

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Geschlecht, Feminismus und politische Kommunikation: eine experimentelle
Untersuchung zur Wahrnehmung von Politiker*innen.

verfasst von | submitted by

Katharina Tabea Novotny

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt |
Degree programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Sophie Lecheler

Abstract

Genderstereotypen und festgeschriebene Geschlechterrollen prägen die Wahrnehmung von Politiker*innen durch Wähler*innen. Bisherige Forschung zeigt klare Unterschiede in der Wahrnehmung von Politiker*innen je nach Geschlecht. Männer haben hierbei einen Vorteil, da sie als kompetenter wahrgenommen werden als Frauen. Diese werden wiederum als sympathischer wahrgenommen als Männer, was jedoch keine Eigenschaft darstellt, die für eine Führungs- oder politische Position wichtig ist. Diese Arbeit analysiert den Einfluss von Geschlecht und politischer Aussage auf die Sympathie- und Kompetenzzuschreibungen von Politiker*innen durch Rezipient*innen. Die Untersuchung dieses Phänomens in Interaktion mit feministischen und antifeministischen Aussagen ist bislang wenig erforscht. Theoretisch basiert wurden fünf Hypothese abgeleitet und durch ein Experiment empirisch überprüft. Deskriptive Statistiken sowie Korrelationsanalysen legen zunächst wichtige Zusammenhänge offen. Ein- und zweifaktorielle Varianzanalysen, eine lineare Regression sowie eine Kovarianzanalyse dienen der statistischen Überprüfung der zuvor aufgestellten Hypothesen. Die Hypothesen konnten empirisch nicht gestützt und teilweise widerlegt werden. Weibliche Politikerinnen werden als kompetenter wahrgenommen als ihre männlichen Kollegen. In Bezug auf die Aussageart konnte festgestellt werden, dass die Kommunikation von feministischen Themen zu einer höheren Sympathie- und Kompetenzzuschreibung des politischen Akteurs führt. Das Geschlecht des Teilnehmenden hat nach Überprüfung keinen Einfluss auf die Wahrnehmung. Die Ergebnisse sind teilweise konträr zu der verwendeten Theorie, was am Ende der Arbeit diskutiert wird. Eine weiterführende wissenschaftliche Beschäftigung mit diesem Thema ist daher unerlässlich.

Schlüsselwörter: Politische Kommunikation, Geschlechterrollen, explorative Analyse, Sympathie und Kompetenz, Wahrnehmung von Politiker*innen

Gender stereotypes and gender roles shape voters' perceptions of politicians. Previous research has shown clear differences in the perception of politicians based on gender. Men have an advantage here, as they are perceived as more competent than women. Women, in turn, are perceived as more likeable than men, but this is not a characteristic that is important for a leadership or political position. This work analyzes the influence of gender and political statement on the attribution of sympathy and competence of politicians by recipients. The investigation of this phenomenon in interaction with feminist and anti-feminist statements has been little researched to date. Based on theory, five hypotheses were derived and empirically tested in an experiment. Descriptive statistics and correlation analyses initially reveal important correlations.

One- and two-factor analyses of variance, linear regression, and covariance analysis were used to statistically test the previously established hypotheses. The hypotheses could not be empirically supported and were partially disproved. Female politicians are perceived as more competent than their male colleagues. Regarding the type of statement, it was found that the communication of feminist statements leads to a higher attribution of sympathy and competence to the political actor. The gender of the participant was found to not influence perception. The results are partly contrary to the theory used, which is discussed at the end of this paper. Further scientific study of this topic is therefore essential.

Keywords: Political communication, gender roles, explorative analysis, likeability and competence, perception of politicians

Inhaltsverzeichnis

Einführung	6
Theoretischer Rahmen	7
Gender in der politischen Kommunikation.....	8
<i>Geschlechterstereotype und -rollen</i>	8
<i>Gender in der Politik</i>	10
<i>Feminismus und Antifeminismus</i>	11
Wahrnehmung von Politiker*innen.....	15
<i>Rolle von Geschlechterstereotypen</i>	16
<i>Kompetenz und Sympathie als Bewertungsparameter</i>	18
<i>Identität und Gruppenzugehörigkeit</i>	19
Politische Kommunikation auf sozialen Medien.....	21
Hypothesen	22
Methodisches Vorgehen – Das Experiment	27
Das Online-Experiment	27
Aufbau und Ablauf	28
Stichprobe	30
Stimulus	31
Messinstrumente und Operationalisierung	33
Datenanalyse	38
Ergebnisse	46

Deskriptive Statistiken	47
Hypothesentests	50
Diskussion.....	55
Limitationen und Perspektiven	60
Theoretische Limitationen	60
Methodische Limitationen.....	60
Ausblick	63
Fazit.....	64
Reflexion KI-Nutzung	65
Literaturverzeichnis	67
Anhang.....	76
Anhang A: Fragebogen	76
Anhang B: Stimulus	82

