiert (vgl. Abbildung 91), während der Zusammenhang mit dem BZÖ klar negativ ist. Keinen klaren Trend gibt es dagegen wiederum bei der SPÖ, lediglich die Erkenntnis, dass diese Partei neben dem BZÖ als einzige für politisch hoch interessierte Personen uninteressanter ist als für politisch Uninteressierte. Erinnert man sich an die diesbezüglichen Zusammenhänge mit den Faktoren Bildung und Einkommen, welche stark mit politischem Interesse korrelierten und sich jeweils negativ auf die Wahl der Sozialdemokratie auswirkten und der Erkenntnis, dass alle mit politischen Interesse signifikant positiv korrelierenden Einzelwerte, neutral bis negativ mit der Wahlpräferenz zugunsten der SPÖ korrelieren – und umgekehrt, konnte mit einem positiven Effekt durch den Faktor politisches Interesse auch nicht gerechnet werden. Klar ist jedoch auch in Österreich, dass von politischem Interesse die politischen Parteien insgesamt profitieren bzw. politisch interessierte Personen eher zur Wahl gehen als nicht Interessierte (vgl. Abbildung 93)[199].

Hierbei verfügen die Nichtwähler in Österreich im Aggregat auch über kein ausgeprägtes Profil oder eine ideologische Tendenz: Die guten bis mäßig starken und signifikanten Korrelationen in Richtung Intoleranz, marktwirtschaftliche sozio-ökonomische Orientierungen, ländlicher Wohnort sowie materialistische Einstellungen, deuten jedoch grundsätzlich an, dass es sich bei den Nichtwählern eher um potenzielle Mitte-Rechts-Wähler handelt.

[199] Hinsichtlich der Klassierung der Indexwerte für die graphische Darstellung vgl. Anmerkung 183

Für Österreich lässt sich somit ebenfalls summa summarum das Fazit ziehen, dass konkurrierende gesellschaftliche Werteorientierungen einen deutlichen Einfluss auf das Wahlverhalten ausüben. Hierbei zeigten jedoch zunächst die Ausführungen über die Zusammenhänge mit den ideologischen Einstellungen, dass in Österreich die politischen Lager am deutlichsten entlang der Mitte separiert sind. Als entscheidende Einzel-Werte zeigten sich dabei neben der Toleranz, die sozioökonomischen Orientierungen und die Familienwerte. Der relativ hohen Bedeutung des sozioökonomischen Konfliktes in Österreich verdankt dabei die österreichische Sozialdemokratie – im Gegensatz zu ihrer deutschen Schwester – eine hohe Bedeutung, welche insbesondere darin zum Ausdruck kommt, dass Personen mit wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen in der SPÖ ihre beste Repräsentantin sehen. Zusammen mit den Grünen ergibt sich dabei klar ein linkes Lager, welches den Marktwirtschaftlern von ÖVP, FPÖ und BZÖ gegenübersteht, wobei hier die jeweilige Volkspartei nicht so eindeutig die erste Wahl für marktwirtschaftlich orientierte Wähler ist. Im (auch hier) stärksten Werte-Konflikt insgesamt – nämlich dem sozio-kulturellen Toleranz-Intoleranz-Konflikt – spielen hingegen beide Volksparteien keine Rolle, da dieser Konflikt zwischen autoritären und libertären Einstellungen im Hinblick auf Minderheiten parteipolitisch ganz klar zwischen der FPÖ und dem BZÖ auf der einen und den Grünen auf der anderen Seite ausgetragen wird. Dennoch ist auch hier die SPÖ eindeutig eher die Anlaufstelle für tolerante Wähler, während die ÖVP weder für intolerante noch für tolerante Wähler überproportional interessant ist. Stattdessen bildet die ÖVP in einem anderen relevanten Konflikt die autoritäre Pol-Partei – und zwar im Hinblick auf die Kirchennähe sowie Familienwerte. Bei ersterem Konflikt steht sie dabei – analog zur CDU/CSU in Deutschland – den libertären Parteien – und hierbei insbesondere den Grünen – gegenüber, während die SPÖ diesbezüglich keine nennenswerte Rolle spielt. Der religiös-säkulare Gegensatz bleibt hingegen im rechten Lager, da hierbei nicht wie in Deutschland ebenfalls Grüne sowie die LINKEN die säkularen parteipolitischen Gegenspieler der Christdemokraten sind sondern in erster Linie FPÖ und BZÖ.

Auch in Österreich ist es hiernach für jede relevante Partei absolut vorteilhaft als Repräsentantin für bestimmte gesellschaftliche Werteorientierungen bzw. für eine Seite eines gesellschaftlichen Wertekonflikts wahrgenommen zu werden. Insbesondere die Sozialdemokratie hat es hier geschafft – trotz grüner Konkurrenz und großer Koalition – weiterhin als erste Adresse für Wähler mit wohlfahrtsstaatlichen Orientierungen angesehen zu werden. Demgegenüber läuft hier die ÖVP langfristig Gefahr an Bedeutung für den politischen Wettbe-

werb zu verlieren. Zwar steht sie auch klar für religiöse Werte, konservative Familienwerte und den ländlichen Raum, in puncto sozioökonomischer Fragen – welche in Österreich wesentlich relevanter sind für den politischen Wettbewerb als beispielsweise für West-Deutschland – sehen sich hingegen die Marktwirtschaftler in Österreich bereits ebenso gut bei FPÖ und BZÖ aufgehoben. Diese Parteien führen dabei gegen die Grünen den politischen Wettbewerb auf der für alle drei Elektorate wichtigsten soziokulturellen Dimension hinsichtlich der Toleranz gegenüber Minderheiten an. Die Kombination aus Marktwirtschaft, Intoleranz und Kirchenferne scheint dabei das *wertmäßige* Erfolgsrezept von FPÖ und BZÖ gegenüber der deutschen FDP zu sein, welche zwar ebenfalls für Marktwirtschaft und Kirchenferne dafür aber programmatisch auch für Toleranz steht. Diese Kombination wird wiederum in Österreich mit insgesamt wenig Erfolg vom Liberalen Forum verkörpert. Der Erfolg der beiden rechtspopulistischen österreichischen Parteien kommt somit nicht von ungefähr, er ist nicht hauptsächlich Ausdruck einer allgemeinen Frustration sondern bedient eine entsprechende Politiknachfrage, welche in ihrer Kombination durchaus auch in Deutschland im rechten ideologischen Spektrum die Regel ist. Die Wähler von FPÖ und BZÖ gehören dabei auch nicht vornehmlich den untersten sozialen Bildungs- und Einkommensschichten an, wie die Kundschaft der rechtsextremen deutschen Parteien. FPÖ und BZÖ bzw. deren Wählerschaften sind also sowohl wertmäßig wie strukturell klar von jenen der der NPD, DVU oder Republikaner in Deutschland zu unterscheiden. Zwar sind auch deren Wähler klar intolerant und kirchenfern, der entscheidende Punkt scheint jedoch zu sein, dass sich aufgrund der Kombination aus Autoritarismus und Sozialismus deren Angebot an eine sehr kleine Klientel richtet, welche zudem in den untersten sozialen Schichten der Gesellschaft konzentriert ist. FPÖ und BZÖ können hingegen durch die Kombination aus Marktwirtschaft und Autoritarismus sehr viel breitere Wählerschichten für sich erschließen, da hier beide Wertvorstellungen – wie grundsätzlich auch in Deutschland – besser miteinander harmonieren. Für die Kombination von Marktwirtschaft und Libertarismus – wie sie beispielsweise die deutsche FDP mit wechselhaftem Erfolg vertritt – reichte hingegen die politische Nachfrage in Österreich nicht aus, um dem Liberalen Forum ein dauerhaftes parlamentarisches Überleben zu sichern.

Für Österreich ist daher auf absehbare Zeit und bezogen auf die beiden Lager ebenfalls mit einer stabilen Entwicklung zu rechnen, da jede etablierte Partei im nennenswerten Umfang eine Wählerklientel mit passender, wertebasierter politischer Nachfrage vorfindet. Fraglich bleibt lediglich, ob auf Dauer zwei rechts-populistische Parteien nebeneinander existieren

können. Im linken Spektrum könnte es hingegen auf absehbare Zeit dann zu Binnenvolatilitäten kommen, wenn auch in Österreich eine PIRATEN-Partei zu einem relevanten politischen Akteur werden würde wie in Deutschland und zeitweise auch in anderen europäischen Ländern (z.B. Schweden). Gemessen an der bisher nur oberflächlich auskristallisierten programmatischen Ausrichtung, (Internetfreiheit, Tierschutz, bedingungsloses Grundeinkommen, freier ÖPNV), ließe sich die Partei eher als libertär und sozio-ökonomisch eher wohlfahrtsstaatlich als marktwirtschaftlich einordnen und wäre von daher wohl am ehesten eine ernst zu nehmende Konkurrenz für die Grünen sowie eine mögliche neue Heimat ehemaliger LiF-Wähler, auch aufgrund ihrer strukturellen Verankerung in jungen, Internet-affinen Wählerschaften und im studentischen Milieu. Ebenso könnte die PIRATEN-Partei aber auch der FPÖ Protestwähler abspenstig machen.

X. Gesamtfazit und Ausblick

Als Fazit der empirischen Untersuchungen lässt sich zunächst festhalten, dass sich die Haupthypothese des Integrierten Modells des Wahlverhaltens, nachdem gerade in Zeiten des Dealignments, kulturelle Prädispositionen subsidiär das Wahlverhalten strukturieren und determinieren, im Großen und Ganzen bestätigt hat. Demnach besteht in allen drei untersuchten Elektoraten ein hoher Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Werteorientierungen, ideologischen Einstellungen und dem Wahlverhalten. Cleavage-Strukturen sind also auch im 21. Jahrhundert noch in hohem Maße wahlentscheidend. Hierbei handelt es sich jedoch jeweils klar um die so genannten „Neuen“ bzw. reinen „Value Cleavages“ – also um reine Wertekonflikte ohne sozialstrukturelle Verankerung und organisatorischen Überbau. Ebenso sind es nicht mehr in erster Linie sozio-ökonomische Gegensätze an welchen sich die Bevölkerungen nach „Links“ und „Rechts“ scheiden sondern sozio-kulturelle Konflikte. Hierbei handelt es sich jedoch wiederum weniger um den ebenfalls „klassischen“ Gegensatz zwischen religiösen und säkularen Wertvorstellungen oder den verschiedenen Konfessionen. Vielmehr zeigte sich in allen drei Elektoraten der Gegensatz zwischen toleranten und intoleranten Einstellungen als mächtigster Prädiktor für die ideologische Selbsteinstufung. Während dabei in West-Deutschland sozio-ökonomische Konflikte weitgehend unbedeutend geworden sind spielen diese in Österreich und insbesondere in Öst-Deutschland noch eine bedeutende Rolle. Religiös-säkulare Konflikte finden sich in erster Line noch in West-Deutschland, während bereits in Österreich eher die progressiven und konservativen Familien- und Geschlechterrollenbilder eines Individuums einen Unterschied ausmachen, ob sich dieses eher als ideologisch „Links“ bzw. „Rechts“ versteht. Als vergleichsweise unbedeutend zeigte sich in allen drei Populationen der viel zitierte vermeintliche Konflikt zwischen „Materialisten“ und „Postmaterialisten“. Ebenso lassen sich in keiner Population Geschlechter-Konflikte diagnostizieren. Lediglich vom Faktor Geburtsjahr bzw. Lebensalter würde, wenn man ihn mit in die Regression einbezieht, ein deutlicher Effekt in beiden Teilen Deutschlands – nicht jedoch in Österreich – ausgehen. Insgesamt zeigten dabei die Wähler in Österreich und beiden Teilen Deutschlands vergleichsweise konsistente Wertemuster auf, welche gemäß den Erwartungen die Darstellung der jeweiligen ideologischen Links-Rechts-Achsen als Kontinuum zwischen wohlfahrtsstaatlich-libertären und marktwirtschaftlichen-autoritären Einstellungen ermöglichten. Hierbei variierte jedoch – wie ebenfalls erwartet – der gedachte Verlauf dieser Achsen innerhalb des als zweidimensional vorgestellten politischen Raumes.

Zu wissen, wie die Wähler in Deutschland und Österreich die – letztlich symbolische - Bedeutung des ideologischen Kontinuums verstehen, ist dabei nicht zuletzt deshalb wichtig, da die ideologische Selbsteinstufung insgesamt in hohem Zusammenhang steht mit der Wahl der einzelnen Parteien sowie ganz deutlich der politischen Lager, was neben den Korrelationen auch eine binäre logistische Regression zeigte. Erwartungsgemäß lässt sich daher für alle drei Elektorate festhalten, dass ideologische Einstellungen den Wähler zumindest auf die Wahl der Parteien eines politischen Lagers festlegen. Für künftige Untersuchungen sollte es daher – wie vom Integrierten Modell insinuiert – als angebrachter erscheinen bei der Messung der Effekte von kurz und langfristigen Determinanten auf das Wahlverhalten, statt der Parteiidentifikation eher die ideologischen Einstellungen als langfristige Determinante zu verwenden.

Im letzten großen Untersuchungsschritt wurden die Beziehungen zwischen den einzelnen Werteausprägungen und der Parteienwahl untersucht. Durch die Verwendung von Korrelations- statt Regressionsanalysen konnte dabei zwar nicht gezeigt werden, welche relativen Anteile bestimmte Werte gegenüber anderen Werten haben, wenn es um die Wahl einer bestimmten Partei geht und ebenso muss – wie durch einzelne partielle Korrelationen gezeigt – davon ausgegangen werden, das bestimmte Wertvorstellungen wiederum in anderen Wertvorstellungen teilweise „eingepreist“ sind. Die relativen Wertanteile heraus zu filtern war jedoch nicht das Ziel, da diese Übung in erster Linie die Suche nach möglichen „Cleavage-Parteien“ zum Ziel hatte. Es ging also in erster Linie darum eine Antwort auf die Frage zu finden, ob gesellschaftliche Wertevorstellungen ein parteipolitisches Alignment induzieren und falls ja, welche Parteianhängerschaften sich dann als Konfliktparteien gegenüberstehen. Auch bei diesem Untersuchungsschritt wurde die Hypothese bestätigt, nach der sich gesellschaftliche Wertekonflikt-Strukturen klar im Wahlverhalten zugunsten bestimmter „Cleavage-Parteien“ niederschlagen. Hierbei zeigte sich jedoch, dass in Deutschland die traditionelle Cleavage-Partei SPD im Zuge des Wandels der gesellschaftlichen Konfliktkonstellationen, dem Aufkommen und Erstarken politischer Konkurrenten sowie den programmatischen Neuausrichtungen, weitgehend an Bedeutung eingebüßt hat. So stehen sich im Westen insbesondere die Wählerschaften von CDU und den Grünen und im Osten jene von CDU und LINKEN mit den divergierendsten Vorstellungen über eine wünschenswerte Gestaltung der Gesellschaft gegenüber. In Österreich profitieren hingegen alle etablierten Parteien von

relevanten gesellschaftlichen Konfliktkonstellationen wobei der der wichtigste Konflikt hinsichtlich der Toleranz zwischen Grünen und FPÖ/BZÖ ausgetragen wird.

Auch wenn somit im Rahmen dieser Arbeit noch nicht das gesamte Integrierte Modell des Wahlverhaltens getestet werden konnte, lässt sich jedoch als Ausgangspunkt für weitere Untersuchungen festhalten, dass es in Zeiten fluider werdender Parteiensysteme und Dealignment als sehr sinnvoll erscheint bei Untersuchungen, welche das Ziel verfolgen die Zusammensetzung einer Wahlentscheidung mittels langfristigen und kurzfristigen Determinanten zu erklären, das Konstrukt der Parteiidentifikation als langfristige Komponente aufzugeben und stattdessen die ideologischen Einstellungen, welche in der Regel ebenso kontinuierlich erhoben werden, zu verwenden. Wie die Untersuchungen zeigten, bestehen (mit wenigen Ausnahmen) sehr hohe Korrelationen zwischen der ideologischen Selbsteinstufung und der Wahl einer bestimmten Partei. In jedem Fall lässt sich jedoch mit hoher Sicherheit anhand dieses Indikators prognostizieren zu welchem politischen Lager ein Wähler tendieren wird (falls er wählt), wie die Bestätigung einer zentralen Teilaussage des Integrierten Modells über die Lagerorientierung gezeigt hat.

Ebenso könnte man zwar auch gesellschaftliche Werteorientierung alternativ als langfristige Determinante heranziehen. Dies wäre jedoch zum einen wesentlich aufwändiger, da jeweils Indikatoren konstruiert werden müssten, welche von Forscher zu Forscher variieren würden, da insbesondere hinsichtlich der zahlreichen sozio-kulturellen Werte kein allgemein akzeptiertes Instrumentarium zur Messung existiert. Da jedoch die Untersuchungen gezeigt haben, dass erstens in den ideologischen Einstellungen bereits zu großen Teilen gesellschaftliche Wertevorstellungen repräsentiert sind und zweitens die Korrelationen zwischen ideologischen Einstellungen und dem Wahlverhalten in den meisten Fällen wesentlich stärker Ausfallen als jene zwischen den vielen Einzelwerten und der Parteipräferenz, wäre eine derart komplizierte Untersuchung auch nicht nötig. Wichtig ist lediglich, dass man in gewissen Abständen das allgemeine Verständnis der ideologischen Links-Rechts-Achse – wie im Rahmen dieser Arbeit unternommen – untersucht, um sich zu vergewissern für welche Werte die Begriffe „Links“ und „Rechts“ vornehmlich stehen.

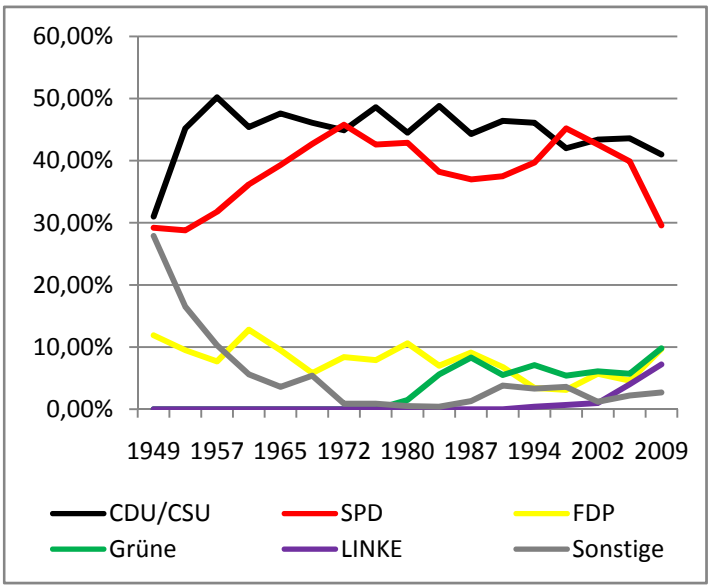
Ebenso ist eine Darstellung der Beziehung zwischen den einzelnen gesellschaftlichen Wertevorstellungen und der Wahl einzelner Parteien in vergleichsweise kurzen Frequenzen nicht nötig, sofern bekannt ist (1) *dass* hier zum Teil sehr hohe und signifikante Zusammenhänge

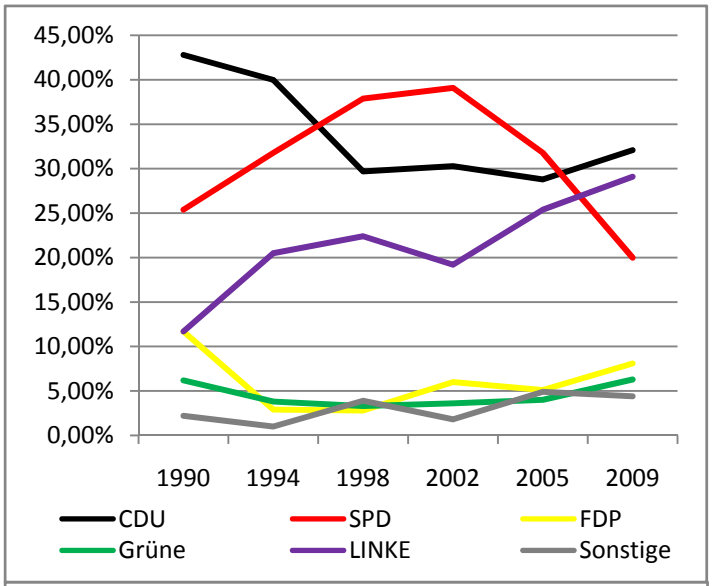
bestehen (2) wie die Verteilung gesellschaftlichen Werteorientierungen sich innerhalb eines Elektorats gestaltet und (3) welche Parteien hiervon bei entsprechender Aktivierung im Wahlkampf profitieren könnten. Hiermit soll insbesondere der allgemein um sich greifenden Fehlannahme entgegengewirkt werden, dass langfristige Wertevorstellungen keine signifikante Rolle mehr spielen gegenüber kurzfristigen Faktoren. Ebenso muss darauf hingewiesen werden, dass von bestimmten gesellschaftlichen Werteorientierungen auch nur bestimmte Parteien profitieren können bzw. sich Parteien in ihrer Programmatik nur bis zu einem gewissen Maß strecken bzw. beliebig werden können, da Werte – wie gezeigt – auch untereinander korrelieren und gewisse Muster ausbilden bzw. sich bestimmte Werte nicht miteinander „vertragen".