Einführung

„Feministinnen sind alle hässlich und grässlich“, sagte der AfD-Spitzenkandidat für die Europawahl 2024, Maximilian Krah (zitiert nach Gebhard & Klaus, 2024). Harald Vilimsky, FPÖ-Abgeordneter, nennt drei EU-Spitzenpolitikerinnen ein „politisches Hexentrio“ (zitiert nach *Breite Kritik an sexistischen Aussagen Vilimskys*, 2024) und Viktor Orbán, Ministerpräsident Ungarns, betont 2022: "Wenn die traditionellen Familien weg sind, gibt es nichts, was den Westen vor dem Untergang retten kann." (zitiert nach Seemann et al., 2024). Sexismus, Misogynie und Antifeminismus sind zentral in aktuellen politischen Debatten auf der ganzen Welt. Der Abbau von Frauenrechten und die Rückkehr zu traditionellen Geschlechterrollen sind Ziele vieler Regierungen. Das Ideal der heterosexuellen Kleinfamilie ist allgegenwärtig. Einige konservative und (extrem) rechte Bewegungen sowie weitere politische Akteure teilen diese Ansichten und bilden Gegenbewegungen zu emanzipatorischen Gesellschaftsveränderungen, die der Feminismus erreichte (Blum, 2021). Chancengleichheit, die Aufhebung von Marginalisierungsstrukturen und die damit verbundene positive Veränderung der gesellschaftlichen Positionierung von Frauen sind einige der Ziele des Feminismus (Thiessen, 2008). Jahrzehntelange Kämpfe haben bereits Wirkung gezeigt. Von einer Gleichstellung der Geschlechter kann jedoch noch keine Rede sein. Ein wichtiger Hebel hierbei ist die Politik. Politik ist immer noch eine männlich geprägte Welt, in der die Beteiligung von Frauen jedoch seit Jahren steigt (Holtz-Bacha, 2023). Die politische Partizipation steht im Zentrum der demokratischen Legitimität und ermöglicht erst Demokratie (Fuchs, 2008).

Die politische Kommunikation spielt dabei eine wichtige Rolle. Politische Akteure können ihre Standpunkte durch eine zunehmende Medialisierung der Politik an ein breites Publikum richten (Schulz, 2008) und durch die Nutzung von sozialen Medien den Schritt der Qualitätskontrolle durch Journalist*innen übergehen (Emmer, 2022). Bei sensiblen und

aufgeladenen Themen wie Frauenrechten und Geschlechterrollen kann die politische Kommunikation vor allem über soziale Medien polarisieren und Rezipient*innen gezielt ansprechen und deren Meinung prägen.

Das Zusammenspiel der Art der politischen Aussage und dem Geschlecht der kommunizierenden politischen Person stellt daher das Forschungsinteresse dieser Arbeit dar und wird in der folgenden Arbeit theoretisch beleuchtet und methodisch analysiert. Während in der bestehenden Forschung bereits gut dokumentiert ist, dass Politiker*innen je nach Geschlecht unterschiedlich bewertet werden, soll diese Arbeit vor allem untersuchen, wie sich zusätzlich eine feministische oder antifeministische Aussage auf die Wahrnehmung auswirkt. Unter Einbezug von Merkmalen der Teilnehmenden, wie Geschlecht oder politische Orientierung, sollen außerdem Einflussfaktoren analysiert werden.

Die Fragestellung wird durch ein Experiment mittels Daten aus einer quantitativen Umfrage erörtert. Vier sich unterscheidende X-Beiträge von fiktiven Politiker*innen und frei erstellte Aussagen wurden den Rezipient*innen präsentiert. Anhand der Daten eines Samples von 237 Erwachsenen ab 18 Jahren wurden die Unterschiede in der Wahrnehmung der Politiker*innen in Bezug auf die Bewertungsdimensionen Sympathie und Kompetenz analysiert. Fundierte Schlussfolgerungen wurden auf dieser Basis am Ende der Arbeit gezogen und kritisch betrachtet.

Theoretischer Rahmen

Der folgende Abschnitt erstellt einen theoretischen Rahmen für diese Arbeit und zeigt die Forschungslücke auf, die gefüllt werden soll. Auf Grundlage der folgenden Theorien und bereits existierender Erkenntnisse wurden die im Anschluss präsentierten Hypothesen abgeleitet.

Gender in der politischen Kommunikation

Zunächst erfolgt eine Definition und Darstellung von Geschlechterstereotypen und -rollen, sowie eine Beschäftigung mit Gender in der Politik. Zum Verständnis der Konstrukte Feminismus und Antifeminismus werden diese kurz historisch eingeordnet und definiert.

Geschlechterstereotype und -rollen

Seit der zweiten Frauenbewegung wird sich mit dem Thema der Geschlechtszugehörigkeit und Geschlechtsidentität beschäftigt und eine Trennung von sex – der Geburtsklassifikation des Geschlechts durch biologische Kriterien – und Gender – dem sozialen Geschlecht, welches erst durch Verhalten und Handeln konstruiert wird – vorgenommen (Gildemeister, 2008). So ist auch die Geschlechtsidentität historisch konstruiert und bildet sich erst durch Vorstellungen von Aussehen, Gesten oder Handlungen der Geschlechter. Aus einer intersektionalen Perspektive ist Gender ein Teil der Identität eines Menschen und beeinflusst dessen Wahrnehmung der eigenen Umwelt durch Erfahrungen, die geprägt sind durch soziale, ökonomische und gesellschaftliche Ungleichheiten (Dellenbaugh-Losse, 2024).

Kulturell vorgegebene Weiblichkeits- und Männlichkeitsmuster definieren somit die Geschlechtsidentität des Individuums (Kroll, 2002). Durch Studien konnte festgestellt werden, dass eine Person sich mit beiden Konstrukten identifizieren kann, unabhängig vom biologischen Geschlecht. Das heißt, die Geschlechtsidentität eines Individuums kann sowohl männlich als auch weiblich sein (Wacker et al., 2021). Durch die Konstruktion der Geschlechter und die damit verbundenen Erwartungen entstehen wiederum Geschlechterstereotype, die grundsätzliche Annahmen über die Einstellungen und Verhaltensweisen von Frauen und Männern, wie sie zum einen „sind“ (deskriptive Stereotype) und zum anderen „sein sollen“

(präskriptiv), darstellen (Eckes, 2008). Falls diese Stereotype nicht erfüllt werden, kommt es zur Überraschung oder zur Ablehnung und Bestrafung. Geschlechterstereotype lassen sich außerdem nur sehr schwer ändern (ebd.). Das hat zur Folge, dass Frauen, die sich nicht kongruent zu den weiblichen Genderstereotypen oder sich „wie Männer“ verhalten, negativ und als nicht feminin wahrgenommen werden. Rudman und Glick (2001) haben in ihrer Studie zur Forschung von Geschlechterunterschieden in der Bewerbung für Führungspositionen herausgefunden, dass Frauen eine Gratwanderung zwischen Kompetenz, Ehrgeiz und Wettbewerbsfähigkeit hinlegen müssen, da diese sonst aufgrund der präskriptiven Geschlechterstereotype diskriminiert werden. Frauen werden grundsätzlich als nett und gemeinschaftlich gesehen und Männer wiederum als dominant und führungsstark. Bricht nun also eine Frau mit diesen Stereotypen, indem sie dominant, ehrgeizig oder aggressiv ist, leidet sie unter einem Backlash-Effekt. Die männlichen Eigenschaften verbessern die Jobqualifikation der Frau, jedoch auf Kosten der sozialen Ablehnung (Rudman, 1998). Ein Backlash ist eine reaktionäre Gegenbewegung auf fortschreitende gesellschaftliche Entwicklungen wie den Feminismus. Durch rückwärtsgewandte Strömungen werden moderne Errungenschaften abgelehnt (Lang & Fritzsche, 2018).

Geschlechterrollen entstehen unter anderem durch Geschlechterstereotype. Dabei werden dem Individuum aufgrund des Geschlechts bestimmte Rollen auferlegt, die mit normativen Verhaltenserwartungen verbunden sind. Simone de Beauvoir (1995) geht in ihrer Theorie der Geschlechterrollen darauf ein, dass Frauen oft auf ihre biologischen Funktionen als Mutter und Hausfrau reduziert werden und dadurch als „das Andere“ im Gegensatz zum Mann als „Subjekt“ oder „das Absolute“ konstruiert werden. Diese Rollenzuschreibungen führen wiederum zu einer wesentlichen Ungleichheit zwischen Mann und Frau, wobei der Mann als stärkeres Geschlecht angesehen wird.

Gender in der Politik

Geschlechterunterschiede sind in allen privaten und öffentlichen Bereichen zu finden, so auch in der Politik. Hier findet die geschlechtsspezifische Stereotypisierung vor allem in der binären Kategorisierung in männlich und weiblich statt. Trotz positiver Veränderungen ist die politische Repräsentanz und Partizipation von Frauen weltweit immer noch niedriger als die von Männern (Enengl et al., 2023; Fuchs, 2008; Lawless & Fox, 2010). Dabei ist die politische Partizipation von Frauen extrem wichtig, damit diese ein Teil der politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse sind. Die politische Teilhabe liegt im Kern der demokratischen Legitimität und ist somit Basis einer jeden Demokratie (Fuchs, 2008).

Politik ist länderübergreifend ein immer noch männlich geprägtes Feld, was unter anderem mit der Art der politischen Kommunikation zusammenhängt. Politische Kommunikation allgemein ist nach Schulz (2008) die Kommunikation, „[...] die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist oder die sich auf politische Akteure und ihre Aktivitäten bezieht.“. Das Feld der politischen Kommunikation hat in den letzten Jahrzehnten nicht nur an wissenschaftlicher Relevanz gewonnen, sondern hat sich durch die elektronischen Medien sowie durch die Professionalisierung politischer Kommunikation stark verändert. Kommunikation als wichtiger Teil der politischen Meinungs- und Willensbildung spielt dabei eine zentrale Rolle (Schulz, 2008). Die Berichterstattung über Politiker*innen ist beispielsweise ein Einflussfaktor dafür, wie Frauen in der Politik von den Wähler*innen wahrgenommen werden. Mehrere Studien zeigen, dass Politikerinnen oft negativer und seltener in den Medien gezeigt werden als ihre männlichen Kollegen (Holtz-Bacha, 2023). Das Geschlecht spielt also eine entscheidende Rolle in der Wahrnehmung von Politiker*innen aufgrund von Geschlechterstereotypen und -rollen.

Diese Stereotypisierung entsteht durch gewisse Schemata, die Sandra Bem (1983) in der Genderschemata Theorie beschreibt. Demnach gibt es Prozesse der

Geschlechtertypisierung von Individuen, bei denen Informationen anhand kultureller Definitionen von Männlichkeit und Weiblichkeit kodiert und organisiert werden. Diese Informationen werden mit kognitiven Schemata verarbeitet. Hier bestimmt das durch die Gesellschaft erlernte Netzwerk an Assoziationen die Einordnung in „männlich“ oder „weiblich“. Jeder Mensch nimmt Informationen unterschiedlich auf, geprägt durch kulturell und gesellschaftlich erlernte Unterscheidungen. Dieser Vorgang passiert ebenso beim Selbstkonzept, also bei den Attributen oder Eigenschaften der eigenen Person. Kognitive Schemata werden vor allem dann genutzt, wenn die Gesellschaft die Kategorien als wichtig konstruiert. Genderschemata sind daher ein wichtiger Teil der kognitiven Verarbeitung, da das Geschlecht eine wichtige Rolle in allen Kulturen spielt. Weltweit werden Kindern seit Geburt an die Unterschiede von männlich und weiblich beigebracht. Das passiert unter anderem schon durch Spielzeuge, Klamotten oder Hobbys (Bem, 1983). Die Genderschemata Theorie bildet die Basis für die Untersuchung der Wahrnehmung von Geschlecht und damit von Politiker*innen. Erst durch diese binäre Einordnung von Informationen kommt es zu Unterschieden in der Wahrnehmung durch Teilnehmer*innen.