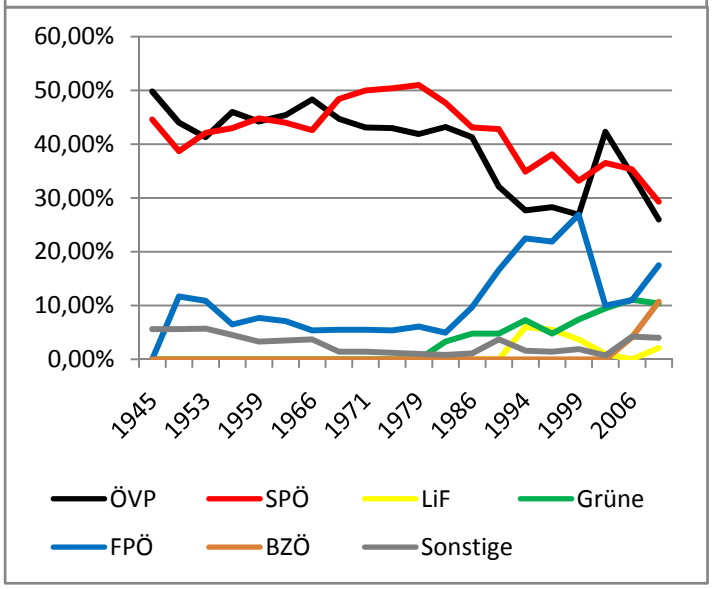
Implikationen für den politischen Wettbewerb

Betrachtet man sich die Wahlergebnisse der Nachkriegs- bzw. Nach-„DDR"-Zeit mit Schwerpunkt auf den Wahlen der letzten beiden Dekaden, so zeigt sich, dass insbesondere jene Parteien, deren Wahl – wie im Rahmen dieser Untersuchung dargestellt – stark von relevanten gesellschaftlichen Werteorientierungen positiv beeinflusst wird, langfristig hinsichtlich ihrer Wählerhalte- bzw. Zugewinnquote, die (relativ) erfolgreichsten im jeweiligen Elektorat sind (vgl. Abbildungen 94a.-c.). Hierbei handelte es sich in Deutschland im Wesentlichen um die CDU sowie die Grünen und LINKEN und in Österreich um die Grünen und FPÖ/BZÖ, während die Sozialdemokraten in beiden Ländern sowie die ÖVP in Österreich die meisten Federn bei den Wahlen der letzten beiden Jahrzehnte lassen mussten. Addiert man die Stimmen der jeweiligen Lager zeigt sich jedoch in allen Elektoraten eine hohe Lager-Stabilität (vgl. Abbildung 95a.-c.). Verschoben haben sich hauptsächlich die Kräfteverhältnisse zum Nachteil der sich entideologisierenden Volksparteien und hin zu den eher ideologisch auftretenden Klein- und Flü-

Abbildung 94: Wahlergebnisse der Parteien bei Bundestags- bzw. Nationalratswahlen in (a) West- und (b) Ostdeutschland sowie (c) Österreich





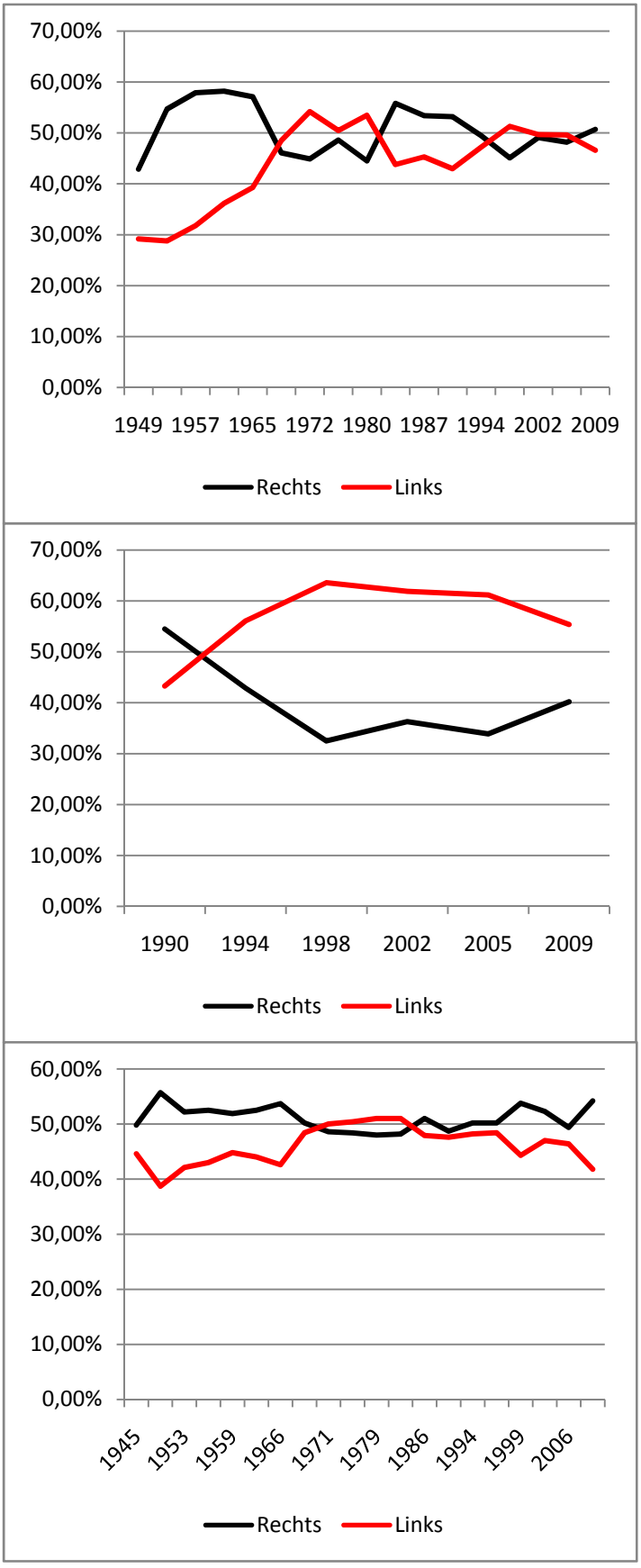


gelparteien. Dies bestätigt wiederum erneut die bereits an früherer Stelle aufgestellte These, dass Verschiebungen im Kräfteverhältnis der Parteien im Wesentlichen vom Verhalten der Politikanbieter abhängen, während sich die kulturell determinierte politische Nachfrage nur über größere Zeiträume verändert. Es ist daher in Zweifel zu ziehen, ob sich der allgemeine und anhaltende Entideologisierungs-Trend bei den Volksparteien auszahlt. Alle im Rahmen dieser Arbeit ermittelten Ergebnisse deuten zumindest an, dass die „Trugschluss-These“[200] zutrifft. Es wäre daher für die Volksparteien durchaus empfehlenswert, den sogenannten Kurs der „Mitte“ – also der Entideologisie-rung – aufzugeben und wieder stärker an gesellschaftliche Werteorientierungen und Ideologien zu appellieren auch wenn sie dafür höchstwahrscheinlich seitens der veröffentlichten Meinung (an welcher sich deren politische Eliten möglicherweise zu stark orientieren) wenig Applaus ernten werden.

Wie in den theoretischen Ausführungen beschrieben haben ist dies jedoch auch nicht nötig, da politische Positionen, welche sich an tief im individuellen Einstellungssystem verwurzelte Überzeugungen richten, vom politischen Gegner sowie den medialen Akteuren nur sehr

[200] Gemeint ist die im Zusammenhang mit der Behandlung des Dealignment-Aspekts (vgl. Kapitel II.2.1.5.) getätigte Hypothese, dass die Parteien die schwindende Anzahl an Parteibindungen so deuten, dass der Anteil an „echten“ Wechselwählern steigt und sie deswegen ihre Entideologisierung weiter vorantreiben, während in Wirklichkeit die Parteibindungen gerade wegen dieser Entideologisierung aufgegeben werden und sich die Wähler den ideologischeren Parteien des jeweiligen Lagers zuwenden oder zu Nichtwählern werden.

Abbildung 95: Stärke der politischen Lager in (a) West- und (b) Deutschland sowie (c) Österreich



schwer diskreditiert werden können. Zudem geht es bei einer solchen Strategie nicht in erster Linie um Überzeugung sondern um Aktivierung und Mobilisierung.

Die zentralen Erkenntnisse aus dieser Arbeit sind daher (1) *dass* gesellschaftliche Wertevorstellungen neben ideologische Einstellungen das Wahlverhalten in hohem Maße beeinflussen und (2) *welche* gesellschaftlichen Werte-vorstellungen dies – zumindest in beiden Teilen Deutschlands sowie Österreich – sind.

Die Relativierung des Parteiidentifikations-Konstrukts als maßgebliche politische Prädisposition gegenüber den kulturellen Prädispositionen würde wiederum für die Parteieliten bedeuten, dass diese einsehen müssen, dass auch ihre Stammwählerschaften ihre politischen Einstellungen im Zweifel nicht an die aktuelle Partei-Programmatik ihrer Identifikationspartei anpassen und von daher auch nicht jede programmtische Wende automatisch mit vollziehen werden, sondern dass sie dies nur solange tun

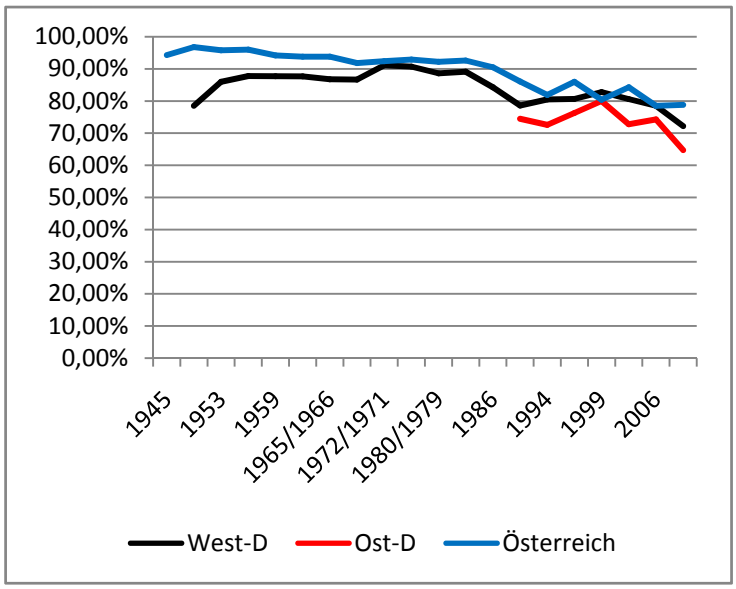
werden wie dadurch die Kongruenz mit ihren persistenteren kulturellen Prädispositionen und der Programmatik der bisherigen Identifikationspartei nicht aufgehoben wird.

Ausblick

Wie werden sich die Parteien-Systeme in Deutschland und Österreich in Zukunft entwickeln? Weitere Ausdifferenzierung oder Annäherung?

Auf Basis der im Rahmen dieser Arbeit zu Tage geförderten Erkenntnisse lässt sich diese in der Einleitung gestellte praktische Frage nur insoweit beantworten, als dass – zumindest von der politischen Nachfrageseite aus betrachtet – eine partielle Annäherung des West-Deutschen an das Österreichische Parteiensystem eher möglich wäre als umgekehrt, da es auch in West-Deutschland eine wertebasierte politische Nachfrage für eine marktwirtschaftlich-säkular-autoritäre Politik, wie sie die FPÖ anbietet, existiert.

Abbildung 96: Wahlbeteiligung bei Bundestags- bzw. Nationalratswahlen in Deutschland und Österreich



Auf der politischen Angebotsseite hat hier zudem die CDU/CSU gerade in den Jahren nach 2008 weiter in hohem Umfang Positionen geräumt und praktisch alle prominenten Spitzenpersönlichkeiten verloren, welche für demokratisch-rechte (bzw. in der Diktion dieser Arbeit „marktwirtschaftlich“ und (gemäßigt) „intolerante“) Wähler in wertmäßiger, ideologischer und symbolischer Hinsicht sinn- und identitätsstiftend waren[201]. Da jedoch weder bei der FDP die leisesten Anzeichen dafür erkennbar sind durch eine Veränderung des sozio-kulturellen Programmbereichs, dieses Potenzial aufzufangen noch eine neue demokratisch-rechte Partei in Sicht ist, dürfte

[201] Hinzu kommt, die Verlagerung der Profilierung auf Themenfelder wie der Umwelt- oder Familienpolitik mit größtenteils falschem ideologischem Vorzeichen. Ebenso wird die Union durch die Verluste an profiliertem konservativen Personal nun umso mehr durch ihre Vorsitzende repräsentiert, welche zwar traditionell für gute persönliche Umfragewerte aber trotzdem sehr schlechte Wahlergebnisse bekannt ist (vgl. Ausführungen auf Seite 129ff.).

bei künftigen Wahlen eher mit einer Fortsetzung des Trends zur Nichtwahl (vgl. Abbildung 96) zu rechnen sein.

Ein Potenzial für eine Linkspartei zeigt sich wiederum in Österreich nicht, da auch die extremeren linken Positionen in sozio-ökonomischen Fragen sich nicht wesentlich von der politischen Mitte abheben und zudem die Sozialdemokratie sich unter den Bedingungen einer großen Koalition weiterhin klar als Repräsentantin wohlfahrtsstaatlicher Einstellungen behaupten kann.

Interessant könnte es jedoch sein, ob sich nach dem sehr wahrscheinlichen bundesparlamentarischen Durchbruch der PIRATEN in Deutschland 2013 eine ähnliche Bewegung auch in Österreich abzeichnen könnte, da es auch hier klar ein postmaterialistisch-libertäres Potenzial gibt, welches bisher seine politische Heimat eher bei den Grünen hatte.

In Hinblick auf Ost-Deutschland gilt es stets, dass beschriebene hohe „rechte Potenzial“ – also die hohe Anzahl wohlfahrtsstaatlich-intoleranter Wähler im Nichtwähler-Lager – im Auge zu behalten. Solange dieses nicht mobilisiert wird, sollten sich hier keine dramatischen Entwicklungen ergeben. Denkbar sind jedoch stets Kräfteverschiebungen innerhalb des linken Lagers – wie im Zwischenfazit von Kapitel IX.2.2. beschrieben – sowie ein relatives Anwachsen der Wahlergebnisse des linken Lagers gegenüber dem Rechten aufgrund der beschriebenen Erwartung einer weiteren Demobilisierung demokratisch-rechter Wähler in Deutschland insgesamt.

Literatur:

Frank H. **Aarebrot** & Pal H. **Bakka (1997):** Die vergleichende Methode in der Politikwissenschaft. In: Dirk Berg-Schlosser & Ferdinand Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. 3. Auflage. Opladen, 49-66.

Herbert L. **Abrams** & Richard **Brody (1998):** Bob Dole's Age and Health in the 1996 Election: Did the Media Let Us Down? In: Political Science Quarterly 113, 471-491.

Christopher H. **Achen (1992):** Social Psychology, Demographic Variables, and Linear Regression. Breaking the Iron Triangle in Voting Research, in: Political Behavior 14, 195-212.

Williams C. **Adams (1975):** Candidate characteristics, office of election, and voter responses. In: Experimental Study of Politics 4, 79-91.

Don **Aitkin (1985):** Australia. In: Ivor Crewe & David T. Denver (Hrsg.): Electoral Change in Western Democracies. Patterns and Sources of Electoral Volatility. London, 75-99.

Icek **Ajzen (1996):** Attitudes, Personality and Behavior London. (Erstveröffentlichung 1988).

Margery M. **Ambrosius** & Susan **Welch (1984):** Women and politics at the grassroots: Women candidates for state office in three states, 1950-1978. In: Social Science Journal 21,29-42.

Kristi **Andersen (1975):** Working Women and Political Participation, 1952-1972. In: American Journal of Political Science 19, 439-453

Kristi **Andersen** & Elizabeth A. **Cook (1985):** Women, Work, and Political Attitudes. In: American Journal of Political Science 29, 606-625

Kai **Arzheimer (2005):** Die Wahl extremistischer Parteien. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Kai **Arzheimer (2006):** Von „Westalgie“ und „Zonenkindern“: Die Rolle der jungen Generation im Prozess der Vereinigung. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Hans Rattinger & Harald Schoen (Hrsg.): Sind wir ein Volk? Ost- und Westdeutschland im Vergleich. München.

Kai **Arzheimer** & Markus **Klein (2000):** Die Conjoint-Analyse als Instrument der empirischen Wahlforschung. Eine Projektbeschreibung. In: Jan van Deth, Hans Rattinger & Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Republik auf dem Weg zur Normalität? Wahlverhalten und politische Einstellungen nach acht Jahren Einheit. Opladen

Kai **Arzheimer** & Tatjana **Rudi (2007):** Wertorientierungen und ideologische Einstellungen. In: Hans Rattinger, Oscar W. Gabriel & Jürgen W. Falter (Hg.): Der gesamtdeutsche Wähler. Baden-Baden.

Kai **Arzheimer** & Annette **Schmitt (2005):** Der ökonomische Ansatz. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Solomon **Asch (1946):** Forming Impressions of Personality. In: Journal of Abnormal and Social Psychology 41, 258-290.

Herbert B. **Asher (1983):** Voting Behavior Research in the 1980s: An Examination of Some Old and New Problem Areas. In: Ada W. Finifter (Hrsg.): Political Science. The State of the Discipline. Washington, D.C.: American Political Science Association, 339-388.

Albert **Bandura (1965):** Influence of Models' Reinforcement Contingencies on the Acquisition of Imitative Responses, in: Journal of Personality and Social Psychology 1, 589-595.

James D. **Barber (1972):** The Presidential Character. Predicting Performance in the White House. Englewood Cliffs.

Arnulf **Baring**, Josef **Kraus**, Mechthild **Löhr** & Jörg **Schönbohm (2011):** Schluss mit dem Ausverkauf! Den traurigen Niedergang der Union, ihre bedingungslose Kapitulation vor dem Zeitgeist und den allgemeinen Verfall unserer Parteiendemokratie erörtern, obwohl sie niemand gebeten hat. Berlin.

Samuel H. **Barnes (1989):** Partisanship and Electoral Behavior. In: M. Kent Jennings, Jan van Deth, Samuel H. Barnes, Dieter Fuchs, Felix J. Hennks, Ronald Inglehart, Max Kaase, Hans-Dieter Klingemann & Jacques Tomassen (Hrsg.): Continuities in Political Action. Berlin & New York, 235-272.

Larry M. **Bartels (2006):** Priming and Persuasion in Presidential Campaigns. In: Henry E. Brady & Richard Johnston (Hg.): Capturing Campaign Effects. Ann Arbor, 78-114.

Stefano **Bartolini** & Peter **Mair (1990):** Identity, Competition, and Electoral Availability: The Stabilization of European Electorates, 1885-1985, Cambridge.

John N. **Bassili (1981):** The Attractiveness Stereotype: Goodness or Glamour? Basic and Applied Social Psychology 2, 235-252.

Petra **Bauer-Kaase (2001):** Politische Ideologie im Wandel? Eine Längsschnittanalyse der Inhalte der politischen Richtungsbegriffe "links" und "rechts". In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler - Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998. Opladen, 207-244.

Sandra **Baxter** & Majorie **Lansing (1983):** Women and Politics. Ann Arbor.

Paul Allen **Beck (1974):** A Socialization Theory of Partisan Realignment. In: Richard G. Niemi et al. (Hrsg.): The Politics of Future Citizens. San Francisco, 199-219.

Nathaniel **Beck (1975):** The Paradox of Minimax Regret. In: American Political Science Review, 69,918.

Paul Allen **Beck (1979):** The Electoral Cycle and Patterns of American Politics, in: British Journal of Political Science 9, 129-156.

Ulrich **Beck (1983):** Jenseits von Klasse und Stand. Soziale Ungleichheit, gesellschaftliche Individualisierungsprozesse und die Entstehung neuer sozialer Formationen und Identitäten. In: Reinhard Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2 der Sozialen Welt. Göttingen. 35-74.

Ulrich **Beck (1986a):** Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main.

Paul Allen **Beck (1986b):** Choice, Context and Consequence: Beaten and Unbeaten Paths toward a Science of Electoral Behavior. In: Herbert F. Weisberg (Hrsg.): Political Science. The Science of Politics. New York, 241-283.

Paul Allen **Beck (1991):** Voters' Intermediation Environments in the 1988 Presidential Contest, in: Public Opinion Quarterly 55, 371-394.

Paul Allen **Beck (2002):** Encouraging Political Defection. In: Political Behavior 24, 309-337.

Paul Allen **Beck** & M. Kent **Jennings (1975):** Parents as “Middlepersons” in Political Socialization. In: Journal of Politics 37, 1, 83.

Paul Allen **Beck**, Russell J. **Dalton**, Steven **Greene** & Robert **Huckfeldt (2002):** The Social Calculus of Voting: Interpersonal, Media, and Organisational Influences on Presidential Choices. American Political Science Review 96: 57–73.

Daniel **Bell (1985):** Die nachindustrielle Gesellschaft. Frankfurt & New York.

Linda L. **Bennett** & Stephen E. **Bennett (1989):** Enduring Gender Differences in Political Interest. In: American Politics Quarterly 17, 105-122.

Mark **Benney** & Phyllis **Geiss (1950):** Social Class and Politics in Greenwich. In: British Journal of Sociology 1, 4, 310.

Günter **Bentele (1988**): Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik 33, 406.

Jürgen **Bentele (1998):** Vertrauen/Glaubwürdigkeit. In: Ottfried Jarren, Ulrich SarcineIli & Ulrich Saxer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit LexikonteiI. Opladen & Wiesbaden.

Bernard R. **Berelson**, Paul F. **Lazarsfeld** & William N. **McPhee (1954):** Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. Chicago & London.

Harald **Berens**, Marie-Luise **Kiefer** & Arne **Meder (1997):** Spezialisierung der Mediennutzung im dualen Rundfunksystem. Sonderauswertungen zur Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 2, 80-91.

Klaus **Berg** & Christa-Maria **Ridder** (Hrsg.) **(2002):** Massenkommunikation VI. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2000. Schriftenreihe Media Perspektiven. Band. 16. Baden-Baden.

Manfred **Berger (1977):** Stabilität und Intensität von Parteineigungen, in: Politische Vierteljahresschrift 18, 501-509.

Peter **Berger (1997):** Individualisierung und sozialstrukturelle Dynamik. In: Ulrich Beck & Peter Sopp (Hrsg.): Individualisierung und Integration. Neue Konfliktlinien und neuer Konfliktmodus? Opladen. 81-95.

Manfred **Berger**, Wolfgang G. **Gibowski**, Dieter **Roth** & Wolfgang **Schulte (1986):** Legitimierung des Regierungswechsels. Eine Analyse der Bundestagswahl 1983. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und politischer Prozess. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1983. Opladen, 251-288.

Jeff **Biddle** & Daniel S. **Hamermesh (1998):** Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers’ Looks and Lucre. In: Journal of Labor Economics 16, 172–201.

Jeffery L. **Bineham (1988):** A Historical Account of the Hypodermic Model in Mass Communication, in: Communication Monographs 55, 230-246.

Jean **Blondel (1970):** Votes, Parties and Leaders. London.

Carsten **Bluck** & Henry **Kreikenbom, (1991):** Die Wähler in der DDR: Nur issueorientiert oder auch parteigebunden?, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen 22, 495-502.

Carsten **Bluck** & Henry **Kreikenbom (1993):** Quasiparteibindung und Issues, in: Oscar W. Gabriel & Klaus G. Troitzsch (Hrsg.): Wahlen in Zeiten des Umbruchs, Frankfurt am Main, 455-470.

Jay G**. Blumler** & Dennis **Kavanagh (1999):** The third age of political communication: Influences and features. In: Political Communication 16 (3), 209-230.

Jay G. **Blumler** & Denis **McQuail (1968):** Television in Politics: Its Use and Influence. London.

Daniel J. **Boorstin (1973):** The image. A guide to pseudo-events in America. New York.

Shaun **Bowler**, David **Broughton**, Todd **Donovan** & Joseph **Snipp (1992)** The Informed Electorate? Voter Responsiveness to Campaigns in Britain and Germany. In: Shaun Bowler & David M. Farrell (Hrsg.): Electoral Strategies and Political Marketing. Basingstoke, 204-222.

Richard W. **Boyd (1972):** Popular Control of Public Policy: A Normal Vote Analysis of the 1968 Election. In: American Political Science Review 66, 429-449.

Michael **Braun** & Ingwer **Borg (1997):** Einstellungen zur Erwerbstätigkeit der Frau in Ost-und Westdeutschland -Trends, Strukturen und ihre Beziehung zu wirtschaftlichem Pessimismus. In: ZUMA-Nachrichten 21, 21-35.

Warren **Breed (1955):** Newspaper 'opinion leaders' and processes of standardization. In: Journalism Quarterly 32, 277-284, 328.

Geoffrey **Brennan** & Loren **Lomasky (1993):** Democracy and Decision. The Pure Theory of Electoral Preference. Cambridge.

Edward **Brent** & Donald **Granberg (1982):** Subjective Agreement with the Presidential Candidates of 1976 and 1980. In: Journal of Personality and Social Psychology 42, 393-403.

Frank **Brettschneider (1997):** Mediennutzung und interpersonale Kommunikation in Deutschland. In: Oscar W. Gabriel (Hrsg.): Politische Orientierungen und Verhaltensweisen im vereinigten Deutschland. Opladen, 265-289.

Frank **Brettschneider (1998b)**: Medien als Imagemacher? Bevölkerungsmeinung zu den beiden Spitzenkandidaten und der Einfluss der Massenmedien im Vorfeld der Bundestagswahl 1998. In: Media Perspektiven 8/98, 392-401.

Frank **Brettschneider (2000a):** Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Frank **Brettschneider (2000b):** Kohls Niederlage? Schröders Sieg! Die Bedeutung der Spitzenkandidaten bei der Bundestagswahl 1998. In: Gert Pickel, Dieter Walz & Wolfram Brunner (Hrsg.): Deutschland nach den Wahlen. Befunde zur Bundestagswahl 1998 und zur Zukunft des deutschen Parteiensystems. Opladen, 109-140.

Frank **Brettschneider (2001):** Candidate-Voting. Die Bedeutung von Spitzenkandidaten für das Wählerverhalten in Deutschland, Großbritannien und den USA von 1960 bis 1998. In: Hans-Dieter Klinge-

mann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998. Wiesbaden, 351-400.

Frank **Brettschneider (2002a):** Die Medienwahl 2002: Themenmanagement und Berichterstattung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49-50.

Frank **Brettschneider (2002b):** Spitzenkandidat und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden.