Feminismus und Antifeminismus

Um weiterführend das Zusammenspiel von Politik, Geschlecht und Feminismus zu analysieren, ist eine Auseinandersetzung nicht nur mit Gender, sondern auch mit den Konzepten Feminismus und Antifeminismus in ihrer Komplexität und Dynamik erforderlich, um den theoretischen Rahmen zu erweitern und die Erstellung des Stimulus zu untermauern. Dafür wird eine kurze historische Einordnung vorgenommen, um die Entwicklung und Herkunft dieser relevanten Konzepte zu verstehen. Außerdem wird die Komplexität und das damit für diese Arbeit verbundene Herunterbrechen der Konzepte kritisch betrachtet.

Eine allgemeine Definition von Feminismus liefert Rosemary Hennessy (2003: 155, zitiert nach Thiessen, o.J. 37 f.):

Feminismus lässt sich als Ensemble von Debatten, kritischen Erkenntnissen, sozialen Kämpfen und emanzipatorischen Bewegungen fassen, das die patriarchalen Geschlechterverhältnisse, die alle Menschen beschädigen, und die unterdrückerischen und ausbeuterischen gesellschaftlichen Mächte, die insbesondere Frauenleben formen, begreifen und verändern will.

Feminismus ist grundsätzlich die Veränderung der gesellschaftlichen, politischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Situation von Frauen, die im patriarchalen System den Männern untergeordnet sind. Diese Subordination gilt es gemeinsam aufzuheben durch die Veränderung von Strukturen und Prozessen (Thiessen, 2008). Lenz (2019) schlägt sogar vor, eher von *Feminismen* zu sprechen als vom Feminismus, aufgrund dieser vielfältigen Ansätze, Verhältnisse und Zusammenhänge, die Feminismus definieren. Diese üben Kritik an geschlechtsspezifischer Herrschaft, struktureller Ungleichheit und geschlechtsbezogener Gewalt in unterschiedlichen gesellschaftlichen Zusammenhängen. Sie fordern individuelle Selbstbestimmung, Gleichberechtigung, soziale Verbundenheit und demokratische Teilhabe. Im öffentlichen sowie im privaten Raum. Sie zielen demnach nicht nur auf eine Transformation der Geschlechterverhältnisse ab, sondern gehen umfassend auf bestehende gesellschaftliche Ungleichheiten ein und streben deren Abbau an (Lenz, 2019). Im Feminismus gibt es einige Überschneidungen mit anderen Bewegungen, unter anderem aus dem Antikapitalismus, Antirassismus, Postkolonialismus und Queerfeminismus. Durch die Vielfalt der normativen Definitionen muss auch gesehen werden, dass feministische Ideologien diskriminierende Formen beinhalten können. Lang und Fritzsche (2018) stellen fest, dass der westliche Feminismus unter anderem durch einen Orientalismus geprägt ist, bei dem die rassistische und koloniale Geschichte weniger thematisiert wird. Lenz (2008) betont außerdem, dass auch

Männer sich emanzipativ und feministisch einsetzen und gegen die Vormachtstellung und Dominanz der Männer ankämpfen. Die Beiträge dieser sollten wahrgenommen werden, um vielfältige Ansätze für Gleichheit zu entwickeln.

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts verbreitet sich in Europa und den USA ein kollektives Streben von Frauen nach Bildung, Beruf und politischer Partizipation. Die Beschäftigung mit der „Frauenfrage“ wird ab 1890 zunächst in Frankreich vermehrt mit dem Begriff des Feminismus definiert (Thiessen, 2008). Seither wurden feministische Bewegungen historisch häufig in Wellen unterteilt, wie sie auch Pemsel-Maier (2013) zusammenfasst. Die erste Welle, Ende 19. und Anfang 20. Jahrhunderts, startete mit einer Frauenrechtsbewegung, welche vor allem den Kampf um allgemeine Frauenrechte zum Ziel hatte. Darunter fielen das Recht auf politische Partizipation, das Wahlrecht, das Recht auf Bildung, die Möglichkeit der freien Berufswahl und überhaupt der Zugang zur Berufstätigkeit.

Die zweite Welle in den 1970ern war eine Frauenbefreiungsbewegung, die die Gleichberechtigung der Frauen weiterführte. Rechtlich waren Frauen mittlerweile gleichgestellt als noch vor einigen Jahrzehnten, dennoch erlebten sie ungleiche Chancen, vor allem in der Bildung und im Beruf. Die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts war trotz rechtlicher Vorgaben Teil der Tagesordnung. Berufstätige Frauen wurden für die gleiche Arbeit schlechter bezahlt als Männer und mussten gleichzeitig Familie, Beruf und oft die Pflege von Angehörigen balancieren. Was auf dem Papier stand, wurde längst nicht in die Realität übertragen.

Eine dritte Welle der Frauenbewegung scheint eine Gegenreaktion auf einen aufstrebenden Antifeminismus zu sein, der vor allem von jüngeren Generationen vertreten wird. Das Ziel dieser dritten Welle ist nach Pemsel-Maier (2013), die Fehler der vorherigen Frauenbewegungen zu korrigieren sowie kritisch zu hinterfragen. Seit den 1980er Jahren zielt der Feminismus der dritten Welle darauf ab, Geschlechterstereotype gegen Frauen

aufzubrechen und ein breiteres Verständnis von Frauenrollen zu etablieren (Dellenbaugh-Losse, 2024). Auch Diversität und Intersektionalität spielen eine wichtige Rolle in der Abgrenzung zur zweiten Welle, welche vorrangig oft als zu homogen und auf weiße Frauen fokussiert wahrgenommen wurde (Kelly, 2005).

Die vierte und aktuelle Welle des Feminismus ist vor allem durch die Digitalisierung geprägt. Feminist*innen können sich international leichter vernetzen, der Zusammenhalt wird stärker und Frauen aus verschiedenen Gesellschaftsschichten und Lebenssituationen können ihre Erfahrungen austauschen. Ein Fokus liegt unter anderem auf Diskriminierungen, Gewalt und Body Positivity (Peroni & Rodak, 2020).