Frank **Brettschneider (2005):** Massenmedien und Wählerverhalten. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Frank **Brettschneider (2005b):** Bundestagswahlkampf und Medienberichterstattung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 51-52.

Frank **Brettschneider (2009):** Die „Amerikanisierung" der Medienberichterstattung über Bundestagswahlen. In: Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels & Jürgen W. Falter (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Frank **Brettschneider** und Bettina **Wagner (2008):** „And the winner should be…" Explizite und implizite Wahlempfehlungen in der Bild-Zeitung und der Sun. In Barbara Pfetsch & Silke Adam (Hg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen. Wiesbaden.

Frank **Brettschneider,** Jan **van Deth** & Edeltraud **Roller (2002):** Sozialstruktur und Politik: Forschungsstand und Forschungsperspektiven. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Richard A. **Brody (1986):** Candidate Evaluations and the Vote: Some Considerations Affecting the Application of Cognitive Psychology to Voting Behavior. In: Richard R. Lau & David O. Sears (Hrsg.): Political Cognition. The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hilisdale, London, 297-301.

Richard A. **Brody** & Benjamin I. **Page (1972):** Comment: The Assessment of Policy Voting. In: American Political Science Review, 66, 450-465.

Richard **Brody**, Diana **Mutz** & Paul M. **Sniderman** (Hrsg.) **(1996):** Political Persuasion and Attitude Change. Ann Arbor.

Richard A. **Brody** & Lawrence S. **Rothenberg (1988):** The Instability of Partisanship: An Analysis of the 1980 Presidential Election, in: British Journal of Political Science 18, 445-465.

Steven D. **Brown**, Ronald D. **Lambert**, Barry J. **Kay** & James E. **Curtis (1988):** In the Eye of the Beholder: Leader Images in Canada. In: Canadian Journal of Political Science 21, 729-755.

Barry **Bruce-Briggs (1979):** The New Class? New Brunswick, N. J.: Transaction Books.

Ian **Budge (1993):** Issues, Dimensions and Agenda Change in Postwar Democracies: Long-term Trends in Party Election Programs and Newspaper Reports in Twenty-Three Democracies. In: William H. Riker (Hrsg.): Agenda Formation. Ann Arbor, 41-79.

Ian **Budge** & Dennis J. **Farlie (1983):** Party Competition – Selective Emphasis or Direct Confrontation? An Alternative View with Data. In: Hans Daalder & Peter Mair (Hrsg.): Western European Party Systems. Continuity and Change. Beverly Hills, London & New Delhi, 267-305.

Wilhelm **Bürklin (1984):** Grüne Politik. Ideologische Zyklen, Wähler und Parteiensystem. Opladen.

Wilhelm **Bürklin (1988):** Wählerverhalten und Wertewandel. Opladen.

Wilhelm **Bürklin** & Markus **Klein (1998):** Wahlen und Wählerverhalten. Opladen.

Walter D. **Burnham (1970):** Critical Elections and the Mainsprings of American Politics. New York.

David **Butler** & Austin **Ranney (1992):** Electioneering. Oxford.

David **Butler** & Donald **Stokes (1969):** Political Change in Britain. Forces Shaping Electoral Choice. London.

David **Butler** & Donald **Stokes (1974):** Political Change in Britain. The Evolution of Electoral Change. 2. Auflage. London u.a.

Angus **Campbell** & Homer C. **Cooper (1956**): Group differences in attitudes and votes. A study of the 1954 congressional election. Ann Arbor.

Angus **Campbell** & Henry **Valen (1961):** Party Identification in Norway and the United States, in: Public Opinion Quarterly 25, 505-525.

Angus **Campbell**, Gerald **Gurin** & Warren E. **Miller (1954):** The Voter Decides, Evanston.

Angus **Campbell**, Philip E. **Converse**, Warren E. **Miller** & Donald E. **Stokes (1960):** The American Voter. New York.

Joseph N. **Cappella** & Kathleen Hall **Jamieson (1997):** The Spiral of cynicism. The press and the public good. New York.

James M. **Carlson (1984):** The Impact of Ethnicity on Candidate Image. In: Polity 16, 667-672.

James M. **Carlson** & Mary Kay **Boring (1981):** Androgyny and Politics. The Effects of Winning and Losing on Candidate Image. In: International Political Science Review 2, 481-491.

Edward G. **Carmines (1991):** The Logic of Party Alignments, Journal of Theoretical Polities 3, 65-80.

Edward G. **Carmines** & Robert **Huckfeldt (1996):** Political Behavior. An Overview. In: Robert E. Goodin & Hans-Dieter Klingemann (Hg.): A New Handbook of Political Science. Oxford, 223-254.

Edward G. **Carmines** & James A. **Stimson (1980):** The Two Faces of Issue Voting. In: American Political Science Review. 74, 78–91.

Edward G. **Carmines** & James A. **Stimson (1981):** Issue Evolution, Population Replacement, and Normal Partisan Change. In: American Political Science Review 75, 1, 107.

Edward G. **Carmines** & James A. **Stimson (1986):** On the Structure and Sequence of Issue Evolution. In: American Political Science Review 80, 3, 901.

Edward G. **Carmines** & James A. **Stimson (1989):** Issue evolution. Race and the Transformation of American Politics. Princeton, NJ.

Edward G. **Carmines** & James A. **Stimson (1993):** On the Evolution of Political Issues, in: William H. Riker (Hrsg.). Agenda Formation, Ann Arbor, 151-168.

Edward G. **Carmines**, John P. **McIver** & James A. **Stimson (1987):** Unrealized Partisanship: A Theory of Dealignment. In: Journal of Politics 49, 2, 376.

Susan **Carroll (1988):** Women's Autonomy and the Gender Gap. 1980 and 1982. In: Carol Mueller (Hrsg.): The Politics of the Gender Gap. Newbury Park et al., 236-257.

Dan **Caspi (1996):** American-Style Electioneering in Israel: Americanization versus Modernization. In: David Swanson & Paolo Mancini (Hrsg.): Politics, Media and Modem Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences. Westport CT, 173-284.

Steven H. **Chaffee (1972):** The Interpersonal Context of Mass Communication, in: F. Gerald Kline & Phillip J. Tichenor (Hrsg.): Current Perspectives in Mass Communication Research, Beverly Hills, 95-120.

Steven H. **Chaffee**, Jack M. **McLeod** & Charles K. **Atkin (1971):** Parental Influence on Adolescent Media Use. In: American Behavioral Scientist 14, 3, 323.

Nancy **Chodorow (1978):** The Reproduction of Mothering. Berkeley.

Cal **Clark** & Janet **Clark (1984):** The Growth of Women's Candidacies for Nontraditional Offices in New Mexico. In: Social Science Journal 21, 57-66.

Terry N. **Clark** & Seymour M. **Lipset (1991):** Are Social Classes Dying? In: International Sociology 6, 397-410.

Harold D. **Clarke** & Marianne C. **Stewart (1984):** Dealignment of Degree: Partisan Change in Britain, 1974-83. In: Journal of Politics 46, 3, 689.

Harold D. **Clarke** & Marianne C. **Stewart (1998):** The Decline of Parties in the Minds of Citizens. In: Annual Review of Political Science I, 357-378.

Harold D. **Clarke**, Marianne C. **Stewart** & Paul **Whiteley (1997):** Tory Trends: Party Identification and the Dynamics of Conservative Support Since 1992. In: British Journal of Political Science 27, (2), 299.

Harold D. **Clarke**, David **Sanders**, Marianne C. **Stewart** & Paul F. **Whiteley (2004):** Political Choice in Britain. Oxford.

Bernard C. **Cohen (1963):** The press and Foreign Policy. Princeton, NJ.

Alexandra **Cole (2005):** Old Right or New Right? The Ideological Positioning of Parties of the Far Right. In: European Journal of Political Research, 44, S. 203-230. Dalton 1988

Pamela J. **Conover (1980):** The Perception of Political Figures: An Application of Attribution Theory. In: John C. Pierce & John L. Sullivan (Hrsg.): The Electorate Reconsidered. Beverly Hills & London, 91-109.

Pamela J. **Conover (1981):** Political Cues and the Perception of Candidates. In: American Politics Quarterly 9, 427-448.

Pamela J. **Conover (1988):** Feminists and the Gender Gap. In: Journal of Politics 50, 985-1010.

Pamela J. **Conover** & Stanley **Feldman (1982):** Projection and the Perception of Candidates' Issue Positions. In: Western Political Quarterly 35, 228-244.

Pamela J. **Conover** & Stanley **Feldman (1986):** The Role of Inference in the Perception of Politica1 Candidates. In: Richard R. Lau & David O. Sears (Hrsg.): Political Cognition. The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale & London, 127-158.

Pamela J. **Conover** & Stanley **Feldman (1989):** Candidate Perception in an Ambiguous World: Campaigns, Cues, and Inference Processes. In: American Journal of Political Science 33, 912-940.

David P. **Conradt** & Russell J. **Dalton (1988):** The West German Electorate and the Party System. Continuity and Change in the 1980's. In: The Review of Politics 50, 3-29.

Philip E. **Converse (1964):** The Nature of Belief Systems in Mass Publics, in: David E. Apter (Hrsg.): Ideology and Discontent, New York. 206-261.

Philip E. **Converse (1966):** The Concept of a Normal Vote. In: Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes, Elections and the Political Order. New York, 9-39.

Philip E. **Converse (1969):** Of Time and Partisan Stability. In: Comparative Political Studies 2, 139-171.

Philip E. **Converse (1975):** Public Opinion and Voting Behavior. In: Fred Greenstein & Nelson Polsby (Hrsg.): Handbook of Political Science. Volume 4. Reading, Mass., 75-169.

Philip E. **Converse (1976):** The Dynamics of Party Support, Beverly Hills.

Philip E. **Converse** & George **Dupeux (1962):** Politicization of the Electorate in France and the United States, in: Public Opinion Quarterly 26, 1-23.

Philip E. **Converse** & Gregory B. **Markus (1979):** Plus a Change...: The new CPS Election Study Panel, in: American Political Science Review 73, 32-49.

Philip E. **Converse** & Roy **Pierce (1987):** Measuring Partisanship, in: Political Methodology 11, 143-166.

Waltraud **Cornelissen (1993):** Politische Partizipation von Frauen in der alten Bundesrepublik und im vereinten Deutschland. In: Gisela Helwig & Hildegard M. Nickel (Hrsg.): Frauen in Deutschland 1945-1992. Berlin, 321-349.

Douglas **Coupland (1991):** Generation X - Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur.

Ivor **Crewe** & Katarina **Thomson (1999):** Party Loyalties: Dealignment or Realignment? In: Geoffrey Evans & Pippa Norris (Hrsg.): Critical Elections. British Parties and Voters in Long-term Perspective. London et al., 64-86.

Ivor **Crewe**, Bo **Särlvik** & James **Alt (1977):** Partisan Dealignment in Britain 1964–1974. British Journal of Political Science 7: 129–190.

Stefan **Dahlem (2001):** Wahlentscheidung in der Mediengesellschaft. Theoretische und empirische Grundlagen der interdisziplinären Wahlforschung. Freiburg.

Russell J. **Dalton (1984a):** The West German Party System between Two Ages. In: Russell J. Dalton, Scott C. Flanagan & Paul Allan Beck (Hrsg.): Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment. Princeton. 104-133.

Russell J. **Dalton (1984b):** Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies. In: Journal of Politics, 46,264-284.

Russell J. **Dalton (1988):** Citizen Politics in Western Democracies. Public Opinion and Political Parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France. Chatham, N.J.

Russell J. **Dalton (1996):** Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies. 2. Auflage. Chatham, NJ.

Russell J. **Dalton (2000):** The Decline of Party Identifications. In: Russell J. Dalton & Martin P. Wattenberg (Hg.): Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies. Oxford, 19-36.

Russell J. **Dalton (2002):** Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies. 3. Auflage. New York.

Russell J. **Dalton (2007):** Partisan mobilization, cognitive mobilization and the changing American electorate. In: Electoral Studies 26, 274-286.

Russel J. **Dalton** & Robert **Rohrschneider (1990):** Wählerwandel und die Abschwächung der Parteineigungen von 1972 bis 1987. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1987. Opladen, 297-324.

Russell J. **Dalton** & Martin P. **Wattenberg (1993):** The Not So Simple Act of Voting. In: Ada W. Finifter (Hrsg.): Political Science: The State of the Discipline in Washington, D.C. In: The American Political Science Association, 193-218.

Russell J. **Dalton** & Martin P. **Wattenberg** (Hrsg.) **(2000):** Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies. Oxford.

Russell J. **Dalton**, Paul Allen **Beck** & Scott C. **Flanagan** (Hrsg.) **(1984):** Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment? Princeton.

Russell J. **Dalton**, Scott C. **Flanagan** & Paul Allen **Beck (1984):** Political Forces and Partisan Change. In: dies. (Hrsg.): Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment. Princeton, 451-476.

Daniel **Dayan** & Elihu **Katz (1992):** Media events. The live broadcasting of history. Cambridge, Mass.

Tom **de Luca (1995):** The Two Faces of Political Apathy. Philadelphia.

Jack **Dennis** & Steven H. **Chaffee** & Sun Yuel **Choe (1979):** Impact on Partisan, Image, and Issue Voting. In: Sidney Kraus (Hrsg.): The Great Debates: Carter vs. Ford, 1976. Bloomington, London, 314-330.

David **Denver (1994):** Elections and Voting Behavior in Britain. New York et al.

Marshall **Dermer** & Darrel L. **Thiel (1975):** When Beauty may fail. In: Journal of Personality and Social Psychology 31, 1168–1176.

Karen K. **Dion** & Ellen **Berscheid (1974):** Physical Attractiveness and Peer Perception among Children. In: Sociometry 37, 1–12.

Karen K. **Dion**, Ellen **Berscheid** & Elaine **Walster (1972):** What is Beautiful is Good. In: Journal of Personality and Society Psychology 24, 285–290.

Douglas **Dobson** & Douglas **St. Angelo (1975):** Party Identification and the Floating Vote: Some Dynamics. In: American Political Science Review 69, 2, 481.

Patrick **Donges (2000):** Amerikanisierung, Professionalisierung, Modernisierung? Anmerkungen zu einigen amorphen Begriffen. In: Klaus Kamps (Hg.): Trans-Atlantik – Transportabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 27-40.

Wolfgang **Donsbach (1982):** Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten. Freiburg.

Wolfgang **Donsbach (1991):** Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Köln, Weimar, Wien.

Wolfgang **Donsbach (1993):** Journalismus versus journalism - ein Vergleich zum Verhältnis von Medien und Politik in Deutschland und den USA. In: Wolfgang Donsbach, Ottfried Jarren, Hans Mathias Kepplinger & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Beziehungsspiele - Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Fallstudien und Analysen, Gütersloh, 283-315.

Wolfgang **Donsbach (1997):** Media thrust in the German Bundestag election, 1994: News values and professional norms in political communication. In: Political Communication, 14, 149-170.

Wolfgang **Donsbach (1999):** Drehbücher und Inszenierungen. Die Union in der Defensive. Mediatisierung der Politik. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Hans Mathias Kepplinger & Wolfgang Donsbach: Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998. Freiburg & München.

Wolfgang **Donsbach** & Olaf **Jandura (2005):** Auf verlorenem Posten. Selbstdarstellung der Parteien in Pressemitteilungen und ihre Darstellung in den Medien. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Wolfgang Donsbach & Hans Mathias Kepplinger: Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf der Basis des Bundestagswahlkampfs 2002. Freiburg & München.

Wolfgang **Donsbach** & Olaf **Jandura (2009):** "Die vermachteten Medien" - Wem nützt die Berichterstattung vor der Bundestagswahl 2005 mehr? In: Heinrich Oberreuter (Hrsg.): Unentschieden. Die erzwungene Koalition. München, 71-90.

Andreas **Dörner (2004):** Power Talks. Zur Transformation der politischen Elite in der medialen Erlebnisgesellschaft. In: Ronald Hitzler, Stefan Hornborstel & Cornelia Mohr (Hg.): Elitenmacht. Wiesbaden, 239-259.

Anthony **Downs (1957):** An Economic Theory of Democracy. New York.

Anthony **Downs (1968):** Ökonomische Theorie der Demokratie. Tübingen.

Maurice **Duverger (1964):** Political Parties: Their Organization and Activity in the Modem State. 3. Auflage. London.

Alice H. **Eagly (1987):** Sex differences in social behavior: A social role interpretation. Hillsdale, NJ.

Alice H. **Eagly**, Richard D. **Ashmore**, Mona G. **Makhijani** & Laura C. **Longo (1991):** What is Beautiful is Good, but ... A Meta-analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype. In: Psychological Bulletin 100, 109–128.

Michael G. **Efran (1974):** The effect of physical appearance on the judgment of guilt, interpersonal attraction, and severity of recommended punishment in simulated jury task. In: Journal of Research in Personality 8: 45-54.

Renate **Ehlers (1983):** Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-Setting-Forschung. In: Publizistik 28, 167-186.

Christiane **Eilders (1997):** Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen.

Christiane **Eilders** & Werner **Wirth (1999):** Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum. In: Publizistik, 44, 35-57.

Christiane **Eilders**, Kati **Degenhardt**, Patrick **Hermann** und Monika **von der Lippe (2003):** Themenprofile der Parteien in den Medien. Ein Vergleich von Selbstdarstellung und medialer Präsentation der Parteien im Bundestagswahlkampf 2002. In: Winand Gellner und Gerd Strohmeier (Hrsg.): Repräsentation und Präsentation in der Mediengesellschaft. Baden-Baden, 83-101.

Martin **Elff** & Sigrid **Roßteutscher (2009):** Die Entwicklung sozialer Konfliktlinien in den Wahlen von 1994 bis 2005. In: Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels & Jürgen W. Falter (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Robert M. **Entman (1993):** Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: Journal of Communication 43 (4), 51-58.

Leon D. **Epstein (1967):** Political Parties in Western Democracies. New York.

Lutz **Erbring**, Edie N. **Goldenberg** & Arthur H. **Miller (1980):** Front- Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media, in: American Journal of Political Science 24, 16-49.

Robert S. **Erikson**, Michael B. **MacKuen** & James A. **Stimson (2000):** Bankers or Peasants revisited. In: Electoral Studies 19, (2-3), 295-312.

Theodor **Eschenburg (1966)**: Zur politischen Praxis in der Bundesrepublik. Band II: Kritische Betrachtungen 1961-1965. München.

Frank **Esser (2003):** Gut, dass wir verglichen haben. Bilanz und Bedeutung der komparativen politischen Kommunikationsforschung. In: Frank Esser & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden.

Hartmut **Esser (1989):** Verfällt die "soziologische Methode"? Soziale Welt 40: 57-75.

Hartmut **Esser (1993):** Soziologie. Allgemeine Grundlagen. Frankfurt am Main & New York.

Jürgen W. **Falter (1977a):** Einmal mehr: lässt sich das Konzept der Parteiidentifikation auf deutsche Verhältnisse übertragen? in: Politische Vierteljahresschrift 18, 476-500.

Jürgen W. **Falter (1977b):** Zur Validierung theoretischer Konstrukte. Wissenschaftstheoretische Aspekte des Validierungskonzepts, in: Zeitschrift für Soziologie 6, 349-369.

Jürgen W. **Falter (1978):** Some Theoretical and Methodological Problems of Multilevel Analysis Reconsidered, in: Social Seience Information 17, 841-869.

Jürgen W. **Falter (1984):** Zur Übertragbarkeit des Konzepts der Parteiidentifikation auf deutsche Verhältnisse, in: Manfred J. Holler (Hrsg.): Wahlanalyse - Hypothesen, Methoden und Ergebnisse, München, 13-34.

Jürgen W. **Falter (1987):** Die Bundestagswahl von 1987: Ursachen und Auswirkungen des Wahlergebnisses. In: Peter Haungs & Eckhard Jesse (Hrsg.): Parteien in der Krise? In- und ausländische Perspektiven. Köln, 257-264.

Jürgen W. **Falter (1991):** Hitlers Wähler. München.

Jürgen W. **Falter (1994):** Wer wählt rechts? Die Wähler und Anhänger rechtsextremistischer Parteien im vereinigten Deutschland. München.

Jürgen **Falter (1998):** Alle Macht dem Spin Doctor. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, vom 27. April 1998, 11-12.

Jürgen W. **Falter** & Hans **Rattinger (1983):** Parteien, Kandidaten und politische Streitfragen bei der Bundestagswahl 1980. Möglichkeiten und Grenzen der Normal-Vote-Analyse. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und politisches System. Opladen, S. 320-421.

Jürgen W. **Falter** & Volker **Trommsdorff (1972):** Psychische und soziale Determinanten des politischen Verhaltens im Saarland, Saarbrücken 1972 (Arbeitspapiere des Instituts für Konsum· und Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes, Band 12).

Jürgen W. **Falter**, Siegfried **Schumann** & Jürgen **Winkler (1990):** Erklärungsmodelle von Wählerverhalten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B37-38, 3-13.

Jürgen W. **Falter**, Siegfried **Schumann** & Jürgen **Winkler (1992):** Wahlverhalten und Wahlforschung (Fernstudieneinheit „Politik“, Band 3 -2; Freie Universität Berlin - Studiengang Journalisten-Weiterbildung). Berlin 1992. (gemeinsam mit Siegfried Schumann und Jürgen Winkler).

Jürgen W. **Falter**, Harald **Schoen** & Claudio **Caballero (2000):** Dreißig Jahre danach: Zur Validierung des Konzepts ‚Parteiidentifikation‘ in der Bundesrepublik. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

David M. **Farrell (1996):** Campaign Strategies and Tactics. In: Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi & Pippa Norris (Hg.): Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective. Thousand Oaks, CA, 160-183.

David M. **Farrell** & Paul **Webb (2000):** Political Parties as Campaign Organizations. In: Russell J. Dalton & Martin P. Wattenberg (Hrsg.): Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies. New York, 102-112.

Werner **Faulstich (1998):** Stars. In: Ottfried Jarren, Ulrich Sarcinelli & Ulrich Saxer (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen, 726-727.

Alan **Feingold (1992):** Good-looking People are not What We Think. In: Psychological Bulletin 111, 304–341.

Lars **Feld** & Gebhard **Kirchgässner (2001):** Erwartete Knappheit und die Höhe der Wahlbeteiligung: Empirische Ergebnisse für die neunziger Jahre. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998. Wiesbaden, 415-441.

Stanley **Feldman** & Pamela J. **Conover (1983):** Candidates, Issues and Voters: The Role of Inference in Political Perception. In: Journal of Politics 45, 810-839.

Leon **Festinger (1973):** Die Lehre von der "kognitiven Dissonanz". In: Wilbur Schramm (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsforschung. München, 27-38.

Peter **Filzmaier**& Fritz **Plasser (2001):** Wahlkampf um das Weiße Haus. Presidential Elections in den USA. Opladen, 2001.

Morris P. **Fiorina (1981):** Retrospective Voting in American National Elections. New Haven, London.

Claude S. **Fischer**, Robert M. **Jackson**, C. Ann **Stueve**, Kathleen **Gerson**, Lynne McCallister **Jones** & Mark **Baldassare (1977):** Networks and Places. Social Relations in the Urban Setting, New York

Susan T. **Fiske (1986):** Schema-Based Versus Piecemeal Politics: A Patchwork Quilt, but not a Blanket, of Evidence. In: Richard R. Lau & David O. Sears (Hrsg.): Political Cognition. The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale, London, 41-53.

Susan T. **Fiske** & Shelley E. **Taylor (1991):** Social Cognition. 2. Auflage. New York et al.

Scott C. **Flanagan (1979):** Value Change and Partisan Change in Japan. The Silent Revolution Revisited. In: Comparative Politics, 11, S. 253-278.

Scott C. **Flanagan (1982a):** Changing Values in Advanced Industrial Societies. In: Comparative Political Studies, 14, S. 403-444.

Scott C. **Flanagan (1982b):** Measuring Value Change in Advanced Industrial Societies. In: Comparative Political Studies, 15, S. 99-128.

Scott C. **Flanagan (1987):** Value Change in Industrial Societies. In: American Political Science Review, 81, 1303-1319.

Scott C. **Flanagan** & Russell J. **Dalton (1984):** Parties under Stress: Realignment and Dealignment in Advanced Industrial Societies. In: West European Politics 7, 7-23.

Scott C. **Flanagan** & Russell J. **Dalton (1990):** Models of Change, in: Peter Maier (Hg.): The West European Party System. Oxford, 232-246

Scott C. **Flanagan** & Aie-Rie **Lee (1988):** Explaining Value Change and its Political Implications in Eleven Advanced Industrial Democracies. Paper. Washington: 14th World Congress of the International Political Science Association.

Peter **Flora (1999):** Introduction and Interpretation. In: Peter Flora, Stein Kuhnle & Derek Urwin (Hrsg.): State Formation, Nation-Building, and Mass Politics in Europe: The Theory of Stein Rokkan. Oxford. 1-91.

Patrick **Fournier**, Andre **Blais**, Richard **Nadeau**, Elisabeth **Gidengil** & Neil **Nevitte (2003):** Issue Importance and Performance Voting, in: Political Behavior 25, 51-67.

Charles H. **Franklin (1992):** Measurement and the Dynamics of Party Identification, in: Political Behavior 14, 297-309.

Charles H. **Franklin** & John E. **Jackson (1983):** The Dynamics of Party Identification, in: American Political Science Review 77, 957-973.

Michael **Freeden (2001):** Ideology. Political Aspects. In: Neil J. Smelser & Paul B. Baltes (Hrsg.): International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. 11. Auflage. Amsterdam et al., 7174-7177.

John R. P. **French** & Bertram **Raven (1959):** The bases of social power. In: Dorwin Cartwright & Alvin Zander (Hrsg.): Group Dynamics. New York.

Benjamin **Fretwurst (2008):** Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie. Konstanz.

Siegfried **Frey (1999):** Die Macht des Bildes. Der Einfluss der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Bern et al.

Jürgen **Friedrichs (1968):** Werte und soziales Handeln. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie. Tübingen.

Werner **Früh (1994):** Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit. Opladen.

Dieter **Fuchs** & Hans-Dieter **Klingemann (1990):** The left-right schema. In: M. Kent Jennings, Jan van Deth, et al.: Continuities in political action. Berlin, 203-234.

Dieter **Fuchs** & Steffen **Kühnel (1994):** Wählen als rationales Handeln: Anmerkungen zum Nutzen des Rational-Choice-Ansatzes in der empirischen Wahlforschung. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler – Analysen aus Anlass der Bundeslagswahl1990. Opladen, 305-364.

Dieter **Fuchs** & Robert **Rohrschneider (2005):** War es diesmal nicht die Ökonomie? Der Einfluss von Sachfragenorientierungen auf die Wählerentscheidung bei der Bundestagswahl 2002. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden.

Carolyn L. **Funk (1996):** The Impact of Scandal on Candidate Evaluations: An Experimental Test ofthe Role of Candidate Traits. In: Political Behavior, 18, 1-24.

Carolyn L. **Funk (1999):** Bringing the Candidates into Models of Candidate Evaluation. In: Journal of Politics 61, 3, 700-720.

Oscar W. **Gabriel (1983):** Politische Kultur, Postmaterialismus und Materialismus in der Bundesrepublik Deutschland. Zur Theorie und empirischen Analyse politischer Orientierungsmuster in der Bundesrepublik der siebziger Jahre. Habilitationsschrift. Universität Mainz.

Oscar W. **Gabriel (2001):** Parteiidentifikation, Kandidaten und politische Sachfragen als Bestimmungsfaktoren des Parteienwettbewerbs, in: Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer & Richard Stöss (Hg.): Parteiendemokratie in Deutschland, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 228-249, (2. Auflage).

Oscar W. **Gabriel (2002):** Parteiidentifikation, Kandidaten und politische Sachfragen als Bestimmungsfaktoren des Parteienwettbewerbs. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. In: Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermayer & Richard Stöss (Hrsg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Wiesbaden, 228-249.

Oscar W. **Gabriel** & Katja **Neller (2005):** Kandidatenorientierungen und Wahlverhalten bei den Bundestagswahlen 1994-2002. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden.

Oscar W.**Gabriel** & Oskar **Niedermayer (2002):** Parteienmitgliedschaft: Entwicklung und Sozialstruktur, in: Oscar W. Gabriel, Oskar Niedermeyer & Richard Stöss (Hrsg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Wiesbaden, 274-296.

Oscar W. **Gabriel** & Angelika **Vetter (1998):** Bundestagswahlen als Kanzlerwahlen? Kandidatenorientierungen und Wahlentscheidungen im parteienstaatlichen Parlamentarismus. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1994. Opladen, 505-536.

Michael **Gallagher**, Michael **Laver** & Peter **Mair (2001):** Representative government in modern Europe. Institutions, parties, and governments. 3. Auflage, Boston et al.

Alexander **Gallus (2002):** Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfs. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (2002), 29-36.

Michael M. **Gant (1983):** Citizens' Evaluations of 1980 Presidential Candidates. Influence of Campaign Strategies. In: American Politics Quarterly 11, 327-348.

Michael M. **Gant**, Dwight F. **Davis (1984):** Mental Economy and Voter Rationality: The Informed Citizen Problem in Voting Research. In: Journal of Politics 46, 132-153.

Gina M. **Garramone**, Michael E. **Steele** & Bruce **Pinkleton (1991):** The Role of Cognitive Schemata in Determining Candidate Characteristic Effects. In: Frank Biocca (Hrsg.): Television and Political Advertising. Volume I: Psychological Processes. Hillsdale, Hove, London, 311-328.

Stefan **Geese**, Camille **Zubayr** & Heinz **Gerhard (2005):** Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 aus Sicht der Zuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der GfK-Fernsehforschung. In: Media Perspektiven 12, 613-626.

Stefan **Geese**, Camille **Zubayr** & Heinz **Gerhard (2009):** Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der AGF/GfK-Fernsehforschung. In: Media Perspektiven 12, 637-650.

Uwe W. **Gehring** & Jürgen R. **Winkler (1997):** Parteiidentifikation, Kandidaten- und Issueorientierungen als Determinanten des Wahlverhaltens in Ost- und Westdeutschland, in: Oscar W. Gabriel (Hrsg.), Politische Orientierungen und Verhaltensweisen im vereinigten Deutschland. Opladen, 473-506.

Seth F. **Geiger**, Byron **Reeves (1991):** The Effects of Visual Structure and Content Emphasis on the Evaluation and Memory for Political Candidates. In: Frank Biocca (Hrsg.): Television and Political Advertising. Volume I: Psychological Processes. Hillsdale, Hove, London, 125-143.

Vera **Gemmecke (1967):** Parteien im Wahlkampf: Eine Analyse der Bundestagswahl 1961 im Wahlkreis Arnsberg Soest. Meisenheim am Glan.

Andreas **Genz**, Klaus **Schönbach** & Holli A. **Semetko (2001):** "Amerikanisierung"? Politik in den Fernsehnachrichten während der Bundestagswahlkämpfe 1990-1998. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl1998. Wiesbaden, 401-414.

George **Gerbner (2000):** Die Kultivierungsperspektive. Medienwirkungen im Zeitalter von Monopolisierung und Globalisierung. In: Angela Schorr (Hrsg.), Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden, 101-121.

Alan **Gerber** & Donald P. **Green (1998):** Rational Learning and Partisan Attitudes, in: American Journal of Political Science 42, 794-818.

George **Gerbner** & Larry **Gross (1976):** Living with television. The violence profile. In: Journal of Communication 26 (2), 173-199.

George **Gerbner**, Larry **Gross**, Michael **Morgan** & Nancy **Signorielli (1982):** Charting the mainstream: Television's contributions to political orientations. In: Journal of Communication 32 (2), 100-127.

George **Gerbner**, Larry **Gross**, Michael **Morgan** & Nancy **Signorielli (1984):** Political correlates of television viewing. In: Public Opinion Quarterly 48, 283-300.

Elisabeth **Gidengil (1995):** Economic Man - Social Woman? The Case of the Gender Gap in Support for the Canada-United States Free Trade Agreement. In: Comparative Political Studies 28, 384-408.

Carol **Gilligan (1982):** In a Different Voice. Cambridge.

Manuela **Glaab (2000):** Mediatisierung als Machtquelle von Regierungschefs, in: Karl-Rudolf Korte & Gerhard Hirscher (Hrsg.): Darstellungs- oder Entscheidungspolitik. Über den Wandel von Politikstilen in westlichen Demokratien. München, 106-121.

David P. **Glass (1985):** Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on Their Personal Attributes? In: Public Opinion Quarterly 49, 4, 517.

Uli **Gleich (1998):** Die Bedeutung medialer politischer Kommunikation für Wahlen. Aktuelle Forschungsergebnisse. In: Media Perspektiven, Heft 8, S. 411-422.

Peter **Gluchowski (1983):** Wahlerfahrung und Parteiidentifikation. Zur Einbindung von Wählern in das Parteiensystem der Bundesrepublik, in: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg): Wahlen und politisches System. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1980. Opladen, 442-477.

Peter **Gluchowski** & Fritz **Plasser (1999):** Zerfall affektiver Parteibindungen in Deutschland und Österreich. In: Fritz Plasser, Oscar W. Gabriel, Jürgen W. Falter & Peter A. Ulram (Hg.): Wahlen und politische Einstellungen in Deutschland und Österreich. Frankfurt am Main.

Peter **Gluchowski** & Ulrich von **Wilamowitz-Moellendorff (1997):** Sozialstrukturelle Grundlagen des Parteienwettbewerbs in der Bundesrepublik Deutschland. In: Oscar Gabriel, Oskar Niedermayer & Richard Stöss (Hrsg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Opladen, 179-208.

Arthur S. **Goldberg (1966):** Discerning a Causal Pattern Among Data on Voting Behavior, in: American Political Science Review 60, 913-922.

Arthur S. **Goldberg (1969):** Social Determinism and Rationality as a Basis of Party Identification, in: American Political Science Review 63, 5-25.

John **Goldthorpe**, David **Lockwood**, Frank **Bechhofer** & Jennifer **Platt (1968):** The Affluent Worker in the Class Structure. Cambridge.

Judith R. **Gordon (1996):** Organizational behavior. A diagnostic approach. Upper Saddle River, NJ.

Doris A. **Graber (2002):** Mass Media and American Politics. Learning from television in the Internet age. Chicago.

Doris A. **Graber** & David **Weaver (1996):** Presidential Performance Criteria. The Missing Element in Election Coverage. In: Press/Politics I, 7-32.

Karl **Grammer (2002):** Signale der Liebe. Die biologischen Gesetze der Partnerschaft. Frankfurt/M.: Hoffmann & Campe.

Donald **Granberg** & Edward **Brent (1974):** Dove-Hawk Placements in the 1968 Election: Application of Social Judgment and Balance Theories. In: Journal of Personality and Social Psychology 29, 687-695.

Donald **Granberg** & Thad A. **Brown (1992):** The Perception of Ideological Distance. In: Western Political Quarterly 45, 727-750.

Donald **Granberg** & Michael **King (1980):** Cross-Lagged Panel Analysis of the Relation between Attraction and Perceived Similarity. In: Journal of Experimental Social Psychology 16, 573-581.

Donald **Granberg**, Jeff **Kasmer** & Tom **Nannemann (1988):** An Empirical Examination of Two Theories of Political Perception. In: Western Political Quarterly 41, 1, 29.

Paul E. **Green** & V. „Seenu" **Srinivasan (1978):** Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. In: The Journal of Consumer Research 5, 103-122.

Donald **Green**, Bradley **Palmquist** & Eric **Schickler (2002):** Partisan Hearts and Minds. Political Parties and the Social Identities of Voters. New Haven.

Jerald **Greenberg** & Robert A. **Baron (1997):** Behavior in Organizations. Understanding and managing the human side of work. 6. Auflage, Upper Saddle river.

Fred I. **Greenstein (1961):** Sex Related Political Differences in Childhood. In: Journal of Politics 23, 353-371.

Fred I. **Greenstein (1965):** Children and Politics. New Haven.

Fred I. **Greenstein (1969):** Children and Politics. New Haven, überarbeitete Ausgabe.

Bernard **Grofman (1985):** The neglected role of the status quo in models of issue voting, in: Journal of Politics 47, 230-237.

Richard **Gunther** & Anthony **Mughan (2000):** Democracy and the Media. A Comparative Perspective. New York.

Kenneth L. **Hacker** (**1995a):** Introduction: The Importance of Candidate Images in Presidential Elections. In: Kenneth L. Hacker (Hrsg.): Candidate Images and Presidential Elections. Westport & London, xi-xix.

Kenneth L. **Hacker (1995b):** Interpersonal Communication and the Construction of Candidate Images. In: Kenneth L. Hacker (Hrsg.): Candidate Images and Presidential Elections. Westport & London, 65-82.

Lutz M. **Hagen (1992):** Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: Publizistik 37, S. 444-460.

Daniel C. **Hallin** & Paolo **Mancini (2003):** Amerikanisierung, Globalisierung und Säkularisierung: Zur Konvergenz von Mediensystemen und politischer Kommunikation in westlichen Demokratien. In: Frank Esser & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden.

Daniel C. **Hallin** & Paolo **Mancini (2004):** Comparing media systems. Three models of media and politics. Cambridge

Daniel S. **Hamermesh** & Jeff E. **Biddle (1994): Beauty** and the Labor Market. In: American Economic Review 84, 1174–1194.

Daniel S. **Hamermesh** & Amy M. **Parker (2003):** Beauty in the Classroom: Professors' Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity. NBER Working Paper 9853. Cambridge.

Barry **Harper (2000):** Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study. In: Oxford Bulletin of Economics and Statistics 62, 771-800.

Martin **Harrop** & William L. **Miller (1987):** Elections and Voters. A Comparative Introduction, Houndmills & London.

Bernadette C. **Hayes** & Clive S. **Bean (1993):** Gender and Local Political Interest: Some International Comparisons. In: Political Studies 55, 672-682.

Richard **Heffernan (2006):** The Prime Minister and the News Media: Political Communication as a Leadership Resource. In: Parliamentary Affairs 59 (4), 582-598.

Madeline E. **Heilman** & Louis R. **Saruwatari (1979):** When Beauty is Beastly: The Effects of Appearance and Sex on Evaluations of Job Applicants for Managerial and Nonmanagerial Jobs. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes 23, 360–372.

Ottar **Hellevik (1993):** Postmaterialism as a Dimension of Cultural Change. In: International Journal of Public Opinion Research 5, 211-233.

Susan A.**Hellweg** & Stephen W. **King (1983):** Comparative Evaluation of Political Candidates: Implications for the Voter Decision-Making Process. In: Central States Speech Journal 34, 134-138.

Werner **Herkner (1991):** Lehrbuch Sozialpsychologie. 5., korrigierte und stark erweiterte Auflage, Bern.

Margaret G. **Hermann (1986):** Ingredients of Leadership. In: Margaret G. Hermann (Hrsg.): Political Psychology. Contemporary Problems and Issues. San Francisco, 167-192.

John A. **Herstein (1985):** Voter Thought Processes and Voting Theory. In: Sidney Kraus & Richard M. Perloff (Hrsg.): Mass Media and Political Thought. An information processing approach. Beverly Hills, London, New Delhi, 15-36.

Dietmar **Herz (1998):** Politik auf amerikanisch. In: ZEIT-Punkte 3, 56-58.

Robert D. **Hess** & Judith V. **Torney (1967):** The development of political attitudes in children. Chicago.

Volker **Hetterich (2000):** Von Adenauer zu Schröder. Eine Längsschnittanalyse der Wahlkampagnen von CDU und SPD bei den Bundestagswahlen 1949 bis 1998. Opladen.

Knut **Hickethier (2003):** Der politische Blick im Dispositiv Fernsehen. Der Unterhaltungswert der Politik in der medialen Republik, in: Bernd Weisbrod (Hrsg.): Die Politik der Öffentlichkeit – die Öffentlichkeit der Politik, Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Göttingen, 79-96.

Melvin J. **Hinich** & Michael C. **Munger (1994):** Ideology and the Theory of Political Choice. Ann Arbor 1994.

Melvin J. **Hinich** & Michael C. **Munger (1997):** Analytical politics. Cambridge.

Wolfgang **Hirsch**-**Weber** & Klaus **Schütz (1957):** Wähler und Gewählte. Eine Untersuchung der Bundestagswahlen 1953, Köln.

Joachim **Hofmann-Göttig (1989):** Die Neue Rechte: Die Männerparteien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 41-42, S. 21-31.

Joachim **Hofmann-Göttig (1986):** Emanzipation mit dem Stimmzettel. 70 Jahre Frauenwahlrecht in Deutschland. Bonn.

Christoph **Hofinger** & Günther **Ogris (1996):** Achtung, gender gap! Geschlecht und Wahlverhalten 1979-1995. In: Fritz Plasser, Peter A. Ulram & Günther Ogris (Hg.): Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen zur Nationalratswahl 1995. Wien.

Christoph **Hofinger,** Günther **Ogris** & Eva **Thalhammer (2003):** Der Jahrhundertstrom: Wahlkampfverlauf, Wahlmotive und Wählerströme im Kontext der Nationalratswahl 2002. In: Fritz Plasser & Peter Ulram (Hg.): Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002. Wien.

Michael A. **Hogg** & Graham M. **Vaughan (2008):** Social psychology. 5. Auflage, Harlow.

Sabine **Holicki (1993):** Pressefoto und Pressetext im Wirkungsvergleich. Eine experimentelle Untersuchung am Beispiel von Politikerdarstellungen. München.

Sören **Holmberg (1994):** Party Identification Compared Across the Atlantic. In: M. Kent Jennings & Thomas E. Mann (Hrsg.): Elections at Home and Abroad. Ann Arbor, 93-121.

Christina **Holtz-Bacha (1999):** Bundestagswahlkampf 1998 -Modernisierung und Professionalisierung. In: Dies. (Hrsg.): Wahlkampf in den Medien – Wahlkampfmit den Medien. Ein Reader zum Wahl-jahr1998. Opladen & Wiesbaden, 9-23.

Christina **Holtz-Bacha (2000):** Wahlkampf in Deutschland. Ein Fall bedingter Amerikanisierung. In: Klaus Kamps (Hg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden.

Megumi **Hosoda**, Eugene F. **Stone**-**Romero** & Gwen **Coats (2003):** The Effects of Physical Attractive-ness on Job-Related Outcomes: A Meta-Analysis of Experimental Studies. In: Personnel Psychology 56, 431-462.

Harold **Hotelling (1929):** Stability in competition, in: The Economic Journal 39, 41-57.

Robert J. **House (1977):** A Theory of charismatic Leadership. In: James G. Hunt & Lars L. Larson (Hrsg.): Leadership: The cutting Edge. Carbondale, 121-145.

Stefan **Hradil (2001):** Soziale Ungleichheit in Deutschland. 8. Auflage, Opladen.

John **Huber** & Ronald **Inglehart (1995):** Expert Interpretations of Party Space and Party Locations in 42 Societies, in: Party Politics, 1, 73-111.

Evelyne **Huber** & John D. **Stephens (2000):** Partisan Governance, Women's Employment, and the Social Democratic Service State. In: American Sociological Review 65 (3), 323-342.

Robert **Huckfeldt (1983):** Social Contexts, Social Networks, und Urban Neighborhoods; Environmen-tal Constraints on Friendship Choice. In: American Journal of Sociology 89, 651-669.

Robert **Huckfeldt** & John **Sprague (1987):** Networks in Context: The Social Flow of Political Informa-tion, in: American Political Science Review 81, 1197-1216.

Robert **Huckfeldt** & John **Sprague (1988):** Choice, Social Structure, and Political Information: The Informational Coercion of Minorities, in: American Journal of Political Science 32, 467-482.

Robert **Huckfeldt** & John **Sprague (1991):** Discussant Effects on Vote Choice: Intimacy, Structure, and Interdependence, in: Journal of Politics 53, 122-158.

Robert **Huckfeldt** & John **Sprague (1992):** Political Parties and Electoral Mobilization. Political Struc-ture, Social Structure, and the Party Canvass, in: American Political Science Review 86, 70-86.

Robert **Huckfeldt** & John **Sprague (1995):** Citizens, Politics, and Social Communication. Information andInfluence in an Election Campaign, Cambridge.

Robert **Huckfeldt**, Paul Allen **Beck**, Russell J. **Dalton** & Jeffrey **Levine (1995):** Political Environments, Cohesive Social Groups, and the Communication of Public Opinion, in: American Journal of Political Science 39, 1025-1054.

Robert **Huckfeldt**, Jeffrey **Levine**, William **Morgan** & John **Sprague (1999):** Accessibility and the Politi-cal Utility of Partisan and Ideological Orientations. In: American Journal of Political Science 43, 888-911.

Leonie **Huddy** & Nayda **Terkildsen (1993):** Gender stereotypes and the perception of maleand female candidates. In: American Journal of Political Science 37, 119-147.

Jonathan M. **Hurwitz** & Mark A. **Peffley (1980):** Personality and the Evaluation of Anti-Ideal Candidates. In: John C. Pierce & John L. Sullivan (Hrsg.): The Electorate Reconsidered. Beverly Hills, London, 135-155.

Samuel **Huntington (1974):** Post-Industrial Society: How Benign Will it Be? In: Comparative Politics 6, 163-191.

Herbert H. **Hyman (1959):** Political socialization. A study in the psychology of political behavior. New York.

Margaret L. **Inglehart (1981):** Political Interest in West European Women. In: Comparative Political Studies 14, 299-326.

Ronald **Inglehart (1971)**: The Silent Revolution in Europe - Intergenerational Change in Postindustrial Societies. In: American Political Science Review, 65, 991-1017.

Ronald **Inglehart (1977):** The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics. Princeton.

Ronald **Inglehart (1979):** Wertwandel in den westlichen Gesellschaften. Politische Konsequenzen von materialistischen und postmaterialistischen Prioritäten. In: Helmut Klages & Peter Kmieciak (Hrsg.): Wertwandel und gesellschaftlicher Wandel. Frankfurt am Main, 279-316.

Ronald **Inglehart (1981):** Post-materialism in an Environment of Insecurity. In: American Political Science Review, 75, 880-900.

Ronald **Inglehart (1983):** Traditionelle politische Trennungslinien und die Entwicklung der neuen Politik in westlichen Gesellschaften. In: Politische Vierteljahresschrift, 24, 139-165.

Ronald **Inglehart (1984):** The Changing Structure of Political Cleavages in Western Society. In: Russell J. Dalton, Scott C. Flanagan & Peter Allen Beck (Hrsg.): Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment. Princeton, 25-70.

Ronald **Inglehart (1989):** Kultureller Umbruch. Wertwandel in der westlichen Welt. Frankfurt & New York.

Ronald **Inglehart (1990):** Culture Shift in Advanced Industrial Society. Prlnceton.

Ronald **Inglehart (1997):** Modernization and Postmodernization. Cultural, Econornic, and Politicial Change in 43 Societies. Princeton.

Ronald **Inglehart (1998):** Modernisierung und Postmodernisierung. Kultureller, wirtschaftlicher und politischer Wandel in 43 Gesellschaften. Frankfurt a.M./New York.

Ronald **Inglehart** & Avram **Hochstein (1972):** Alignment and Dealignment of the Electorate in France and the United States. In: Comparative Political Studies 5, 3, 343.

Shanto **Iyengar (1991):** Is anyone responsible? How television frames political issues. Chicago.

Shanto **Iyengar** & Donald R. **Kinder (1987):** News That Matters. Television and American Opinion. Chicago & London.

Shanto **Iyenga**r & Adam **Simon (1993):** News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. In: Communication Research 20, 365-383.

Shanto **Iyengar** & Adam F. **Simon (2000):** New perspectives and evidence on political communication and campaign effects. In: Annual Review of Psychology 51, 149-169.

Shanto **Iyengar**, Mark D. **Peters** & Donald R. **Kinder (1982):** Experimental Demonstrations of the 'Not So-Minimal' Consequences of Television News Programs. In: American Political Science Review 76, 848-858.

John E. **Jackson (1975):** Issues, Party Choices, and Presidential Votes. In: American Journal of Political Science 19, S. 161-185.