Zusammenfassend lässt sich erkennen, dass Feminismus ein komplexes und nicht einheitlich definierbares Konstrukt aus Bewegungen und Ideologien ist, was sich auch an den sich herausgebildeten Feminismen und Perspektiven erkennen lässt.

Antifeminismus ist auf der anderen Seite, wie es der Name schon erahnen lässt, eine auf Sexismus aufbauende, feministische Gegenbewegung und Mobilisierung gegen feministische Errungenschaften (Blum, 2021). Diese Ideologie wird vorrangig von rechten und konservativen Akteuren unterstützt und geht von einer binären Geschlechterordnung aus, bei der die heterosexuelle Familie einen wichtigen Teil der Gesellschaft ausmacht (Heß, 2024). Heteronormativität sowie die konservativen Geschlechterrollen von der Frau als Hausfrau und dem Mann als Ernährer finden in antifeministischen Ideologien ihren Platz (Aigner & Lenz, 2023) und feministische Errungenschaften wie die sexuelle Selbstbestimmung, die Geschlechterdiversität oder ein plurales Familienkonzept werden als Bedrohung wahrgenommen (Heß, 2024). Seine Anfänge hatte der Antifeminismus 1900 als Gegenreaktion zu der ersten Welle der Frauenbewegung mit der Argumentation, der Mann sei der Frau auf natürliche Weise überlegen. Seit den 2000ern werden antifeministische Sichtweisen auch in Medien und vor allem in digitalen Öffentlichkeiten verbreitet (Heß, 2024). Durch diese

Verbreitung ist der Antifeminismus auch gesellschaftlich leicht anschlussfähig und tritt oft in Verbindung mit anderen Ideologien, wie Rassismus oder Antisemitismus, auf (Bauer, 2024). Einige terroristische Anschläge, wie in Halle oder Christchurch 2019, werden als antifeministisch motiviert bezeichnet (Blum, 2021).

Feminismus und Antifeminismus sind ein fester Bestandteil aktueller politischer Debatten und das Geschlecht steht im Zentrum vieler populistischer Kritiken, nicht zuletzt durch einen weltweit passierenden politischen Rechtsruck (Lang & Fritzsche, 2018). Politisch außerdem, da es nicht nur um die individuellen Rechte der Frauen geht, sondern auch um Veränderungen in den gesellschaftlichen sowie politischen Systemen, welche noch immer patriarchale Strukturen aufweisen.

Der vorliegenden Arbeit dienen die Definitionen der Konstrukte nicht nur für das allgemeine Verständnis des Themas und der nachfolgenden Erstellung des Stimulus, sondern auch als grundlegendes Forschungsinteresse. Erst durch die Beschäftigung und das Verständnis der Ideologien, Bewegungen und Bestrebungen ergibt sich die bestehende nötige Auseinandersetzung mit der Gleichberechtigung von Frauen in einem patriarchalen System.

Wahrnehmung von Politiker*innen

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit der Wahrnehmung von Politiker*innen, beeinflusst durch Geschlechterstereotypen. Außerdem werden die zwei Bewertungsdimensionen Sympathie und Kompetenz als bereits erforschte Wahrnehmungsparameter bei Politiker*innen aufgezeigt. Der Einfluss des Geschlechts der Rezipient*innen auf die Wahrnehmung wird im Anschluss ebenfalls theoretisch erörtert und dargestellt.

Rolle von Geschlechterstereotypen

Politiker*innen sind in ihrer Rolle ständig der öffentlichen Wahrnehmung ausgesetzt. Vertrauen, Zustimmung und somit auch politischer Einfluss sind wichtig für ihren politischen Erfolg. Die Bewertung von Politiker*innen ist dabei stark beeinflusst von sozialen Kategorisierungen, Stereotypen und individuellen Voreinstellungen. Eigenschaften wie Kompetenz und Sympathie gelten dabei als zentrale Bewertungsdimensionen, wenn es darum geht, eine Person oder soziale Gruppe einzuschätzen (Kervyn et al., 2012).

Stereotype und Rollenzuschreibungen aufgrund des Geschlechts spielen bei der Wahrnehmung von Politiker*innen eine entscheidende Rolle. Wie bereits erwähnt, befinden sich Frauen in einer Diskrepanz zwischen diesen stereotypischen Erwartungen und den Anforderungen an eine Führungs- oder politische Position. Diesen Standard beschreiben Eagly und Karau (2002) in der Role Congruity Theorie. Diese basiert auf der Annahme, dass Menschen von geschlechtsspezifischen Charakteristika und Verhaltensweisen ausgehen, die sich in kommunale („communal“) und handlungsbezogene („agentic“) Attribute unterteilen lassen. Frauen haben demnach eher kommunale Eigenschaften und werden als hilfsbereit, nett, sympathisch oder behutsam angesehen. Männern hingegen werden handlungsbezogene Eigenschaften zugeschrieben und sie wirken eher kontrolliert, selbstbewusst, aggressiv, ehrgeizig oder unabhängig. Vorurteile und Diskriminierungen entstehen im nächsten Schritt dann, wenn eine Diskrepanz zwischen diesen stereotypischen Erwartungen an eine soziale Rolle (zum Beispiel das Geschlecht) und den Anforderungen an eine spezifische Position (zum Beispiel Führungsrolle) auszumachen ist. Vorurteile gegenüber Frauen in Führungspositionen nehmen nach der Role Congruity Theorie zwei Formen an: die negative Wahrnehmung des Potenzials von Frauen für eine Führungsposition und die letztendlich negative Bewertung des tatsächlichen Führungsverhaltens von Frauen gegenüber dem der Männer. Frauen in Führungspositionen sind negativen Zuschreibungen von zwei Seiten ausgesetzt. Erfüllen sie

die Erwartungen an ihre Geschlechterrolle, vernachlässigen sie die Anforderungen an die Führungsrolle. Erfüllen sie jedoch Erwartungen an die Führungsrolle, schaffen sie es nicht, ihrer Geschlechterrolle gerecht zu werden, und werden als unsympathisch, aggressiv oder „unweiblich“ wahrgenommen. Frauen in Führungspositionen sind daher stärkeren Vorurteilen ausgesetzt als Männer in der gleichen Position, aufgrund von Stereotypen und Erwartungshaltungen.