Wolfgang **Jagodzinski (1981):** Sozialstruktur, Wertorientierung und Parteibindung: Zur Problematik eines Sozialisationsmodells. In: Zeitschrift für Soziologie, 10. Jg. 170–191.

Wolfgang **Jagodzinski** & Steffen M. **Kühnel (1990):** Zur Schätzung der relativen Effekte von Issueorientierungen, Kandidatenpräferenz und langfristiger Parteibindung auf die Wahlabsicht, in: Karl Schmitt (Hrsg.): Wahlen, Parteieliten, politische Einstellungen, Frankfurt am Main, 5-61.

Wolfgang **Jagodzinski** & Markus **Quandt (1997):** Wahlverhalten und Religion im Lichte der Individualisierungsthese. Anmerkungen zu dem Beitrag von Schnell und Kohler. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 49, Heft 4, 761-782.

Wolfgang **Jagodzinski** & Markus **Quandt (2000):** Religion und Wahlverhalten in der längsschnittlichen Entwicklung. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Olaf **Jandura (2007):** Kleinparteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden.

Ottfried **Jarren, (1994):** Medien-Gewinne und Institutionen Verluste? – Zum Wandel des intermediären Systems in der Mediengesellschaft. Theoretische Anmerkungen zum Bedeutungszuwachs elektronischer Medien in der politischen Kommunikation. In: Ottfried Jarren (Hrsg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Opladen, 23-34.

Ottfried **Jarren (1998):** Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 74-94.

M. Kent **Jennings (1989):** The Crystallization of Orientations. In: M. Kent Jennings & Jan W. van Deth (Hrsg.): Continuities in Political Action. Berlin & New York, 313-348.

M. Kent **Jennings** & Gregory B. **Markus (1984):** Partisan Orientations over the Long Haul: Results from the Three-Wave Political Socialization Study. In: American Political Science Review 78, 1000-1018.

Anders Todal **Jenssen (1999):** All That is Solid Melts into Air: Party Identification in Norway. In: Scandinavian Political Studies 22, 1-27.

Ronald J. **Johnston** & Charles J. **Pattie (1999):** Aspects of the Interrelationships of Attitudes and Behaviour as Illustrated by a Longitudinal Study of British Adults: 2. Predicting Voting Intention, Strength of Party Identification, Change in Both. In: Environment and Planning 31, 1279-1294.

Richard **Johnston**, Andre **Blais**, Henry E. **Brady** & Jean **Crete (1992):** Letting the People Decide. Stanford.

Edward E. **Jones** & Daniel **McGillis (1976):** Correspondent inferences and the attributions cube: A comparative reappraisal. In: John H. Harvey, William J. Ickes & Robert F. Kidd (Hrsg.): New directions in attribution research (Volume 1, 390-420). Hillsdale, NJ.

Kim **Jucknat (2004):** Politikvermittlung in parlamentarischen und präisidenziellen Demokratien. Magisterarbeit. Mannheim: Universität Mannheim.

Charles M. **Judd**, David A. **Kenny** & Jon A. **Krosnick (1983):** Judging the Positions of Political Candidates: Models of Assimilation and Contrast. In: Journal of Personality and Social Psychology 44, 952-963.

Zoltan **Juhász (2002):** Gleich und Gleich gesellt sich gern – oder die Bedeutung der Ähnlichkeit bei der Bewertung von Politikern. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Uwe **Jun (2009):** Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie. In: Frank Marcinkowski (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden.

Marion R. **Just**, Ann N. **Crigler**, Dean E. **Aiger**, Timothy E. **Cook**, Montague **Kern** & Darrell M. **West (1996):** Crosstalk. Citizens, Candidates, and the Media in a Presidential Campaign. Chicago, London.

Max **Kaase (1976):** Party Identification and Voting Behavior in the West German Election of 1969, in: Ian Budge, Ivor Crewe & Dennis Farlie (Hrsg.): Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition, London, 81-102.

Max **Kaase (1994):** Is There Personalization in Politics? Candidates and Voting Behavior in Germany. In: International Political Science Review 15, 211-230.

Lynda Lee **Kaid** & Mike **Chanslor (1995):** Changing Candidate Images: The Effects of Political Advertising. In: Kenneth L. Hacker (Hrsg.): Candidate Images and Presidential Elections. Westport & London, 83-97.

Klaus **Kamps (2000):** America ante Portas? Gründzüge einer Amerikanisierungsthese. In: Klaus Kamps (Hg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden.

Rosabeth M. **Kanter (1977/1993):** Men and Women of the Corporation. New York.

Hanna **Kaspar** & Jürgen W. **Falter (2007):** Entstehung neuer Konfliktlinien: Geschlechterkonflikt und Alterskonflikt? In: Hans Rattinger, Oscar W. Gabriel & Jürgen W. Falter (Hg.): Der gesamtdeutsche Wähler. Baden-Baden.

Elihu **Katz** & Paul F. **Lazarsfeld (1955):** Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. Glencoe, Ill.

Richard S. **Katz** & Peter **Mair (1995):** Campaining Models of Party Organization and Party Democracy. In: Party Politics 1, 5-28.

Caroline F. **Keating**, David **Randall** & Timothy **Kendrick (1999):** Presidential Physiognomies: Altered Images, Altered Perceptions. In: Political Psychology 20, 593-610.

Charlotte **Kellermann** & Hans **Rattinger (2005):** „Round up the usual suspects“: Die Bedeutung klassischer Bestimmungsfaktoren der Wahlentscheidung bei den Bundestagswahlen 1994 bis 2002. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden.

Harold H. **Kelley (1967):** Attribution theory in social psychology. In: David Levin (Hrsg.): Nebraska symposium on motivation. Lincoln, 192-238.

Kathleen E. **Kendall** & Scott C. **Paine (1995):** Political Images and Voting Decisions. In: Kenneth L. Hacker (Hrsg.): Candidate Images and Presidential Elections. Westport & London, 19-35.

Hans Mathias **Kepplinger (1989a):** Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B 15), S. 3-16.

Hans Mathias **Kepplinger (1989b):** Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellung und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik. Frankfurt am Main.

Hans Mathias **Kepplinger (1991):** The Impact of Presentation Techniques: Theoretical Aspects and Empirical Findings. In: Frank Biocca (Hrsg.): Television and Political Advertising. Volume I: Psychological Processes. Hillsdale, Hove & London, 173-194.

Hans Mathias **Kepplinger (1992):** Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich.

Hans Mathias **Kepplinger (1997):** Politiker als Stars. In: Werner Faulstich & Helmut Korte (Hg.): Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München, 176-194.

Hans Mathias **Kepplinger (1998a):** Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft. Freiburg.

Hans Mathias **Kepplinger (1998b):** Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In: Christina Holtz-Bacha, Helmut Scherer & Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Für Winfried Schulz. Opladen & Wiesbaden, 19-38.

Hans Mathias **Kepplinger (2001a):** Der Ereignisbegriff in der Publizistikwissenschaft. In: Publizistik 46, 117-139.

Hans Mathias **Kepplinger** & Marcus **Maurer (2000):** Der Zwei-Stufen-Fluß der Massenkommunikation: Anmerkungen zu einer nie bewiesenen und längst überholten These der Wahlforschung. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Hans Mathias **Kepplinger** & Marcus M**aurer (2003):** Image-Optimierung. Eine empirische Studie zu den Images von Gerhard Schröder und Edmund Stoiber im Bundestagswahlkampf 2002. In: Ulrich Sarcinelli & Jens Tenscher (Hrsg.): Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zu Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung. Baden-Baden.

Hans Mathias **Kepplinger** & Marcus **Maurer (2005):** Abschied vom rationalen Wähler. Freiburg & München.

Hans Mathias **Kepplinge**r & Helga **Weissbecker (1991):** Negativität als Nachrichtenideologie. In: Publizistik 36, S. 330-342.

Hans Mathias **Kepplinger**, Hans-Bernd **Brosius** & Stefan **Dahlem (1994a):** Charakter oder Sachkompetenz von Politikern: Woran orientieren sich die Wähler? In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990. Opladen, 472-505.

Hans Mathias **Kepplinger**, Hans-Bernd **Brosius** & Stefan **Dahlem (1994b):** Wie das Fernsehen die Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen. München.

Hans Mathias **Kepplinger**, Hans-Bernd **Brosius** & Stefan **Dahlem (1995):** Das fehlende Bindeglied. In: Ottfried Jarren, Bettina Knaup & Heribert Schatz (Hrsg.): Rundfunk im politischen Kommunikationsprozess. Hamburg, 144-161.

Hans Mathias **Kepplinger**, Hans-Bernd **Brosius**, Joachim Friedrich **Staab**, Günter **Linke (1989a):** Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Max Kaase & Winfried Schulz (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen, 199-220.

Motague **Kern** & Marion **Just (1995):** The Focus Group Method, Political Advertising, Campaign News, and the Construction of Candidate Images. In: Political Communication 12, 127-145.

Vladimer O. **Key (1955):** A Theory of Critical Elections. In: Journal of Politics, 17, S. 3-18.

Vladimer O. **Key (1959):** Secular Realignment and the Party System. In: Journal of Politics 21, 198-210.

Vladimer O. **Key (1966):** The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936-1960. Cambridge.

Vladimer O. **Key** & Frank **Munger (1959):** Social Determinism and Electoral Decision: the Case of Indiana, in: Eugen Burdick & Arthur J. Brodbeck (Hrsg.): American Voting Behavior, New York,281-299.

Klaus **Kindelmann (1994):** Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990. Opladen.

Donald R. **Kinder (1978):** Political Person Perception: The Asymmetrical Influence of Sentiment and Choice on Perceptions of Presidential Candidates. In: Journal of Personality and Social Psychology 36, 859-871.

Donald R. **Kinder (1986):** Presidential Character Revisited. In: Richard R. Lau & David O. Sears (Hrsg.): Political Cognition. The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale & London, 233-255.

Donald R. **Kinder** & Susan T. **Fiske (1986):** Presidents in the Public Mind. In: Margaret G. Hermann (Hrsg.): Political Psychology. San Francisco & London, 193-218.

Donald E. **Kinder** & David O. **Sears 1985):** Whites' Opposing to Busing: On Conceptualizing and Operationalizing Group Conflict. In: Journal of Personality and Social Psychology 48, 5, 1141.

Donald R. **Kinder**, Mark D. **Peters**, Robert P. **Abelson** & Susan T. **Fiske (1980):** Presidential Prototypes. In: Political Behavior 2, 315-337.

Michael **King (1977):** Assimilation and Contrast of Presidential Candidates' Issue Positions, 1972. In: Public Opinion Quarterly 41, S. 515-522.

Anthony S. **King** (Hg.) **(2002):** Leaders' Personalities and the Outcome of Democratic Elections. Oxford.

Spiro **Kiousis**, Philemon **Bantimaroudis** & Hyun **Ban (1999):** Candidate Image Attributes. Experiments on the Substantive Dimension of Second Level Agenda Setting. In: Communication Research 26, 414-428.

Otto **Kirchheimer (1965):** Der Wandel des westeuropäischen Parteiensystems. In: Politische Vierteljahresschrift 6, 20-41.

Erich **Kirchler (2008):** Arbeits- und Organisationspsychologie. 2., korrigierte Auflage, Wien.

Herbert **Kitschelt (1991):** Left-Libertarians and Right-Authoritarians: Is the New Right a Response to the New Left in European Politics? Paper. Minneapolis: Conference on the Radical Right in Western Europe.

Herbert **Kitschelt (1994):** The Transformation of European Social Democracy. New York.

Herbert **Kitschelt (1997):** European Party Systems: Continuity and Change. In: Martin Rhodes, Paul Heywood & Vincent Wright (Hrsg.): Developments in West European Politics. London, 131-150.

Herbert **Kitschelt** & Anthony J. **McGann (1995):** The Radical Right in Western Europe: A Comparative Analysis. Ann Arbor.

Joseph T. **Klapper (1960):** The effects of mass communication. New York.

Markus **Klein (2002a):** Die Verbundanalyse als Instrument zur zielgruppenspezifischen Optimierung von Wahlprogrammen. In: Thomas Berg: Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen. Opladen.

Markus **Klein (2002b):** Wählen als Akt expressiver Präferenzoffenbarung. Eine Anwendung der Conjoint-Analyse auf die Wahl zur Hamburger Bürgerschaft vom 21. September 1997. Frankfurt am Main et al.

Markus **Klein (2005):** Gesellschaftliche Wertorientierungen, Wertewandel und Wählerverhalten. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Markus **Klein (2005b):** Die Wahlprogramme: Wahrnehmung und Bewertung durch die Bürger. In: Manfred Güllner, Hermann Dülmer, Markus Klein, Dieter Ohr, Markus Quandt, Ulrich Rosar & Hans-Dieter Klingemann: Die Bundestagswahl 2002. Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik. Wiesbaden.

Markus **Klein (2007):** Individuelles Wählerverhalten und sozialer Kontext: Logistische Mehrebenenanalysen der Wahlentscheidung bei den Bundestagswahlen 1994, 1998 und 2002. In: Hans Rattinger, Oscar W. Gabriel & Jürgen W. Falter (Hg.): Der gesamtdeutsche Wähler. Baden-Baden.

Malcolm W. **Klein** & Nathan **Maccoby (1954):** Newspaper Objectivity in the 1952 Campaign. In: Journalism Quarterly, 31, 285-296.

Markus **Klein** & Dieter **Ohr (2000a):** Der Kandidat als Politiker, Mensch und Mann. Ein Instrument zur differenzierten Erfassung von Kandidatenorientierungen und seine Anwendung auf die Analyse des Wählerverhaltens bei der Bundestagswahl 1998. In: ZA-Information 46, 6-25.

Markus **Klein** & Dieter **Ohr (2000b):** Gerhard oder Helmut? ‚Unpolitische' Kandidateneigenschaften und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In: Politische Vierteljahresschrift 41, 199-224.

Markus **Klein** & Dieter **Ohr (2001):** Die Wahrnehmung der politischen und persönlichen Eigenschaften von Helmut Kohl und Gerhard Schröder und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998. Wiesbaden, 91-132

Markus **Klein** & Manuela **Pötschke (2000**): Wählen im sozialen Kontext: Mehrebenenanalyse des Wählerverhaltens bei den Bundestagswahlen der Jahre 1969 bis 1998. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Markus **Klein** & Ulrich **Rosar (2005):** Physische Attraktivität und Wahlerfolg. Eine empirische Analyse am Beispiel der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2002. In: Politische Vierteljahresschrift, Jahrgang 46, Heft 2, S. 263-287. Wiesbaden.

Markus **Klein** & Ulrich **Rosar (2007):** Ist Deutschland reif für eine Kanzlerin? Eine experimentelle Untersuchung aus Anlass der Bundestagswahl 2005. In: Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer & Bernhard Weßels (Hg.): Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse. Wiesbaden.

Hans J. **Kleinsteuber (2003):** Medien und Kommunikation im internationalen Vergleich: Konzepte, Methoden und Berufe. In: Frank Esser & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden.

Hans-Dieter **Klingemann** & Charles Lewis **Taylor (1977):** Affektive Parteiorientierung, Kanzlerkandidaten und Issues. Einstellungskomponenten der Wahlentscheidung bei Bundestagswahlen in Deutschland. In: Max Kaase (Hrsg.): Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1976. Opladen, 301-347.

Hans-Dieter **Klingemann** & Martin P. **Wattenberg (1990):** Zerfall und Entwicklung von Parteiensystemen. Ein Vergleich der Vorstellungsbilder von den politischen Parteien in den Vereinigten Staaten von Amerika und der Bundesrepublik Deutschland. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1987. Opladen, 325-344.

Hans Dieter **Klingemann**, Richard **Hofferbert** & Ian **Budge (1994):** Parties, Policies and Democracy, San Francisco.

Clyde **Kluckhohn (1951):** Values and Value Orientation in the Theory of Action. An Exploration in Definition and Classification. In: Talcott Parsons & Edward Shils (Hrsg.): Toward a General Theory of Action. Cambridge. 388–433.

Peter **Kmieciak (1976**): Wertstrukturen und Wertwandel in der Bundesrepublik Deutschland. Grundlagen einer interdisziplinären empirischen Werforschung mit einer Sekundäranalyse von Umfragedaten. Göttingen.

David **Knoke (1990a):** Networks of Political Action: Toward Theory Construction, in: Social Forces 68, 1041-1063.

David **Knoke (1990b):** Political Networks. The Structural Perspective. Cambridge.

Oddbjørn **Knutsen (1988):** The Impact of Structural and Ideological Party Cleavages in Western European Democracies: A Comparative Empirical Analysis. In: British Journal of Political Science, 18, 323-352.

Oddbjørn **Knutsen (1989):** Cleavage Dimensions in Ten West European Countries. A Comparative Empirical Analysis. In: Comparative Political Studies, 21, S. 495-534.

Oddbjørn **Knutsen (1995):** Party Choice. In: Jan W. van Deth & Elinor Scarbrough (Hrsg.): The Impact of Values. Oxford & New York. 461–491.

Oddbjørn **Knutsen (1998):** Expert Judgements of the Left-Right Location of Political Parties: A Comparative Longitudinal Study. In: West European Politics, 21, S. 63-94.

Oddbjørn **Knutsen** & Elinor **Scarbrough (1995):** Cleavage Politics. In: Jan W. van Deth & Elinor Scarbrough (Hrsg.): The Impact of Values. Oxford & New York. 492–523.

Melvin L. **Kohn (1989):** Introduction. In: Melvin L. Kohn (Hrsg.): Cross-National Research in Sociology, Newbury Park, 17-31.

Jürgen **Krämer** & Hans **Rattinger (1997):** The Proximity and the Directional Theories of Issue Voting: Comparative Results for the USA and Germany. In: European Journal of Political Research 32, I29.

David **Krech**, Richard S. **Crutchfield**, Norman **Livson**, William A. **Wilson** Jr. & Allen **Parducci (1992):** Grundlagen der Psychologie. Studienausgabe. Band 7: Sozialpsychologie. Weinheim.

Jon A. **Krosnick (1988):** The Role of Attitude Importance in Social Evaluation: A Study of Policy Preferences, Presidential Candidate Evaluations and Voting Behavior. In: Journal of Personality and Social Psychology 55, 196-210.

Jon A. **Krosnick (1990):** Government policy and citizen passion: A study of issue publics in contemporary America. In: Political behavior 12, 59-92.

Jon **Krosnick** & Donald R. **Kinder (1990):** Altering the Foundations of Support for the President through Priming. In: American Political Science Review 84, 497-512.

Udo. M. **Krüger (2000):** Unterschiedliches Informationsverständnis im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Programmanalyse 1999; ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. Media Perspektiven, 278-296.

Udo M. **Krüger** & Thomas **Zapf-Schramm (2002):** Wahlberichterstattung im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Ergebnisse des ARD/ZDF-Wahlmonitors 2002. In: Media Perspektiven, S. 610-622.

Ulrich **Kühnen** & Sabine **Sczesny (2003):** Ein maskulines Äußeres: Der einfache Weg zum Erfolg? In: Gehirn und Geist 4, 20–23.

Christine **Kulke (1996):** Geschlechterverhältnis und politischer Aufbruch von Frauen: Wandlungsprozesse zwischen Herausforderungen und Verhinderungen. In: Bernhard Claußen & Rainer Geißler (Hrsg.): Die Politisierung des Menschen. Opladen, 485-493.

Detlef **Landua (1991):** Möglichkeiten längsschnittorientierter und kontextbezogener Auswertungsverfahren für die Analyse subjektiver Einstellungsdaten. Eine mehr-perspektivische Betrachtungsweise am Beispiel der Querschnitt- und Panelauswertungen von Parteipräferenzen, in: Politische Vierteljahresschrift 32, 92-110.

Robert E. **Lane (1959):** Political Life. Why people get involved in politics. Glencoe.

Jan-Erik **Lane** & Svante **Ersson (1999):** Politics and Society in Western Europe. 4. Auflage. London.

Jürgen **Lass (1995):** Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten. Zur Diskussion um die Personalisierung der Politik. Wiesbaden.

Richard R. **Lau (1986):** Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behavior. In: Richard R. Lau & David O. Sears (Hrsg.): Political Cognition. Hillsdale, London, 95-126.

Edward O. **Laumann (1973):** Bonds of Pluralism: The Form and Substance of Urban Social Networks, New York.

David G. **Lawrence (1979):** Candidate Orientation, Vote Choice & the Quality of the American Electorate. In: Polity 11, S. 229-246.

Geoffrey C. **Laymann** & Thomas M. **Carsey (2002):** Party Polarization and Party Structuring of Policy Attitudes: A Comparison of Three NES Panel Studies. In: Political Behavior 24, 199-236.

Paul F. **Lazarsfeld**, Bernard **Berelson** & Hazel **Gaudet (1944):** The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. 2. Auflage, New York.

Paul F. **Lazarsfeld**, Bernard **Berelson** & Hazel **Gaudet** [1944] **(1968):** The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign, 3. Auflage, New York.

Günther **Lengauer** & Hannes **Vorhofer (2010):** Wahlkampf am und abseits des journalistischen Boulevards: Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008. In: Fritz Plasser (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien.

Günther **Lengauer,** Günther **Pallaver** & Clemens **Pig (2007):** Redaktionelle Politikvermittlung in österreichischen Wahlkämpfen, 1999-2006. In: Fritz Plasser & Peter A. Ulram (Hg.): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien.

Rainer M. **Lepsius (1966):** Parteiensystem und Sozialstruktur: zum Problem der Demokratisierung der deutschen Gesellschaft. In: Wilhelm Abel, Knut Borchardt et. al. (Hrsg.): Wirtschaft, Geschichte und Wirtschaftsgeschichte. Stuttgart. 371-393.

Rainer M. **Lepsius (1973):** Wahlverhalten, Parteien und politische Spannungen, Politische Vierteljahresschrift 14: 295-313.

Rainer M. **Lepsius (1993):** Demokratie in Deutschland. Soziologisch-historische Konstellationsanalysen. Ausgewählte Aufsätze, Göttingen.

Jeffrey **Levine**, Edward G. **Carmines** & Robert **Huckfeldt (1997):** The Rise of Ideology in the Post-New Deal Party System, 1972-1992, in: American Politics Quarterly 25, 19-34.

Arend **Lijphart (1968):** The Politics of Accomodation: Pluralism and Democracy in the Netherlands. Berkeley.

Siegwart **Lindenberg (1985):** An Assessment of the New Political Economy: Its Potential for the Social Sciences and for Sociology in Particular. In: Sociological Theory, 3. Jg., 105–110.

Walter **Lippmann (1922):** Public opinion. New York

Seymour M. **Lipset (1960):** Political Man. The Social Bases of Politics. New York.

Seymour M. **Lipset (2001):** Cleavages, parties and democracy. In: Lauri Karvonen & Stein Kuhnle (Hrsg.): Party Systems and Voter Alignments Revisited. London, 3-9.

Seymore M. **Lipset** & Stein **Rokkan (1967):** Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives. New York.

Brad **Lockerbie (2002):** Party Identification: Constancy and Change. In: American Politics Research 30, 4, 384-405.

Milton **Lodge** & Kathleen M. **McGraw** (Hrsg.) **(1995):** Political Judgment. Structure and Process. Ann Arbor.

Peter **Lösche (1999):** Parteienstaat in der Krise? Überlegungen zu 50 Jahre Bundesrepublik Deutschland. In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Reihe Gesprächskreis Geschichte, Heft 27, 1998

R. Duncan **Luce** & John W. **Tukey (1964):** Simultaneous conjoint measurement. Journal of Mathematical Psychology, 1, 1-27.

Helmut E. **Lück (2001):** Kurt Lewin - eine Einführung in sein Werk. Weinheim & Basel.

Niklas **Luhmann (1995):** Die Form "Person". In: Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch. Opladen, 142-154.

Arthur **Lupia** & Mathew D. **McCubbins (1998):** The Democratic Dilemma. Can Citizens Learn What They Need to Know? Cambridge/New York.

Michael **Lyons (1997):** Presidential Character Revisited. In: Political Psychology 18, 791-811.