Die Autor*innen betonen jedoch auch, dass es einige moderierende Variablen gibt, die die Effekte beeinflussen. Unter anderem hat das Geschlecht der wahrnehmenden Person Einfluss darauf, wie „feminin“ oder „maskulin“ eine Führungsposition angesehen wird. Männer haben demnach eine eher maskulinere Vorstellung von Führungspositionen und bewerten Frauen oft als weniger qualifiziert für diese Positionen, als das Frauen bei weiblichen Führungspersonen machen würden.

An diesen Zwiespalt von Frauen schließt die Double Bind Theorie von Lawless und Fox (2010) an, die das ausweglose Dilemma beschreibt, das daraus entsteht. Frauen in Führungs- und Machtpositionen sind demnach einem doppelten Standard ausgesetzt. Sie müssen stereotypisch männliche Eigenschaften besitzen, um als kompetent zu gelten, und gleichzeitig stereotypisch weibliche Eigenschaften besitzen, um als sympathisch wahrgenommen zu werden. Frauen, die sich als durchsetzungsstark und autoritär prästieren, werden als unsympathisch wahrgenommen. Frauen, die sich wiederum als warmherzig zeigen, gewinnen an Sympathie, jedoch wird ihre Kompetenz in Frage gestellt. Frauen in Führungspositionen und politischen Rollen befinden sich daher in einem Dilemma („double bind“) zwischen zwei widersprüchlichen Erwartungen, die nicht gleichzeitig erfüllbar sind. Der Handlungsspielraum für Frauen in Führungs- und Machtpositionen ist viel kleiner als der von Männern. Jede Entscheidung ist mit einem Risiko behaftet, eine Backlash-Reaktion auszulösen.

Huddy und Terkildsen (1993) haben zu der Beeinflussung von geschlechtsspezifischen Stereotypen auf die Wahrnehmung und Bewertung politischer Kandidat*innen Experimente in New York (USA) 1990 durchgeführt und sind kongruent zu den genannten Theorien zu dem Schluss gekommen, dass Geschlechterstereotype die Wahrnehmung der Eignung von Kandidat*innen für politische Ämter durchaus beeinflussen können. Männliche Kandidaten wurden als kompetenter in stereotypisch männlichen Politikbereichen wie Verteidigung, Wirtschaft oder Außenpolitik wahrgenommen und mit Eigenschaften wie Stärke, Durchsetzungsfähigkeit oder Führungsqualität assoziiert, die wiederum entscheidend für politische Führungsrollen sind. Weibliche Kandidatinnen wurden eher mit stereotypisch weiblichen Eigenschaften wie Wärme, Empathie oder Fürsorglichkeit in Verbindung gesetzt, welche weniger relevant für politische Führungspositionen sind. Den Frauen wurde eine höhere Kompetenz in weiblich konnotierten Politikbereichen wie Bildung, Gesundheit oder Sozialpolitik zugeschrieben. Auch hier wurde der Double Bind deutlich, in dem sich Frauen befinden: Sollten sie stereotypisch männliche Eigenschaften besitzen, werden sie als nicht authentisch wahrgenommen und als unpassend für die weibliche Geschlechterrolle. Bei stereotypisch weiblichen Eigenschaften sind sie jedoch nicht geeignet für die politische Führungsposition.

In einem anderen Experiment zum Geschlechterbias gegenüber weiblichen Politikerinnen ist außerdem herausgefunden worden, dass Frauen und linke Wähler*innen eher weibliche Kandidatinnen unterstützen als konservative Wähler*innen (Carson et al., 2019).

Kompetenz und Sympathie als Bewertungsparameter

Sympathie und Kompetenz sind zwei Basisdimensionen, die in zahlreichen Studien zur Bewertung der Wahrnehmung von Politiker*innen genutzt werden (Bieber, 2013; Huddy & Terkildsen, 1993; Koch & Obermaier, 2014). Studien zeigen jedoch, dass diese zwei

Dimensionen negativ zusammenhängen können, was der Innuendo-Effekt beschreibt (Kervyn et al., 2012). Dieser beschreibt die Tendenz von Individuen, negative Rückschlüsse aus positiven Beschreibungen zu ziehen, wenn es um Sympathie und Kompetenz geht. Wird eine Person also als sympathisch wahrgenommen, leidet die Kompetenzzuschreibung und andersherum. Diese Basisdimensionen sind auch bei der Wahrnehmung von Politiker*innen wichtig, wie Koch und Obermaier (2014) in ihrem Experiment verdeutlichen. Rezipient*innen nehmen Politiker*innen positiver auf der einen Dimension wahr, wenn sie diese auf der komplementären Dimension abwerten. Kompetenz ist nach den Autor*innen außerdem wichtiger für die Wahlabsichten als deren Sympathie. Das Experiment zeigte auch, dass das negative Hervorheben von Sympathie oder Kompetenz nicht dazu führte, dass der/die Politiker*in auf der jeweils anderen Dimension als positiver wahrgenommen wurde.

Wie schon erwähnt, bestehen geschlechterspezifische Zuschreibungen von Eigenschaften, so auch von Sympathie und Kompetenz. Wie in einigen Studien herausgestellt, werden Männer oft als kompetenter als Frauen wahrgenommen und diese hingegen als sympathischer (Bieber, 2013; Eagly & Karau, 2002; Rudman & Glick, 2001). Dieses Ungleichgewicht könnte durch den Innuendo-Effekt verstärkt werden, indem Frauen in ihrer sympathischen Rolle bleiben, da sie automatisch als weniger kompetent eingestuft werden.