William **Lyons** & John M. **Scheb** II **(1992):** Ideology and Candidate Evaluation in the 1984 and 1988 Presidential Elections. In: Journal of Politics 54, 573-584.

Stuart E. **MacDonald** & George **Rabinowitz (1987):** The Dynamics of Structural Realignment. In: American Political Science Review 81, 3, 775.

Stuart E. **MacDonald**, James W. **Prothro**, George **Rabinowitz** & Keith J. **Brown (1988):** Political Evocation and Styles of Candidate Evaluation. In: Political Behavior 10, S. 117-135.

Michael B. **MacKuen**, Michael **Bruce**, Robert S. **Erikson** & James A. **Stimson (1992)**: Ouestion-Wording and Macropartisanship. In: American Political Science Review 86, 475-481.

Michaela **Maier (2002):** Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz.

Jürgen **Maier** & Thorsten **Faas (2003):** The affected German voter: Televised debates, follow-up communication and candidate evaluations. In: Communications 28, 383-404.

Peter **Mair (1993):** Myths of Electoral Change and the Survival of Traditional Parties. The 1992 Stein Rokkan Lecture. European Journal of Political Research 24: 121–133.

Peter **Mair (1999):** The Freezing Hypothesis: An Evaluation. S. 27–44 in Lauri Karvonen & Stein Kuhnle (Hg.): Party Systems and Voter Alignments Revisited (With an Introduction by Seymour Martin Lipset). London & New York.

Peter **Mair (2006):** Cleavages. In: Richard S. Katz & William Crotty (Hrsg.): Handbook of Party Politics. London: Sage. 371-375.

Jon K. **Maner**, Douglas T. **Kenrick**, Vaughn D. **Becker**, Andreas W. **Delton**, Brian **Hofer**, Chris J. **Wilbur** & Steven L. **Neuberg (2003):** Sexually Selective Cognition: Beauty Captures the Mind of the Beholder. In: Journal of Personality and Social Psychology 85, 1107-1120.

Karl **Mannheim (1928):** Das Problem der Generationen. Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie 7: 157–185,309–330.

Frank **Marcinkowski (2010):** Das Fernsehen als Politikvermittlungsfalle. 'Versehentliche' Nutzung und'beiläufiges' Lernen von Nachrichten. In: Christian Schemer, Werner Wirth & Carsten Wünsch (Hrsg.): Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung. Baden-Baden, 171-191.

Frank **Marcinkowski** & Volker **Greger (2000):** Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. Ein Ergebnis der „Amerikanisierung“? In: Klaus Kamps (Hg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden.

George E. **Marcus (1988):** The Structure of Emotional Response: 1984 Presidential Candidates. In: American Political Science Review 82, 737-761.

Gregory B. **Markus** & Philip E. **Converse (1979):** A Dynamic Simultaneous Equation Model of Electoral Choice, in: American Political Science Review 73, 1055-1070.

Thomas R. **Marshall (1983):** Evaluating Presidential Nominees: Opinion Polls, Issues, and Personalities. In: Western Political Quarterly 36, 650-659.

Karl **Marx (1960 [1852]):** Der 18. Brumaire des Louis Bonaparte, in: Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED (Hrsg.): Karl Marx - Friedrich Engels: Werke, Berlin, 110-207.

Abraham H. **Maslow (1970):** Motivation and personality. 2. Auflage, New York.

Steven A. **Matthews (1979):** A simple direction model of electoral competition, in: Public Choice 34,141-156.

Torsten **Mauer (2009):** Fernsehen – als Quelle politischer Information überschätzt? Eine Bestandsaufnahme des Angebotes und der Nutzung des „politischen Leitmediums“. In: Frank Marcinkowski (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden.

Peter **Mauer (2008):** Einflussfaktoren auf die Handlungsautonomie der Medien im politischen Prozess westlicher Demokratien – Eine theoretische Analyse. In Barbara Pfetsch & Silke Adam (Hg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen. Wiesbaden.

Marcus **Maurer** & Hans Mathias **Kepplinger (2003):** Warum die Macht der Fernsehbilder wächst. Verbale und visuelle Informationen in den Fernsehnachrichten vor den Bundestagswahlen 1998 und

2002. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002. Wiesbaden, 82-97.

Marcus **Maurer** & Carsten **Reinemann (2003):** Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle. Wiesbaden.

Gianpietro **Mazzoleni** & Winfried **Schulz (1999):** „Mediatization" of Politics. A Challange for Democracy? In: Political Communication 16**,** 3, 247-261.

James A. **McCann (1990):** Changing Electoral Contexts and Changing Candidate Images During the 1984 Presidential Campaign. In: American Politics Quarterly 18, 123-140.

Herbert **McClosky** & Harold E. **Dahlgren (1959):** Primary Group Influence on Party Loyalty, in: American
Political Science Review 53, 757-776.

Maxwell E. **McCombs** & George **Estrada (1997):** The News Media and the Pictures in Our Heads. In: Shanto Iyengar & Richard Reeves (Hrsg.): Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America. Thousand Oaks, 237-247.

Maxwell E. **McCombs** & Donald L. **Shaw (1972):** The agenda-setting function of mass media. In: Public Opinion Quarterly 36, 176-187.

Maxwell E. **McCombs**, Donald L. **Shaw** & David **Weaver** (Hrsg.) **(1997):** Communication and democracy. Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory. Mahwah, NJ,

Eileen L. **McDonagh (1982):** To Work or Not To Work: The Differential Impact of Achieved and Derived Status upon the Political Participation of Women, 1956-1976. In: American Journal of Political Science 26, 280-297.

Joseph E. **McGrath** & Marion F. **McGrath (1962):** Effects of Partisanship on Perceptions of Political Figures. In: Public Opinion Quarterly 26, 236-248.

Denis **McQuail (1987):** Mass Communication Theory. An Introduction. 2nd Edition, London.

William H. **Meckling (1976):** Values and the Choice of the Model of the Individual in the Social Sciences. In: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik 112, 545-560.

Kenneth J. **Meier (1975):** Party Identification and Vote Choice: The Causal Relationship, in: Western Political Quarterly 28: 496-505.

Matthew **Mendelsohn (1996):** The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders, and Party Identification. In: Journal of Politics 58, 112-125.

Peter H. **Merkl (1988):** The Challengers of the Party Systems. In: Kay Lawson & Peter H. Merkl (Hrsg.): When Parties Fail: Emerging Alternative Organizations. Princeton. 561-588.

Samuel **Merrill** & Bernard **Grofman (1999):** A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Spatial Models, Cambridge

Klaus **Merten (1991):** Artefakte der Medienwirkungsforschung. Kritik klassischer Annahmen, in: Publizistik 36, 36-55.

Klaus **Merten (1994):** Wirkungen von Kommunikation, in: Klaus Merten & Siegfried J. Schmidt & Siegfride Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien, Opladen, 290-328.

Birgit **Meyer (1992):** Die ‚unpolitische' Frau. Politische Partizipation von Frauen oder: Haben Frauen ein anderes Verständnis von Politik? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 3-18.

Thomas **Meyer (2001):** Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem. Frankfurt am Main.

Thomas **Meyer (2002):** Mediokratie - Auf dem Weg in eine andere Demokratie? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B 15-16), 7-14.

John Stuart **Mill (1872):** A System of Logic. London (Reprint London & New York).

Arthur G. **Miller (1970):** Role of Physical Attractiveness in Impression Formation. In: Psychonomic Science 19: 241-243.

Warren E. **Miller (1976):** The Cross-National Use of Party Identification as a Stimulus to Political Inquiry, in: Ian Budge, Ivor Crewe & Dennis Farlie (Hrsg.): Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition, London, 21-31.

Arthur H. **Miller (1978)**: Partisanship Reinstated? A Comparison of the 1972 and 1976 U.S. Presidential Elections. In: British Journal of Political Science 8, 129-152.

Arthur H. **Miller (1979):** Normal Vote Analysis: Sensitivity to Change Over Time. In: American Journal of Political Science 23, 406-425.

William L. **Miller (1991):** Media and Voters. The Audience, Content and Influence of Press and Television at the 1987 General Election, Oxford.

Joanne M. **Miller** & Jon A. **Krosnick (1997):** Anatomy of News Media Priming, in: Shanto Iyengar & Richard Reeves (Hrsg.): Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America. Thousand Oaks, 258-275.

Warren E. **Miller** & Teresa E. **Levitin (1976):** Leadership and change. Presidential elections from 1952 to 1976. Cambridge, Mass.

Warren E. **Miller** & J. Merrill **Shanks (1996):** The New American Voter, Cambridge/MA.

Arthur H. **Miller** & Martin P. **Wattenberg (1985):** Throwing the Rascals Out: Policy and Performance Evaluations of Presidential Candidates, 1952-1980. In: American Political Science Review 79, 359-372.

Arthur R. **Miller**, Martin P. **Wattenberg** & Oksana **Malanchuk (1985):** Cognitive Representations of Candidate Assessments. In: Keith R. Sanders, Lynda Lee Kaid & Dan Nimmo (Hrsg.): Political Communication Yearbook 1984. Carbondale, Edwardsville, 183-210.

Arthur H. **Miller**, Martin P. **Wattenberg** & Oksana **Malanchuk (1986):** Schematic Assessments of Presidential Candidates. In: American Political Science Review 80, 521-540.

Arthur H. **Miller**, Warren E. **Miller**, Alden S. **Raine** & Thad A. **Brown (1976):** A Majority Party in Disarray: Policy Polarization in the 1972 Election. American Political Science Review 70: 753–778.

Hüseyin N. **Mocan** & Erdal **Tekin (2006):** Ugly Criminals. Cambridge, Mass.

Matthew **Mulford**, John **Orbell**, Catherine **Shatto** & Jean **Stockard (1998):** Physical Attractiveness, Opportunity and Success in Everyday Exchange. In: American Journal of Sociology 103, 1565-1593

Walter **Müller (1997):** Sozialstruktur und Wahlverhalten. Eine Widerrede gegen die Individualisierungsthese. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 49, Heft 4, 747-760.

Walter **Müller (1998):** Klassenstruktur und Parteiensystem. Zum Wandel der Klassenspaltung im Wahlverhalten. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 50, Heft 1,3-46.

Walter **Müller (2000):** Klassenspaltung im Wahlverhalten – Eine Reanalyse. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 52, 790-795.

Wolfgang C. **Müller (2000):** Wahlen und Dynamik des österreichischen Parteiensystems seit 1986. In: Fritz Plasser, Peter A. Ulram & Franz Sommer (Hg.): Das österreichische Wahlverhalten. Wien.

Wolfgang C. **Müller,** Fritz **Plasser** & Peter A. **Ulram (1999):** Schwäche als Vorteil, Stärke als Nachteil. Die Reaktion der Parteien auf den Rückgang der Wählerbindungen in Österreich. In: Peter Mair, Fritz Plasser & Peter A. Ulram (Hg.): Parteien auf komplexen Wählermärkten. Reaktionsstrategien politischer Parteien in Westeuropa. Wien.

R. Kelly **Myers (1994):** Interpersonal and Mass Media Communication: Political Learning in New Hampshire's First-in-the-Nation Presidential Primary, in: Sociological Spectrum 14,143-165.

John **Myles (1990):** States, Labour Markets and Life Cycles. In: Roger Friedland und A.F. Robertson (Hg.): Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society. New York. 271-298.

Richard **Nadeau**, Richard G. **Niemi** & Timothy **Amato (1996):** Prospective and Comparative or Retrospective and Individual? Party Leaders and Party Support in Great Britain. In: British Journal of Political Science 26, 245-258.

Ulric **Neisser (1974):** Kognitive Psychologie. Stuttgart (im Original: Cognitive psychology. Englewood Cliffs, NJ, 1967).

Katja **Neller (2002):** Politische Sozialisation: Massenmedien. In: Martin Greiffenhagen & Sylvia Greiffenhagen (Hrsg.): Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland, 2.Auflage. Wiesbaden, 439-444.

Thomas E. **Nelson**, Rosalee A. **Clawson** & Zoe M. **Oxley (1997):** Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance, in: American Political Science Review 91, 567-83.

Thomas E. **Nelson** & Donald R. **Kinder (1996):** Issue Frames and Group-Centrism in American Public Opinion. In: Journal of Politics 58, 1055-1078.

Sigmund **Neumann (1956):** Towards a Comparative Study of Political Parties, in: Sigmund Neumann (Hrsg.): Modern Political Parties, Chicago, 395-427.

Karlheinz **Niclauß (1999):** Bestätigung der Kanzlerdemokratie? Kanzler und Regierungen zwischen Verfassung und politischen Konventionen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B20/99, 27-38.

Oskar **Niedermayer (2000a):** Die Entwicklung des deutschen Parteiensystems: eine quantitative Analyse. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Oscar **Niedermayer (2000b):** Modernisierung von Wahlkämpfen als Funktionsentleerung der Parteibasis. In: Oskar Niedermayer & Bettina Westle (Hrsg.): Demokratie und Partizipation, Festschrift für Max Kaase. Wiesbaden, 192-210.

Oskar **Niedermayer (2006):** Das Parteiensystem Deutschlands. In: Oskar Niedermayer, Richard Stöss & Melanie Haas (Hrsg.): Die Parteiensysteme Westeuropas. Wiesbaden.

Oskar **Niedermayer (2009):** Gesellschaftliche und parteipolitische Konfliktlinien. In: Steffen Kühnel, Oskar Niedermayer & Bettina Westle (Hg.): Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten. Wiesbaden.

Richard G. **Niemi** & Larry M. **Bartels (1985)** New Measures of Issue Salience: An Evaluation. In: Journal of Politics 47, 4, 1212

Richard G. **Niemi** & M. Kent **Jennings (1968):** Patterns of Political Learning. In: Harvard Education Review 38, 3, 443.

Richard G. **Niemi** & M. Kent **Jennings (1974):** The political character of adolescence. The influence of families and schools. Princeton, NJ.

Richard G. **Niemi** & M. Kent **Jennings (1981):** Generations and politics. A panel study of young adults and their parents. Princeton, NJ.

Richard G. **Niemi** & M. Kent **Jennings (1991):** Issues and Inheritance in the Formation of Party Identification. American Journal of Political Science 35: 970–988.

Paul **Nieuwbeerta (1995):** The Democratic Class Struggle in Twenty Countries, 1945/1990. Amsterdam.

Paul **Nieuwbeerta** & Jeff **Manza (2002):** Klassen-, Religions- und Geschlechterspaltungen: Parteien und Gesellschaften in vergleichender Perspektive. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Dan **Nimmo (1995):** The Formation of Candidate Images During Presidential Campaigns. In: Kenneth L. Hacker (Hrsg.): Candidate Images and Presidential Elections. Westport & London, 51-63.

Dan **Nimmo** & Robert L. **Savage (1976):** Candidates and Their Images. Concepts, Methods and Findings. Santa Monica.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1971):** Wirkung der Massenmedien. In: Elisabeth Noelle-Neumann und Winfried Schulz (Hrsg.): Das Fischer Lexikon Publizistik. Frankfurt am Main, 316-350.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1973a):** Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. In: Publizistik 18, 26-55.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1973b):** Return to the concept of powerful mass media. In: Studies of Broadcasting 9, 67-112.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1977):** Die stille Revolution. Wandlungen im Bewusstsein der deutschen Bevölkerung. In: Elisabeth Noelle-Neumann (Hrsg.), Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1976-1977. Wien. VII-XXXIX.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1978):** Werden wir alle Proletarier? Wertewandel in unserer Gesellschaft. Zürich.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1979):** Massenmedien und sozialer Wandel. Methodenkombination in der Wirkungsforschung. In: Zeitschrift für Soziologie 8, 164-182.

Elisabeth **Noelle-Neumann (1980 [2001]):** Die Schweigespirale - unsere soziale Haut. München.

Elisabeth **Noelle-Neumann,** Wilhelm **Haumann** & Thomas **Petersen (1999):** Die Wiederentdeckung der Meinungsführer und die Wirkung der persönlichen Kommunikation im Wahlkampf. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Hans Mathias Kepplinger & Wolfgang Donsbach: Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998. Freiburg & München.

Elisabeth **Noelle-Neumann** & Thomas **Petersen (2005):** Verlorene Meinungsführerschaft. Wie das Fernsehen die Rolle der persönlichen Kommunikation im Wahlkampf verändert. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Wolfgang Donsbach & Hans Mathias Kepplinger: Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf der Basis des Bundestagswahlkampfs 2002. Freiburg & München.

Helmut **Norpoth (1978):** Party Identification in West Germany: Tracing an Elusive Concept, in Comparative Political Studies 11, 36-61.

Pippa **Norris (2000):** A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies. Cambridge.

Pippa **Norris (2002):** Do campaign communications matter for civic engagement? In: David M. Farrell & Rüdiger Schmitt-Beck (Hrsg.), Do political campaigns matter? Campaigning effects in elections and referendums. London, 127-144.

Pippa **Norris (2003):** The Gender Gap. Old Challenges, New Approaches. In: Susan Carroll (Hrsg.): Women and American Politics. New Questions, New Directions. Oxford, 146-170.

Pippa **Norris (2006):** Did the media matter? Agenda-setting, persuasion, and mobilization effects inthe British general election campaign. In: British Politics 1, 195-221.

Pippa **Norris**, John **Curtice**, David **Sanders**, Margaret **Scammell** & Holli A. **Semetko (1999):** On message: Communicating the campaign. London

Heinrich **Oberreuter (1998):** Personalisierung und Professionalisierung. Wahlkampf 1998. In: Ders. (Hrsg.): Ungewissheit der Macht. Parteien, Wähler, Wahlentscheidung. München, 9-18.

Ingvill C. **Oedegaard (2000):** Lebensstile, soziale Milieus und Wahlverhalten in Westdeutschland. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Dieter **Ohr (2000):** Wird das Wählerverhalten zunehmend personalisierter, oder: Ist jede Wahl anders? Kandidatenorientierungen und Wahlentscheidungen in Deutschland von 1961 bis 1998. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Dieter **Ohr (2005):** Wahlen und Wählerverhalten im Wandel: Der individualisierte Wähler in der Mediendemokratie. In: Manfred Güllner, Hermann Dülmer, Markus Klein, Dieter Ohr, Markus Quandt, Ulrich Rosar & Hans-Dieter Klingemann: Die Bundestagswahl 2002. Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik. Wiesbaden.

Dieter **Ohr,** Hermann **Dülmer** & Markus **Quandt (2009):** Kognitive Mobilisierung oder nicht-kognitive De-Mobilisierung? Eine längschnittliche Analyse der deutschen Wählerschaft für die Jahre 1976 bis 2005. In: Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels & Jürgen W. Falter (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Dieter **Ohr**, Markus **Quandt** & Hermann **Dülmer (2005):** Zur Funktion und Bedeutung der Parteibindung für den modernen Wähler. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden.

Horst **Opaschowski** & Gerhard **Raddatz (1982):** Freizeit im Wertewandel. Die neue Einstellung zu Arbeit und Freizeit. Hamburg.

Anthony M. **Orum**, Roberta S. **Cohen**, Sherril **Grasmuck** & Amy W. **Orum (1974):** Sex, Socialization and Politics. In: American Sociological Review 39, 197-209.

Benjamin I. **Page (1978):** Choices and Echoes in Presidential Elections. Rational Man and Electoral Democracy. Chicago, London

Benjamin I. **Page (1996):** The mass media as political actors. In: PS: Political Science and Politics 29 (1), 20-24.

Benjamin I. **Page** & Richard A. **Brody (1972):** Policy voting and the electoral process: The Vietnam war issue. American Political Science Review 66:979-995.

Benjamin I. **Page** & Calvin C. **Jones (1979):** Reciprocal Effects of Policy Preferences, Party Loyalties and the Vote. In: American Political Science Review 73, 1071-1089.

Zhongdang **Pan (2008):** Framing of the news. In: Wolfgang Donsbach (Hrsg.): International encyclopedia of communication. Volume V. Malden, Mass., 1869-1873.

Franz Urban **Pappi (1973):** Parteiensystem und Sozialstruktur in der Bundesrepublik, in: Politische Vierteljahresschrift 14, 191-213.

Franz Urban **Pappi (1977a):** Sozialstruktur, gesellschaftliche Wertorientierung und Wahlabsicht. In: Politische Vierteljahresschrift, 18. Jg.,195–229.

Franz Urban **Pappi (1977b):** Sozialstruktur und politische Konflikte in der Bundesrepublik. Individual und Kontextanalysen der Wahlentscheidung, unveröffentlichte Habilitationsschrift, Universität Köln.

Franz Urban **Pappi (1979):** Konstanz und Wandel der Hauptspannungslinien in der Bundesrepublik, in: Joachim Matthes (Hrsg.): Sozialer Wandel in Westeuropa, Frankfurt a.M./New York, 465-479.

Franz Urban **Pappi (1985):** Die konfessionell-religiöse Konfliktlinie in der deutschen Wählerschaft: Entstehung, Stabilität und Wandel. In: Dieter Oberndörfer, Hans Rattinger & Karl Schmitt (Hg.): Wirtschaftlicher Wandel, Religiöser Wandel und Wertwandel. Berlin. 263-290.

Franz U. **Pappi (1986):** Das Wahlverhalten sozialer Gruppen bei Bundestagswahlen im Zeitvergleich. In: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und politischer Prozess. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1983. Opladen. 369-384.

Franz Urban **Pappi (1996):** Political behavior: Reasoning voters and multi-party systems. In: Robert Goodin & Hans-Dieter Klingemann (Hg.): A New Handbook of Political Science, Oxford, 255-275.

Franz-Urban **Pappi (1999):** Die Abwahl Kohls. Hauptergebnis der Bundestagswahl 1998? In: Zeitschrift für Politik, Jahrgang 1999, 1-29

Franz Urban **Pappi (2000):** Zur Theorie des Parteienwettbewerbs. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Franz Urban **Pappi (2002):** Die politisierte Sozialstruktur heute: Historische Reminiszenz oder aktuelles Erklärungspotential? In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Franz Urban **Pappi** & Susumu **Shikano (2001):** Personalisierung der Politik in Mehrparteiensystemen am Beispiel deutscher Bundestagswahlen seit 1980. In: Politische Vierteljahresschrift 42, 3, 355-387.

Franz Urban **Pappi** & Susumu **Shikano (2002):** Die politisierte Sozialstruktur als mittelfristig stabile Basis einer deutschen Normalwahl. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 54, Heft 3, Seite 444-475.

Franz Urban **Pappi** & Susumu **Shikano (2007):** Wahl- und Wählerforschung. Baden-Baden

Talcott **Parsons (1980):** Über den Begriff "Commitments". In: ders. (Hrsg.): Zur Theorie der sozialenInteraktionsmedien. Opladen. 183–228.

Charles I. **Pattie** & Ronald J. **Johnston (2001):** Talk as a Political Context: Conversation and Electoral Change in British Elections, 1992-1997. In: Electoral Studies 20, 17-40.

Mario **Paul (2006):** Bestimmungsgründe individuellen Wahlverhaltens heute – Synopse und Integration. Magisterarbeit. Technische Universität Chemnitz.

Mario **Paul (2006a):** Warum überraschte das Votum der Wähler? Eine Antwort mit Hilfe eines integrativen Modells zur Erklärung des Wahlverhaltens. In: Eckhard Jesse & Roland Sturm: Bilanz der Bundestagswahl 2005. Voraussetzungen, Ergebnisse, Folgen. München.

Wolfram **Peiser (1999)**: Zum Einfluss des Fernsehens auf das politische Interesse der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Jürgen Wilke (Hrsg.), Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz, 64-72.

Anton **Pelinka** & Sieglinde **Rosenberger (2007):** Österreichische Politik. Grundlagen, Strukturen, Trends. 3. Aktualisierte Auflage, Wien.

Jochen **Peter (2003):** Konsonanz 30 Jahre später. Eine international vergleichende Studie zum Einfluss konsonanter Berichterstattung auf Meinungen zur europäischen Integration. In: Publizistik 48, 190-208.

John R. **Petrocik (1996):** Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. In: American Journal of Political Science 40, 825–850.