Identität und Gruppenzugehörigkeit

Die bereits beschriebene Prägung der Menschen durch Geschlechterzuschreibungen und in der Gesellschaft verankerte Geschlechterrollen lässt die Annahme zu, dass das Geschlecht der Teilnehmenden bei der Wahrnehmung von Politiker*innen eine Rolle spielt. Diese Annahme wird außerdem durch die folgenden Theorien der Gruppenzugehörigkeit und gruppenbasierten Emotionen gestützt.

Die Nationalität, der Beruf, Sport oder eben auch das Geschlecht – Menschen fühlen sich unterschiedlichen sozialen Gruppen zugehörig und entwickeln eine soziale Identität. Eine Gruppe ist dabei ein Kollektiv an Individuen, die sich als Teil einer sozialen Kategorie sehen und eine emotionale Bindung zu dieser teilen. Die Annahmen der Social Identity Theorie nach Tajfel und Turner (2004) sind, dass Individuen nach einer positiven sozialen Identität streben und dass diese positive soziale Identität zum großen Teil auf der Unterscheidung zwischen „Ingroup“ und „Outgroup“ basiert. Das Wissen, zu einer sozialen Gruppe zu gehören, führt dazu, dass diese über andere Gruppen favorisiert wird, welche wiederum als Outgroups definiert und teilweise sogar diskriminiert werden. Der Ingroup Bias, also die Tendenz, die eigene Gruppe über die Outgroup zu präferieren, ist Teil der Entwicklung positiver sozialer Identitäten. Denn erst durch diese Unterscheidung und wenn die Ingroup als positiver wahrgenommen wird, fühlt sich das Individuum als Teil dieser der Outgroup überlegenen Gruppe. Wenn keine positive soziale Identität erreicht wird, wechseln die Mitglieder entweder die Gruppe oder versuchen, die eigene Ingroup aufzuwerten. Wie schon erwähnt, kommt es in diesem Zuge oft zur Diskriminierung und zu Vorurteilen gegenüber der Outgroup (Tajfel & Turner, 2004).

Mackie und Smith (2018) ergänzen die Theorie durch den Einfluss gruppenbasierter Emotionen. Es unterscheiden sich gruppenbasierte Emotionen von individuellen Emotionen. Gruppenbasierte Emotionen entstehen nur im Zuge eines Zugehörigkeitsgefühls zu der Gruppe. Dabei übernehmen die Gruppenmitglieder Emotionen, die sie als typisch für ihre Gruppe wahrnehmen, und passen bei hoher Identifikation mit der Gruppe ihre Emotionen an. Die Intensität der Identifikation kann dabei die gruppenbasierten Emotionen beeinflussen, indem bei einer positiven Identifikation auch meist positive gruppenbasierte Emotionen wie Stolz oder Zufriedenheit entstehen. Neben den Emotionen, die sich auf die eigene Ingroup beziehen, bestehen auch Outgroup Emotionen, die zu positiven oder negativen Gefühlen führen

können. So entsteht beispielsweise Unsicherheit oder Ärger, wenn es der Outgroup sichtlich besser geht als der Ingroup. Die gemeinsamen Emotionen einer Gruppe können dabei das Zugehörigkeitsgefühl, die Identität und die Integration innerhalb der Gruppe steigern. Gleichzeitig wird das Gefühl von Individualität reduziert.

In der Studie von Rudman und Goodwin (2004) über den genderbasierten Ingroup Bias haben sie herausgefunden, dass Frauen einen klaren Ingroup Bias zeigen und ihr eigenes Geschlecht gegenüber Männern bevorzugen. Männer hingegen zeigten keinen oder einen umgekehrten Bias. Oft bewerteten sie Frauen sogar positiver als ihr eigenes Geschlecht. Nach den Autorinnen ist dieses Verhalten abzuleiten von der Sozialisierung des Mannes. Männer lernen im Gegensatz zu Frauen eher nicht, sich selbst und andere Männer wertzuschätzen. Konkurrenz, Leistungsdruck und unemotionale Männlichkeitsnormen prägen dieses Verhalten. Die Studie zeigt unter anderem, dass die Zugehörigkeit zum eigenen Geschlecht den beschriebenen In- und Outgroup Bias hervorrufen kann und somit auch das Verhalten der Menschen, welches lediglich aufgrund des eigenen und des anderen Geschlechts stark beeinflusst.

Politische Kommunikation auf sozialen Medien

Für den Stimulus dieser Arbeit wurde ein X-Beitrag nachgestellt, um die politische Kommunikation eines politischen Akteurs darzustellen. Eine kurze Einordnung der Relevanz der sozialen Medien folgt in diesem Abschnitt.

Politische Kommunikation von politischen Akteuren ist durch die sozialen Medien nicht mehr so asymmetrisch, wie sie es vor Jahren war. Die Bürger*innen sind durch den Netzwerkcharakter diverser Plattformen schon lange nicht mehr nur das Publikum, sondern können aktiv partizipieren, indem sie mit Beiträgen von Politiker*innen interagieren. Was zunächst positiv erscheint, wird von vielen genutzt, um Hassrede oder Desinformationen zu

verbreiten. Die immer weiterentwickelte Technologie ermöglicht außerdem auf das Individuum zugeschnittene Inhalte durch zahlreiche Algorithmen. X spielt im Bereich der Betrachtung politischer Kommunikation eine zentrale Rolle, da diese Plattform sehr schnelllebig ist und die Qualitätskontrolle durch Journalist*innen fehlt (Emmer, 2022). X (ehemals Twitter) ist eine Microblogging-Plattform, die im Juli 2006 veröffentlicht worden ist und global viele Menschen erreicht (Murthy, 2024). Die Verwendung von X als Basis der Stimuluserstellung wurde aufgrund der zentralen Rolle in der aktuellen politischen Kommunikation herangezogen. Die Plattform spielt für die Analyse dieser Arbeit keine Rolle, daher war es keine Voraussetzung der Teilnehmenden, mit der Plattform vertraut zu sein. Durch die internationale Nutzung von X durch Politiker*innen ist diese jedoch sehr prominent.