Barbara **Pfetsch (1991):** Politische Folgen der Dualisierung des Rundfunksystems in der Bundesrepublik Deutschland. Konzepte und Analysen zum Fernsehangebot und zum Publikumsverhalten. Baden-Baden.

Barbara **Pfetsch (1998):** Government News Management. In: Doris Graber, Denis McQuail & Pippa Norris (Hg.): The Politics of News. The News of Politics. Washington, D.C., 70-93.

Barbara **Pfetsch (2003a):** Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Wiesbaden.

Barbara **Pfetsch (2003b):** Politische Kommunikationskultur – ein theoretisches Konzept zur vergleichenden Analyse politischer Kommunikationssysteme. In: Frank Esser & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden.

Barbara **Pfetsch** & Frank **Esser (2003):** Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Neuorientierungen in einer veränderten Welt. In: Frank Esser & Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden.

Fritz **Plasser (2000):** "Amerikanisierung" der Wahlkommunikation in Westeuropa: Diskussions- und Forschungsstand. In: Hans Bohrmann et al. (Hrsg.): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien. Opladen & Wiesbaden, 49-67.

Fritz **Plasser (2003):** Vom Selling zum Marketing von Politik. Wahlkämpfe im Zeichen des politischen Marketings. In: Ulrich Sarcinelli & Jens Tenscher (Hrsg.): Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zu Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung. Baden-Baden.

Fritz **Plasser** & Günther **Lengauer (2010a):** Die österreichische Medienarena: Besonderheiten des politischen Kommunikationssystems. In: Fritz Plasser (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien.

Fritz **Plasser** & Gilg **Seeber (2007):** Das österreichische Wahlverhalten im internationalen Vergleich. In: Fritz Plasser & Peter A. Ulram (Hg.): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien.

Fritz **Plasser** & Gilg **Seeber (2010):** Wahlentscheidung in der Boulevard-Demokratie: Die Kronen Zeitung, News Bias und Medieneffekte. In: Fritz Plasser (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien.

Fritz **Plasser** & Peter A. **Ulram (1995):** Konstanz und Wandel im österreichischen Wählerverhalten, in: Wolfgang C. Müller, Fritz Plasser und Peter A. Ulram (Hg.). Wählerverhalten und Parteienwettbewerb, Wien, 341-406.

Fritz **Plasser** & Peter A. **Ulram (2000):** Rechtspopulistische Resonanzen: Die Wählerschaft der FPÖ. In: Fritz Plasser, Peter A. Ulram & Franz Sommer (Hg.): Das österreichische Wahlverhalten. Wien.

Fritz **Plasser** & Peter A. **Ulram (2004a):** Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie. In: Fritz Plasser (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Wien.

Fritz **Plasser** & Peter A. **Ulram (2006):** Das Parteiensystem Österreichs. In: Oskar Niedermayer, Richard Stöss & Melanie Haas (Hrsg.): Die Parteiensysteme Westeuropas. Wiesbaden.

Fritz **Plasser,** Günther **Pallaver** & Günther **Lengauer (2009):** Die (trans-)nationale Nachrichtenlogik in Mediendemokratien – Politischer TV-Journalismus im Wahlkampf zwischen transatlantischer Konvergenz und nationaler Divergenz. In: Frank Marcinkowski (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden.

Fritz **Plasser,** Peter A. **Ulram** & Gilg **Seeber (2003):** Erdrutschwahlen: Momentum, Motive und neue Muster. In: Fritz Plasser & Peter Ulram (Hg.): Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002. Wien.

Fritz **Plasser,** Peter A. **Ulram** & Gilg **Seeber (2007):** Was Wähler(innen) bewegt: Parteien-, Themen- und Kandidatenorientierungen 2006. In: Fritz Plasser & Peter A. Ulram (Hg.): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien.

Fritz **Plasser**, Oscar W. **Gabriel**, Jürgen W. **Falter** & Peter A. **Ulram** (Hg.) (1999): Wahlen und politische Einstellungen in Deutschland und Österreich. Frankfurt am Main.

Kenneth E. **Podratz** & Robert L. **Dipboye (2002):** In Search of the "Beauty is Beastly" Effect.Paper presented at the 17th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Toronto, Canada.

Thomas **Poguntke (2000):** Parteiorganisation im Wandel. Gesellschaftliche Verankerung und organisatorische Anpassung im europäischen Vergleich. Wiesbaden.

Gerald **Pomper (1967):** Classification of Presidential Elections. In: Journal of Politics, 535-566.

Marina **Popescu** & Gábor **Tòka (2002):** Campaign Effects and Media. Monopoly. In: David M. Farrell & Rüdiger Schmitt-Beck (Hrsg.): Do Political Campaigns Matter? London, 58-75.

Samuel **Popkin**, John W. **Gorman**, Charles **Philips** & Jeffrey A**. Smith (1976):** A Majority Party in Disarray : Policy Polarization in the 1972 Election : Comment. In: American Political Science Review 70, 3, 779.

Samuel L. **Popkin (1991):** The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns. Chicago & London.

Samuel L. **Popkin (1993):** Information Shortcuts and the Reasoning Voter. In: Bernard Grofman (Hrsg.): Information, Participation, and Choice. An Economic Theory of Democracy in Perspective. Ann Arbor, 17-35.

Samuel L. **Popkin (1994):** The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns. 2. Auflage. Chicago, London.

G. Bingham **Powell** Jr. **(1976):** Political Cleavage, Cross-Pressure Processes and Partisanship: An Empirical Test of the Theory. American Journal of Political Science 20, 1–23.

Kenneth **Prewitt** & Noman **Nie (1971):** Election Studies of the Survey Research Center. In: British Journal of Political Science 1, 4, 479.

Adam **Przeworski** & Henry **Teune (1970):** The Logic of Comparative Social Inquiry, Malabar.

Robert D. **Putnam (1966):** Political Attitudes and the Local Community, in: American Political Science Review 60, 640-654.

George **Rabinowitz** & Stuart E. **MacDonald (1989):** A directional theory of issue voting, in: AmericanPolitical Science Review 83, 93-122.

George **Rabinowitz**, James W. **Prothro** & William **Jacoby (1982):** Salience as A Factor in The Impact of Issues on Candidate Evaluation. In: Journal of Politics 44, 41-63.

Peter **Radunski (1980):** Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation. München & Wien.

Peter **Radunski (1996):** Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe. In: Berteismann Stiftung (Hrsg.): Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, 33-52.

Peter **Radunski (2003):** Wahlkampf im Wandel. Politikvermittlung gestern – heute – morgen. In: Ulrich Sarcinelli & Jens Tenscher (Hrsg.): Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zu Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung. Baden-Baden.

Wendy M. **Rahn (1993):** The Role of Partisan Stereotypes in Information Processing about Political Candidates. In: American Journal of Political Science 37, 472-496.

Wendy M. **Rahn (1995):** Candidate Evaluation in Complex Information Environments: Cognitive Organization and Comparison Processes. In: Milton Lodge & Kathleen M. McGraw (Hrsg.): Political Judgment. Structure and Process. Ann Arbor, 43-64.

Wendy M. **Rahn**, John H. **Aldrich** & Eugene **Borgida (1994):** Individual and Contextual Variations in Political Candidate Appraisal. In: American Political Science Review 88, 193-199.

Wendy M. **Rahn**, John H. **Aldrich**, Eugen **Borgida** & John L. **Sullivan (1990):** A Social-Cognitive Model of Candidate Appraisal. In: John A. Ferejohn, & James H. Kuklinski (Hrsg.): Information and Democratic Processes. Urbana & Chicago, 136-159.

Hans **Rattinger (1994a):** Parteineigungen, Sachfragen- und Kandidatenorientierungen in Ost- und Westdeutschland 1990-1992, in: Hans Rattinger, Oscar W. Gabriel & Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland, Frankfurt am Main, 267-315.

Hans **Rattinger (1994b):** Parteiidentifikationen in Ost- und Westdeutschland nach der Vereinigung, in: Oskar Niedermayer & Klaus von Beyme (Hrsg.): Politische Kultur in Ost- und Westdeutschland. Berlin, 77-104.

Hans **Rattinger (1995):** Parteineigungen in Ostdeutschland vor und nach der Wende, in: Hans Bertram (Hrsg.): Ostdeutschland im. Wandel: Lebensverhältnisse - politische Einstellungen. Opladen, 231-253.

Hans **Rattinger (1998):** Normalwahlanalyse monatlicher Parteipräferenzen in Westdeutschland von 1978 bis 1994. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1994. Opladen, 357-390.

Marie-Luise **Recker (1997):** Wahlen und Wahlkämpfe in der Bundesrepublik Deutschland 1949-1969. In: Gerhard A. Ritter (Hrsg.): Wahlen und Wahlkämpfe in Deutschland. Von den Anfängen im 19. Jahrhundert bis zur Bundesrepublik. Düsseldorf, 267-309.

Rolf **Reichardt (1979):** Wertstrukturen in Gesellschaftssystemen. Möglichkeiten makrosoziologischer Analysen und Vergleiche. In: Helmut Klages & Peter Kmieciak (Hrsg.): Wertwandel und gesellschaftlicher Wandel. Frankfurt am Main, 23-40.

Ingrid **Reichart-Dreyer (1993):** Ou est la (très) petite différence? Gibt es geschlechtsspezifisches Wahlverhalten? In: Oscar W. Gabriel & Klaus G. Troitzsch (Hrsg.): Wahlen in Zeiten des Umbruchs. Frankfurt am Main, 107-130.

Carsten **Reinemann (2003):** Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. Köln.

Nicolas **Rescher (1969):** Introduction to Value Theory. Englewood Cliffs.

Kurt **Reumann (1983):** Gibt es einen Fallbeil-Effekt für die kleinen Parteien? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 9.3.1983, Seite 4.

Stuart A. **Rice (1928):** Quantitative Methods in Politics, New York.

Tom W. **Rice** & Tracey A. **Hilton (1996):** Partisanship Over Time: A Comparison of United States Panel Data, in: Political Research Quarterly 49, 191-201.

Bradley M. **Richardson (1991):** European Party Loyalties Revisited, in: American Political Science Review 85, 751-775.

William H. **Riker (1983):** Political Theory and the Art of Heresthetics. In: Ada W. Finifter (Hg.): Political Science. The State of the Discipline. Washington, D.C., 47-67.

David **Robertson (1976a):** Surrogates for Party identification in the Rational Choice Framework. In: lan Budge, lvor Crewe und Dennis Farlie (Hg.), Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition, London, 365-381.

David **Robertson (1976b):** A Theory of Party Competition, London & New York.

John P. **Robinson (1976a):** Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two-Step-Flow Hypotheses, in: Public Opinion Quarterly 40, 304-319.

Michael J. **Robinson (1976b):** Public affairs television and the growth of political malaise: The case of 'The selling of the Pentagon'. In: American Political Science Review 70, 409-432.

Everett M. **Rogers** & Dilip K. **Bhowmik (1970):** Homophily-Heterophily: Relational Concepts for Communicating Research. In: Public Opinion Quarterly 34 (4), 523.

Everett M. **Rogers**, William B. **Hart** & James W. **Dearing (1997):** A Paradigmatic History of Agenda-Setting Research. In: Shanto Iyengar & Richard Reeves: Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America. Thousand Oaks, CA., 225-236.

Karl **Rohe (1992):** Wahlen und Wählertraditionen in Deutschland. Kulturelle Grundlagen deutscher Parteien und Parteiensysteme im 19. und 20. Jahrhundert. Frankfurt a.M.

Milton **Rokeach (1973):** The Nature of Human Values. New York.

Stein **Rokkan (1965):** Zur entwicklungssoziologischen Analyse von Parteisystemen: Anmerkungen für ein hypothetisches Modell. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 17, 675-702.

Stein **Rokkan (1970):** Citizens, Elections, Parties. Approaches to the Comparative Study of Processes of Development, New York & Oslo.

Edeltraud **Roller (1998):** Positions- und performanzbasierte Sachfragenorientierungen und Wahlentscheidung: Eine theoretische und empirische Analyse aus Anlass der Bundestagswahl 1994. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1994. Opladen, 173-219.

Andrea **Römmele (2005):** Personen oder Inhalte? Politikvermittlung in deutschen Wahlkämpfen. In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden.

Richard **Rose (1997):** The New Labour Government: On the Crest of a Wave. In: Pippa Norris, Neil T. Gavin (Hrsg.): Britain Votes 1997. Oxford et al., 242-248.

Richard **Rose** & Ian **McAllister (1986):** Voters Begin to Choose. From Closed-Class to Open Elections in Britain. London et al.

Richard **Rose** & Ian **McAllister (1990):** The Loyalties of Voters. A Lifetime Learning Model. London et al.

Shawn W. **Rosenberg** & Patrick **McCafferty (1987):** The Image and the Vote: Manipulating Voters' Preferences. In: Public Opinion Quarterly 51, 31-47.

Shawn W. **Rosenberg**, Lisa **Bohan**, Patrick **McCafferty** & Kevin **Harris (1986):** The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference. In: American Journal of Political Science 30, 108-127.

Karl E. **Rosengren** & Sven **Windahl (1989):** Media Matter: TV use in childhood and adolescence. Norwood, NJ.

Peter H. **Rossi (1959):** Four Landmarks in Voting Research. In: Eugene Burdick & Arthur J. Brodbeck (Hrsg.): American Voting Behavior. Glencoe, Illinois. 5–54.

Sigrid **Roßteutscher (2002):** Kein Ende in Sicht: Sozialstruktur als Instrument im Kampf der Deutungen. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Sigrid **Roßteutscher (2007):** CDU-Wahl 2005: Katholiken, Kirchgänger und eine protestantische Spitzenkandidatin aus dem Osten. In: Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer & Bernhard Weßels (Hg.): Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse. Wiesbaden.

Lars A. **Rosumek (2007):** Die Kanzler und die Medien. Acht Porträts von Adenauer bis Merkel. Frankfurt am Main.

Dieter **Roth (1990):** Die Wahlen zur Volkskammer in der DDR: Der Versuch einer Erklärung in: Politische Vierteljahresschrift 31, 369-393.

Dieter **Roth (2002):** Die Personalisierung der Politik: Programme mit Personen? In: planung & analyse I, S. 27-31

Diether **Roth (2008):** Empirische Wahlforschung. Ursprung, Theorien, Instrumente und Methoden. Wiesbaden.

Franke **Rubart (1988):** Partizipation von Frauen in neuen sozialen Bewegungen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 30-42.

Richard L. **Rubin (1981):** Press, Party and Presidency, New York.

Frank L. **Rusciano (1992):** Rethinking the Gender Gap. The Case of West German Elections 1949-1987. In: Comparative Politics 24, 325-357.

Jerrold G. **Rusk (1987):** Issues and Voting. In: Samuel Long (Hrsg.), Research in Micropolitics, Volume 2, Grennwich/Conn., 95-141.

Norman B. **Ryder (1965):** The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. In: American Sociological Review 30, **843**-861.

Stephen A. **Salmore** & Barbara G. **Salmore (1985):** Candidates, parties, and campaigns. Electoral politics in America. Washington, D.C.

Giacomo **Sani** & Jose R. **Montero (1986):** El Espectro Politico:. Izquierda, Derecha y Centro, in: Juan Linz & Jose R. Montero (Hrsg.), Crisis y Cambio: Electores y Partidos en la Espana de los Nios Ochenta, Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 155-200.

Ulrich **Sarcinelli (1992):** Massenmedien und Politikvermittlung – eine Problem- und Forschungsskizze. In: Gerhard Wittkämper (Hrsg.): Medien und Politik. Darmstadt, 37-62.

Ulrich **Sarcinelli (2000):** Politikvermittlung und Wahlen – Sonderfall oder Normalität des politischen Prozesses? Essayistische Anmerkungen und Anregungen für die Forschung. In: Hans Bohrmann, Ottfried Jarren, Gabriele Melischek & Josef Seethaler (Hrsg.): Wahlen und Politikvermittlungdurch Massenmedien. Wiesbaden, 19-30.

Ulrich **Sarcinelli** & Heribert **Schatz** (Hrsg.) **(2002):** Mediendemokratie im Medienland? Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl im Jahr 2000. Opladen, 2002.

Thilo **Sarrazin (2010):** Deutschland schafft sich ab. Wie wir unser Land aufs Spiel setzen. München.

Giovanni **Sartori (1976):** Parties and Party Systems, A Framework for Analysis. Cambridge.

Birgit **Sauer (1994):** Was heißt und zu welchem Zwecke partizipieren wir? Kritische Anmerkungen zur Partizipationsforschung. In: Elke Biester, Barbara Holland-Cunz & Birgit Sauer (Hrsg.): Demokratie oder Androkratie? Theorie und Praxis demokratischer Herrschaft in der feministischen Diskussion. Frankfurt am Main, 99-130.

Ulrich **Saxer (2007):** Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Konstanz.

Elinor **Scarbrough (1984):** Political Ideology and Voting: An Exploratory Study, Oxford.

Micheal **Schenk (1985)**: Politische Meinungsführer: Kommunikationsverhalten und primäre Umwelt, in: Publizistik 30, 7-16.

Michael **Schenk (1987):** Medienwirkungsforschung, Tübingen.

Michael **Schenk (1993):** Die ego-zentrierten Netzwerke von Meinungsbildnern ("Opinion-Leaders"), in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 45, 254-269.

Michael **Schenk (1995):** Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluss der persönlichen

Kommunikation, Tübingen.

Michael **Schenk (2002):** Medienwirkungsforschung, 2. Auflage. Tübingen.

Helmut **Scherer (1990):** Massenmedien, Meinungsklima und Einstellung. Eine Untersuchung zur Theorieder Schweigespirale, Opladen.

Erwin K. **Scheuch (1965):** Die Sichtbarkeit politischer Einstellungen im alltäglichen Verhalten. In: Erwin K. Scheuch & Rudolf Wildenmann (Hrsg.): Zur Soziologie der Wahl (Sonderheft 9 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie). Köln, 169-214.

Dietram A. **Scheufele (2008):** Framing effects. In: Wolfgang Donsbach (Hrsg.), International encyclopedia of communication. Volume V. Malden, Mass., 1862-1868.

Dietram A. **Scheufele** & David **Tewksbury (2007):** Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. In: Journal of Communication 57, 9-20.

Eric **Schickler** & Donald P. **Green (1993):** Issues and the Dynamics of Party ldentijication: A Methodological Critique. In: Political Analysis 5, 151-180.

Joseph A. **Schlesinger (1965):** Political Party Organization. In: James G. Marc (Hrsg.): Handbook of Organizations. Chiacgo, 764-801.

Joseph A. **Schlesinger (1994):** Political Parties and the Winning of Office. Ann Arbor.

Hermann **Schmitt (1992):** So dicht war die Mauer nicht! Parteibindungen im Osten Deutschlands, in: Peter Eisenmann & Gerhard Hirscher (Hrsg.), Die Entwicklung der Volksparteien im vereinten Deutschland. München, 229-253.

Hermann **Schmitt (1998):** Issue-Kompetenz oder Policy-Distanz? Zwei Modelle des Einflusses politischer Streitfragen auf das Wahlverhalten und die empirische Evidenz aus drei Nachwahlumfragen zur Bundestagswahl 1994", in Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl1994. Opladen, 145-172.

Hermann **Schmitt** & Sören **Holmberg (1995):** Political Parties in Decline?, in: Hans-Dieter Klingemann & Dieter Fuchs (Hrsg.): Citizens and the State. Oxford, 95-133.

Rüdiger **Schmitt-Beck (1998):** Wähler unter Einfluss. Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und Parteipräferenz. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn.

Rüdiger **Schmitt-Beck (2000):** Politische Kommunikation und Wahlverhalten. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden.

Rüdiger **Schmitt-Beck** & Barbara **Pfetsch (1994):** Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen, 106-138.

Rüdiger **Schmitt-Beck** & Christian **Mackenrodt (2009):** Politikvermittlung durch Massenmedien bei der Bundestagswahl 2005: Nutzungsintensität und Einflüsse auf Einstellungen und Wahlverhalten. In: Frank Marcinkowski (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden.

Rüdiger **Schmitt-Beck** & Peter **Schrott (1994):** Dealignment durch Massenmedien? Zur These der Abschwächung von Parteibindungen als Folge der Medienexpansion, in: Hans-Dieter Klingemann & Max Kaase (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990. Opladen, 543-572.

David J. **Schneider**, Albert H. **Hastorf** & Phoebe C. **Ellsworth (1979):** Person Perception. 2. Auflage. Reading et al.

Beate **Schneider**, Klaus **Schönbach** & Dieter **Stürzebecher (1993):** Journalisten im vereinigten Deutschland. Strukturen, Arbeitsweisen und Einstellungen im Ost-West-Vergleich. In: Publizistik 38, 353-382.

Rainer **Schnell** & Ulrich **Kohler (1995):** Empirische Untersuchung einer Individualisierungshypothese am Beispiel der Parteipräferenz von 1953-1992. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 47, Heft 4, 634-657.

Rainer **Schnell** & Ulrich **Kohler (1997):** Zur Erklärungskraft sozio-demographischer Variablen im Zeitverlauf. Entgegnung auf Walter Müller sowie auf Wolfgang Jagodzinski und Markus Quandt. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 49, Heft 4, 783-794.

Harald **Schoen (1999):** Mehr oder weniger als fünf Prozent - ist das wirklich die Frage? in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 51, 565-582.

Harald **Schoen (2000a):** Den Wechselwählern auf der Spur: Recall- und Paneldaten im Vergleich. In: Jan van Deth, Hans Rattinger & Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Republik auf dem Weg zur Normalität? Wahlverhalten und politische Einstellungen nach acht Jahren Einheit. Opladen.

Harald **Schoen (2000b):** Appelle zu taktischem Wahlverhalten - effektive Werbung oder verfehlte Wahlkampfrhetorik? In: Jürgen W. Falter, Oscar W. Gabriel & Hans Rattinger (Hrsg.): Wirklich ein Volk? Opladen, 641-673.

Harald **Schoen (2002):** Wirkungen von Wahlprognosen auf Wahlen. In: Thomas Berg: Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen. Opladen.

Harald **Schoen (2003):** Wählerwandel und Wechselwahl. Eine vergleichende Untersuchung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Harald **Schoen (2004):** Der Kanzler, zwei Sommerthemen und ein Foto-Finish. Priming-Effekte bei der Bundestagswahl 2002. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden.

Harald **Schoen (2005):** Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Harald **Schoen** & Cornelia **Weins (2005):** Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten. In: Jürgen W. Falter & Harald Schoen (Hg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden.

Klaus **Schönbach** & Edmund **Lauf (2002):** The 'trap' effect of television and its competitors. In:Communication Research 29, 564-583.

Klaus **Schoenbach** & Edmund **Lauf (2004):** Another look at the 'trap' effect of television – andbeyond. International Journal of Public Opinion Research, 16, 169-182.

Bernd **Schorb (2003):** Politische Sozialisation durch Medien. In: Karsten Fritz, Stephan Sting & Ralf Vollbrecht (Hrsg.): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen,

Winfried **Schulz (1978):** Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluß des Nachrichtenangebots (NAPOLI-Projekt). In: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1974-1978). Bonn: Presseund Informationsamt der Bundesregierung, 251-257.

Winfried **Schulz (1989):** Massenmedien und Realität. Die "ptolemäische" und die "kopernikanische" Auffassung. In: Max Kaase & Winfried Schulz (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen, 135-149.

Winfried **Schulz (1995):** Medienexpansion und sozialer Wandel in der Bonner Republik – eine Zeitreihenanalyse. In: Bodo Franzmann et al. (Hrsg.), Auf den Schultern von Gutenberg. Medienökologische Perspektiven der Fernsehgesellschaft. Berlin, München, 207-216.

Winfried **Schulz (1997):** Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Opladen & Wiesbaden.

Winfried **Schulz (1998):** Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten. In: Media Perspektiven 8/98, 378-391.

Winfried **Schulz (2011):** Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, 3., überarbeitet Auflage, Wiesbaden.

Winfried **Schulz** & Reimar **Zeh (2004):** Die Fernsehpräsenz der Kanzlerkandidaten im Wandel. Analyse der Wahlkampfberichterstattung 1990-2002. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden.

Winfried **Schulz** & Reimar **Zeh (2006):** Die Kampagne im Fernsehen – Agens und Indikator des Wandels. Ein Vergleich der Kandidatendarstellung. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Winfried **Schulz** & Reimar **Zeh (2010):** Die Protagonisten in der Fernseharena. Merkel und Steinmeier in der Berichterstattung über den Wahlkampf 2009. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009. Wiesbaden.

Winfried **Schulz**, Reimar **Zeh** & Oliver **Quiring (2000):** Wählerverhalten in der Mediendemokratie. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

David O. **Sears** & Jack **Citrin (1982):** Tax Revolt. Something for Nothing in California. Cambridge.

David O. **Sears** & Carolyn L. **Funk (1999):** Evidence of the Long-Term Persistence of Adults' Political Predispositions, in: Journal of Politics 61, 1-28.

David O. **Sears**, Carl P. **Hensler** & Leslie K. **Speer (1979):** Whites' Opposition to ‚Busing': Self-Interest or Symbolic Politics? In: American Political Science Review 73, 369-384.

David O. **Sears**, Richard R. **Lau**, Tom R. **Tyler** & Harris M. **Allen** Jr. **(1980):** Interest vs. Symbolic Politics in Policy Attitudes and Presidential Voting. In: American Political Science Review 74, 670--684.

Werner J. **Severin** & James W. **Tankard (1997):** Communication Theories. Origins, Methods, and Uses in the Mass Media, 4th edition, New York.

William R. **Shaffer (1972):** Partisan Loyalty and the Perceptions of Party, Candidates and Issues. In: Western Political Quarterly 25, 424-433.

Stephen D. **Shaffer (1981):** Balance Theory and Political Cognitions. In: American Politics Quarterly 9, 291-320.

Dhavan V. **Shah (2008):** Political socialization through the media. In: Wolfgang Donsbach (Hrsg.): International encyclopedia of communication. Volume VIII. Malden, Mass., 3749-3754.

James **Shanahan** & Michael **Morgan (1999):** Television and its viewers. Cultivation theory and Research. Cambridge.

J. Merrill **Shanks** & Warren E. **Miller (1990):** Policy Direction and Performance Evaluation: Complementary Explanations of the Reagan Elections. In: British Journal of Political Science 20, 2, 143.

Kelly G. **Shaver (1975):** An introduction to attribution processes. Cambridge.

Tamir **Sheafer** & Gabriel **Weimann (2005):** Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results: An analysis of four Israeli elections. Journal of Communication, 55, 347-365.

W. Phillips **Shively (1972):** Party Identification, Party Choice, and Voting Stability: The Weimar Case, in: American Political Science Review 66, 1203-1225.

W. Phillips **Shively (1979):** The Development of Party Identification among Adults: Exploration of a Functional Model. In: American Political Science Review 73, 1039-1054.

André **Siegfried (1913):** Tableau politique de la France de l'Ouest sous la Troisième République. Genf: Nachdruck 1980.

Roberta S. **Sigel (1964):** Effect of Partisanship on the Perception of Political Candidates. In: Public Opinion Quarterly 28, 483-496.

Pamela J. **Shoemaker** (Hrsg.) **(1989):** Communication campaigns about drugs. Government, media, and the public. Hillsdale, NJ.

Georg **Simmel (1890 [1989]) :** Über sociale Differenzierung. Sociologische und psychologische Untersuchungen. In: Heinz-Jürgen Dahme (Hrsg.): Aufsätze 1887-1980, 115-295.

Herbert A. **Simon (1976):** Administrative Behavior. 3. Auflage. New York.

Herbert A. **Simon (1957):** Bandwagon and Underdog Effects. In: Herbert A. Simon (Hrsg.): Models of Man: Social and Rational. New York, 79-87.

Adam F. **Simon (2002):** The Winning Message. Candidate Behavior, Campaign Discourse, and Democracy. Cambridge/Mass.

Adam F. **Simon** & Jennifer **Jerit (2007):** Toward a theory relating political discourse, media, and public opinion. In: Journal of Communication 57, 254-271.

Gordon **Smith (1989):** A System Perspective on Party System Change, Journal of Theoretical Politics 1, 349-363

Arthur **Smithies (1941):** Optimum Location in Spatial Competition. In: The Journal of Political Economy 49, 423–439.

Paul M. **Sniderman**, Richard A **Brody** & Philip E. **Tetlock (1991):** Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology. Cambridge u.a.

Johannes **Steyrer (1995):** Charisma in Organisationen. Sozial-kognitive und psychodynamisch-interaktive Aspekte von Führung. Frankfurt am Main et al.

Arthur L. **Stinchcombe (1975):** Social Structure and Politics. In: Fred I. Greenstein & Nelson W. Polsby (Hrsg.): Macropolitical Theory, Handbook of Political Science, vol. 3. Reading. 557-622.

Donald E. **Stokes (1963):** Spatial Models of Party Competition. In: American Political Science Review 57 (2); 368.

Donald E. **Stokes (1966a):** Party Loyalty and the Likelihood of Deviating Elections, in: Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller & Donald E. Stokes: Elections and the Political Order. New York, London, Sydney. 125-135.

Donald E. **Stokes (1966b):** Some Dynamic Elements of Contests for the Presidenc. In: American Political Science Review 60, 19-28.

Donald E. **Stokes**, Angus **Campbell** & Warren E. **Miller (1958):** Components of Electoral Decision. In: American Political Science Review 52, 367-387.

Emily **Stoper** & Roberta A. **Johnson (1977):** The Weaker Sex and the Better Half. The Idea of Women's Moral Superiority in the American Feminist Movement. In: Polity 10, 192-217.

Richard **Stöss, (1997):** Stabilität im Umbruch. Opladen.

Richard **Stöss (2006):** Rechtsextreme Parteien in Westeuropa. In: Oskar Niedermayer, Richard Stöss & Melanie Haas (Hrsg.): Die Parteiensysteme in Westeuropa. Wiesbaden, 521-563.

Richard **Stöss (2009):** Rechtsextremismus, Sexismus und Gender Gap. In: Steffen Kühnel, Oskar Niedermayer & Bettina Westle (Hg.): Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten. Wiesbaden.

Patrick K. **Stroh (1995):** Voters as Pragmatic Cognitive Misers: The Accuracy-Effort Trade-off in the Candidate Evaluation Process. In: Milton Lodge & Kathleen M. McGraw (Hrsg.): Political Judgment. Structure and Process. Ann Arbor, 207-228.

Günter **Struve (1971):** Kampf um die Mehrheit: Die Wahlkampagne der SPD 1965. Köln.

Denis G. **Sullivan**, Roger D. **Masters (1988):** "Happy Warriors": Leaders' Facial Displays, Viewers' Emotions, and Political Support. In: American Journal of Political Science 32, 345-368.

James L. **Sundquist (1973):** Dynamics of the party system. Alignment and realignment of political parties in the United States. Washington D.C.

David L. **Swanson** & Paolo **Mancini (1996):** Patterns of Modem Electoral Campaigning and Their Consequences. In: David L. Swanson & Paolo Mancini (Hrsg.): Politics, Media, and Modem Democracy. An International Study of innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. Westport, London, 247-276.

Shelley E. **Taylor** & Susan T. **Fiske (1978):** Salience, attention, and attribution: Top of the head phenomena. In: Advances in Experimental Social Psychology 11, 249-288.

Kent L. **Tedin (1980):** Assessing Peer and Parent Influence on Adolescent Political Attitudes. In: American Journal of Political Science 24 (1), 136.

Jens **Tenscher (1998):** Politik für das Fernsehen - Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen, 184-208.

Helga **Theunert** & Bernd **Schorb (1995):** "Mordsbilder": Kinder und Fernsehinformation. Eine Untersuchung zum Umgang von Kindern mit realen Gewaltdarstellungen in Nachrichten und Reality-TV. Berlin.

Jacques **Thomassen (1976):** Party Identification as a Cross-National Concept: Its Meaning in the Netherlands, in: Ian Budge, Ivor Crewe & Dennis Farlie (Hrsg.): Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition. London, 63-79.

John B. **Thompson (2001):** Ideology. History of the Concept, in: Neil J. Smelser & Paul B. Baltes (Hrsg.): International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. 11. Auflage. Amsterdam et al, 7170-7174.

Edward L. **Thorndike (1920):** A constant error in psychological rating. In: Journal of Applied Psychology, 4, 25-29.

Joseph **Trenaman** & Denis **McQuail (1961):** Television and the political image: A study of the impact of television on the 1959 general election. London.

Verling C. **Troldahl**, Robert **van Dam (1965):** Face-to-Face Communication about Major Topics in the News, in: Public Opinion Quarterly 29, 626-634.

George **Tsebelis (1986):** A General Model of Tactical and Inverse Tactical Voting. In: British Journal of Political Science 16, 395-404.

Debra **Umberson** & Michael **Hughes (1987):** The Impact of Physical Attractiveness on Achievement and Psychological Well-Being. In: Social Psychology Quarterly 50, 227-236.

Jan W. **van Deth** & Elinor **Scarbrough (1995):** The Concept of Values. In: dies.: The Impact of Values. Oxford & New York. 21–47.

Michael **Vester,** Peter **von Oertzen**, Heiko **Geiling**, Thomas **Hermann** & Dagmar **Müller (2001):** Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration und Ausgrenzung, Frankfurt am Main.

Angelika **Vetter** & Oscar W. **Gabriel (1998):** Candidate Evaluations and Party Choice in Germany, 1972-94: Do Candidates Matter? In: Christopher J. Anderson & Carsten Zelle (Hrsg.): Stability and Change in German Elections. How Electorates Merge, Converge, and Collide. Westport & London, 71-98.

Arthur J. **Vidich (1995):** The New Middle Classes. Life-Styles, Status Claims and Political Orientations. Houndmills, Basingstroke, London.

Klaus **von Beyme (1997):** Funktionswandel der Parteien in der Entwicklung von der Massenmitgliederpartei zur Partei der Berufspolitiker. In: Oscar W. Gabriel et al. (Hrsg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Opladen, 359-383.

Gerhard **Vowe** & Jens **Wolling (2000):** Amerikanisierung des Wahlkampfs oder Politisches Marketing? Zur Entwicklung der politischen Kommunikation. In: Klaus Kamps (Hg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden.

Bettina **Wagner (2007):** „Bild – unabhängig – überparteilich"? Die Wahlberichterstattung der erfolgreichsten Boulevardzeitung Deutschlands. In: Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer & Bernhard Weßels (Hg.): Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse. Wiesbaden.

Franz **Walter (2009):** Charismatiker und Effizienzen: Portraits aus 60 Jahren Bundespolitik. Frankfurt am Main.

Alan **Ware (1996):** Political Parties and Party Systems. Oxford.

Paul V. **Warwick (2002):** Toward a Common Dimensionality in West European Policy Spaces. In: Party Politics 8, 101-122.

Martin P. **Wattenberg (1991):** The Rise of Candidate-Centered Politics. Presidential Elections of the 1980s. Cambridge, London.

Martin P. **Wattenberg (1996):** The Decline of American Political Parties 1952-1994. Cambridge, London.

Martin P. **Wattenberg (2000):** The Decline of Party Mobilization. In: Russell J. Dalton & Martin P. Wattenberg (Hrsg.): Parties without Partisans. Oxford, 64-76.

David H. **Weaver (1991):** Issue salience and public opinion: Are there consequences of agenda-setting? In: International Journal of Public Opinion Research 3, 53-68.

David H. **Weaver** (Hrsg.) **(1998):** The global journalist. News people around the world. Cresskill, NJ.

David H. **Weaver**, Doris A. **Graber**, Maxwell E. **McCombs** & Chaim H. **Eyal (1981):** Media Agenda-Setting in a Presidential Election, Westport.

David H. **Weaver**, Maxwell E. **McCombs** & Donald L. **Shaw (1998):** International trends in agenda-setting research. In: Christina Holtz-Bacha, Helmut Scherer & Norbert Waldmann (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Für Winfried Schulz. Opladen & Wiesbaden, 189-203.

Max **Weber (1922):** Grundriss der Sozialökonomik. III. Abteilung: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen.

Stefan **Wehmeier (1998):** Fernsehen im Wandel. Differenzierung und Ökonomisierung eines Mediums. Konstanz.

Jürgen **Weibler (2001):** Personalführung. München.

Gabriel **Weimann (1994):** The Influentials. People who influence People, Albany.

Ansfried B. **Weinert (1998):** Organisationspsychologie. Ein Lehrbuch. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Weinheim.

Cornelia **Weins (1999):** The East German Vote in the 1998 Election. In: German Politics 8, 48-71.

Siegfried **Weischenberg (1990):** Gladiatoren oder Propagandisten? Die Akteure politischer Kommunikation in einer medialen Streitkultur. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern. Opladen, S. 101-120.

Siegfried **Weischenberg (1998):** In Szene gesetzt. Amerikanisierung der Politik. In: Journalist, Mai, 12-16.

Siegfried **Weischenberg**, Martin **Löffelholz** & Armin **Scholl (1994):** Merkmale und Einstellungen von Journalisten. "Journalismus in Deutschland" II. In: Media Perspektiven, 154-167.

Siegfried **Weischenberg**, Maja **Malik** & Armin **Scholl (2006):** Die Souffleure der Mediengesellschaft. Journalisten in Deutschland. Konstanz

Susan **Welch (1977):** Women as Political Animals? A Test of Some Explanations for Male-Female Political Participation Differences. In: American Journal of Political Science 21, 711-730

Susan **Welch** & John **Hibbing (1992):** Financial Conditions, Gender and Voting in American National Elections. In: Journal of Politics 54, 197-213.

Bernhard **Weßels (2000):** Gruppenbindungen und Wahlverhalten: 50 Jahre Wahlen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann & Dieter Ohr (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden.

Bernhard **Weßels (2004):** Sachfragen, generalisierte politische Positionen und Leistungsbewertungen: Zur Konditionierung präferenzorientierten Wählens. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. Wiesbaden.

Bernhard **Weßels (2009):** Parteien und Kanzlerkandidaten bei den Bundestagswahlen 2002 und 2005 – Was, wenn sie zueinander passen, was, wenn nicht? In: Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels & Jürgen W. Falter (Hg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Jörgen **Westerståhl** & Folke **Johansson (1986):** News ideologies as moulders of domestic news. In: European Journal of Communication 1, 133-149.

Bettina **Westle** & Thomas **Schübel (2009):** Macht – Mehrheit – Merkel? Wahrnehmung des Meinungsklimas zu Frauen in politischen Führungspositionen und zur Kanzler/in-Präferenz. In: Steffen

Kühnel, Oskar Niedermayer & Bettina Westle (Hg.): Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten. Wiesbaden.

Mark **Westyle (1991):** Senate Elections and Campaign Intensity. Baltimore.

Paul F. **Whiteley (1988):** The Causal Relationships between Issues, Candidate Evaluations, Party Identification, and Vote Choice -the View From "Rolling Thunder". In: Journal of Politics 50, 961-984.

Rudolf **Wildenmann** & Erwin K. **Scheuch (1965):** Der Wahlkampf 1961 im Rückblick. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 9, 39.

Jürgen **Wilke (1994):** Lokal, regional, national, international – zu Angebot und Nutzung der Tageszeitung. In: Michael Jäckel & Peter Winterhoff-Spurk (Hrsg.): Politik und Medien, Berlin, 89-101.

Jürgen **Wilke** & Carsten **Reinemann (2000):** Kanzlerkandidaten in der Wahlberichterstattung. 1949-1998. Köln: Böhlau.

Jürgen **Wilke** & Carsten **Reinemann (2006):** Die Normalisierung des Sonderfalls? Die Wahlkampfberichterstattung der Presse 2005 im Langzeitvergleich. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden.

Jürgen R. **Winkler (2002):** Die Politisierung der Sozialstruktur. Der Einfluss der Sozialstruktur auf die Wählerrekrutierung der Parteifamilien im Deutschen Reich. In: Frank Brettschneider, Jan van Deth & Edeltraud Roller (Hg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur. Opladen.

Jens **Woelke (2003):** Nachrichtenwerte in der Rezeption - Theoretische Beschreibungen und Befunde. In: Georg Ruhrmann et al. (Hrsg.): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Opladen, 145-161.

John R. **Wright** & Richard G. **Niemi (1983):** Perceptions of Candidates' Issue Positions. In: Political Behavior 5, 209-223.

Dominic **Wring (2001):** Power as well as Persuasion: Political Communication and Party Development. In: John Bartle & Dylan Griffiths (Hg.): Political Communications Transformed. Houndmills, 35-52.

Gary A. **Yukl (1998):** Leadership in organizations. 4. Auflage. Upper Saddle River, NJ.

Wolfgang **Zapf**, Sigrid **Breuer**, Jürgen **Hampel**, Peter **Krause,** Hans-Michael **Mohr** & Erich **Wiegand (1987):** Individualisierung und Sicherheit. Untersuchungen zur Lebensqualität in der Bundesrepublik Deutschland. München (= Perspektiven und Orientierungen. Schriftenreihe des Bundeskanzleramtes, Bd. 4).

John R. **Zaller (1992):** The Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge.

John R. **Zaller** & Stanley **Feldman (1992):** A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences. In: American Journal of Political Science 36, 579-616.

Carsten **Zelle (1994):** Steigt die Zahl der Wechselwähler? Trends des Wahlverhaltens und der Parteiidentifikation. In: Hans Rattinger, Oscar W. Gabriel & Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland. Frankfurt am Main, 47-92.

Carsten **Zelle (1995):** Der Wechselwähler. Eine Gegenüberstellung politischer und sozialer Erklärungsansätze des Wählerwandels in Deutschland und den USA. Opladen.

Carsten **Zelle (1998):** Modernisierung, Personalisierung, Unzufriedenheit: Erklärungsversuche der Wechselwahl bei der Bundestagswahl 1994. In: Max Kaase & Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bungestagswahl 1994. Opladen, 221-257.

Reinhard **Zintl (1989**): Der Homo Oeconomicus; Ausnahmeerscheinung in jeder Situation oder Jedermann in Ausnahmesituationen? In: Analyse und Kritik, 11, S. 52-69.

Reinhard **Zintl (2001):** Rational Choice as a Tool in Political Science. In: Associations 5, 35–50.

Camille **Zubayr** & Hein **Gerhard (2002):** Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 aus Sicht der Zuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der GfK-Fernsehforschung. In: Media Perspektiven, 586-599.

Camille **Zubayr** & Heinz **Gerhard (2006):** Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2005, in: Media-Perspektiven 3, 125-137.

Alan S. **Zuckerman** & Laurence A. **Kotler-Berkowitz (1998):** Politics and Society: Political Diversity and Uniformity in Households as a Theoretical Puzzle. In: Comparative Political Studies 31 (4), 464-497.

Alan S. **Zuckerman**, Nicolas A. **Valentino** & Ezra **Zuckerman (1994):** A Structural Theory of Vote Choice: Social and Political Networks and Electoral Flows in Britain and the United States, in: Journal of Politics 56, 1008-1033.

Anhang: Abstract & Lebenslauf des Autors

Abstract: Gesellschaftliche Werteorientierungen, ideologische Einstellungen und das Wahlverhalten in Österreich und Deutschland

Die Arbeit beschäftigt sich im ersten Teil sehr ausführlich mit den einzelnen Theorien des Wahlverhaltens sowie dem diesbezüglich neueren Forschungsstand und kommt dabei zu dem Schluss, dass sich die verschiedenen Ansätze zur Erklärung des Wahlverhaltens zu einem „Integrierten Modell des Wahlverhaltens“ verbinden lassen, welches das komplexe Verhaltens- und Wirkungssystem aufzeichnet, welches den Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozess der Wähler – ausgehend von den politischen Prädispositionen durch die „BLACK BOX der politischen Kommunikation“ bis hin zur endgültigen Wahlentscheidung – aufzeigt. Ausgehend von der Annahme, das die schwindende Anzahl an Parteiidentifikationen gerade in neuerer Zeit im Wesentlichen auf die Entideologisierung der Volksparteien und der damit verbundenen zunehmenden Entfremdung breiter Wählerschichten zurück zu führen ist, betrachtet der Autor die kulturellen Prädispositionen – also gesellschaftliche Werteorientierungen und ideologischen Einstellungen – subsidiär als die maßgeblich das Wahlverhalten strukturierenden Determinanten.

Der empirische Teil untersucht daher zunächst im Rahmen eines „Konfliktlinien-Checks“ der Elektorate in Österreich sowie den beiden Teilen Deutschlands das Verhältnis gesellschaftlicher Werteorientierungen zur ideologischen Links-Rechts-Achse und kommt dabei zu dem Schluss, dass die Bedeutung der Begriffe „Links“ und „Rechts“ in West-Deutschland fast ausschließlich unter sozio-kulturellen Gesichtspunkten interpretiert werden, während in Österreich sowie Ost-Deutschland sozio-ökonomische Aspekte eine weitaus signifikantere Rolle hierbei spielen. Im Weiteren wird das Verhältnis von ideologischen Einstellungen sowie den verschiedenen Werteindikatoren und der Wahl der einzelnen Parteien bzw. der politischen Lager untersucht, wobei sich starke Zusammenhänge zeigen. Ebenso finden im Rahmen dieser Untersuchung ein struktureller und kultureller Vergleich der Parteiwählerschaften einschließlich der Nichtwähler sowie eine Untersuchung der Verteilungen und der Beziehungen der einzelnen gesellschaftlichen Werteorientierungen zueinander statt. Hierbei zeigt sich wiederum, dass beispielsweise das Nicht-Vorhandensein einer Partei vom Charakter der FPÖ in Deutschland in erster Linie auf ein mangelndes Angebot zurück zu führen ist und weniger auf eine mangelnde Nachfrage nach deren politischen Inhalten.

Abstract: Social value orientations, ideological attitudes and the Voting Behavior in Austria and Germany

In its first section the Thesis engages itself extensively with the distinct theories of voting behavior including the newer state of research which ends in the conclusion, that the various theories of electoral behavior can be merged into an "Integrated Model of Voting Behavior", which draws the complex system of behavior and effects which influence the process of opinion and decision making, starting from the political predispositions, through the "BLACK BOX of political Communication" until the final voting decision. Based on the assumption, that the declining number of party identification is a result to the continuing de-ideologization of the big-tent parties which causes a growing alienation of relevant groups of voters, the author subsidiary regards the cultural predispositions – meaning social value orientations and ideological attitudes – as the determinants, which significantly structure the voting behavior.

The empirical part first researches the actual cleavages in Austria and the two parts of the German electorate and the relationship between the distinct values and the ideological left-right-dimension and comes to the conclusion, that the concepts of "left" and "right" are interpreted quite differently over the three electorates. While the West-Germans interpret theses concepts mainly under socio-cultural aspects, the Austrians and especially the East-Germans also understand them under socio-economic considerations. Furthermore the Thesis shows – as expected – the strong relationships between the ideological attitudes, the social value orientations and the voting behavior towards specific political parties and factions. Moreover the empirical part enables a structural and cultural comparison of the aggregated party supporters including the non-voters. Additionally the Thesis shows the distribution of social value orientations and their mutual relationships to each other, which allows for example the conclusion, that the non-existence of a political party like the Austrian FPÖ in Germany is not a consequence of a lack of demand for that kind of policy.

Lebenslauf des Autors:

Geb. 08.07.1978 in Homberg/Efze, Hessen, Deutschland

1985 – 1989	Besuch der Grundschule Am Schloth in Melsungen
1989 – 1995	Besuch der Gesamtschule Melsungen (bis 1991 Förderstufe, ab dann Sekundarstufe Gymnasium)
1995 – 1998	Besuch der gymnasialen Oberstufe an der Geschwister-Scholl-Schule in Melsungen mit Abitur 1998
1998 – 2001	Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Passau (ohne Abschluss)
2001 – 2008	Studium Sprachen-, Wirtschafts- und Kulturraumstudien an der Universität Passau mit Abschluss zum Diplom-Kulturwirt Univ.
2009 – 2012	Doktoratsstudium der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Wien im Fachbereich Soziologie
2009 – lfd.	Doktoratsstudium der Philosophie an der Universität Wien im Fachbereich Zeitgeschichte