Hypothesen

Auf Grundlage der genannten Theorien und Studien werden für das folgende Experiment die Hypothesen fundiert abgeleitet, um Rückschlüsse auf die Wirkung des Geschlechts von Politiker*innen und deren feministische oder antifeministische Aussage zu ziehen.

In der Literatur sind Geschlechterunterschiede in unterschiedlichen Bereichen bereits gut erforscht. In einem Online-Experiment hat Bieber (2013) herausgestellt, dass Politikerinnen aufgrund von fehlender Führungsstärke als weniger kompetent wahrgenommen werden als ihre männlichen Kollegen. Auch Carson, Ruppanner und Lewis (2019) fanden heraus, dass Frauen in politischen Positionen weniger Durchsetzungsvermögen und Führungsqualitäten zugeschrieben werden. Frauen werden grundsätzlich als fürsorglicher, empathischer, warmherziger und sympathischer wahrgenommen als Männer (Huddy & Terkildsen, 1993; Lawless & Fox, 2010; Rudman & Glick, 2001). Der Innuendo-Effekt kann

diese stereotypischen Ansichten verstärken, indem bei Zuschreibung einer der zwei Dimensionen *Sympathie* oder *Kompetenz* die jeweils andere als schwächer wahrgenommen wird (Kervyn et al., 2012). Damit wird die erste Hypothese formuliert, welche den Haupteffekt des *Politiker*innengeschlechts* auf die abhängige Variable (AV) *Sympathie* misst:

H1: Weibliche Politikerinnen werden unabhängig von ihrer politischen Aussage als (a) sympathischer, aber (b) weniger kompetent wahrgenommen als männliche Politiker.

Politische Kommunikation ist grundsätzlich wichtig für eine politische Meinungs- und Willensbildung der Bürger sowie für die öffentliche Meinung im Staat (Schulz, 2008) und kann durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst werden. Die Wahrnehmung der Politiker*innen durch die Öffentlichkeit ist für deren Erfolg unabdingbar. Besonders Sympathie und Kompetenz spielen dabei als Bewertungsparameter eine wichtige Rolle (Koch & Obermaier, 2014). Inwiefern eine feministische oder antifeministische Aussage die Wahrnehmung der politischen Person in Bezug auf Kompetenz und Sympathie beeinflusst, wurde bisher in der Literatur noch nicht aufgegriffen. Die Role Congruity Theorie (Eagly & Karau, 2002) betont jedoch, dass Männer in ihrer Geschlechterrolle als kompetenter, aggressiver, selbstbezogener und durchsetzungsfähiger gesehen werden als Frauen. Der Antifeminismus definiert die Geschlechterrollen als klar getrennt und hierarchisch, mit dem Mann als überlegenem Geschlecht. Die Bestrebungen sowie die Überlegenheit des Mannes in der Ideologie des Antifeminismus lassen daher darauf schließen, dass die antifeministische Aussage eher mit männlichen Eigenschaften assoziiert wird, was nach der Role Congruity Theorie zu einer höheren Kompetenzzuschreibung führt. Feministische Positionen streben wiederum nach der Aufhebung der Subordination der Frau. Da der Feminismus vor allem für Frauen Vorteile bringt und gegen eine kontrollierte, aggressive Marginalisierung der Frau ist, wird davon

ausgegangen, dass feministische Aussagen eher mit weiblichen Eigenschaften assoziiert werden, was nach der Role Congruity Theorie zu einer höheren Sympathiezuschreibung führt. Die folgende Hypothese zur Untersuchung des Haupteffektes der Aussage wurde dahingehend formuliert:

H2: Politiker*innen werden unabhängig von ihrem Geschlecht mit einer antifeministischen Aussage als (a) kompetenter, aber (b) weniger sympathisch wahrgenommen als mit feministischer Aussage.

Neben den Haupteffekten ist es von großem Interesse, auch die Interaktionseffekte zu analysieren und zu interpretieren, um ein fundierteres Bild des Zusammenspiels von Geschlecht und politischer Aussage zu erhalten. Die Double Bind Theorie (Lawless & Fox, 2010) betont, dass Frauen, die sich warmherzig zeigen, an Sympathie gewinnen, da sie die Erwartungen an ihre Geschlechterrolle erfüllen. Eagly und Karau (2002) definieren in der Role Congruity Theorie ebenfalls, dass Frauen, die Autorität und Durchsetzungsvermögen zeigen, was stereotypisch männliche Eigenschaften sind, als eher unsympathisch und aggressiv gesehen werden. Männer mit den gleichen Eigenschaften werden nicht als unsympathisch wahrgenommen, da sie sich kongruent zu den Erwartungen an ihre Geschlechterrolle verhalten. Wie schon erwähnt, betonen feministische Aussagen unter anderem Fürsorge und Gleichberechtigung, was mit stereotypisch weiblichen Eigenschaften wie Wärme und Empathie verbunden werden kann. Die Annahme ist folglich, dass weibliche Politikerinnen, die feministische Inhalte äußern und somit stereotyp-kongruent handeln, als sympathischer wahrgenommen werden. Männliche Politiker, die feministische Inhalte vertreten, würden folglich entgegen den männlich stereotypischen Eigenschaften handeln, was wiederum mit einem Backlash bestraft werden kann. Sie würden weniger Sympathie zugeschrieben

bekommen, da sie sich stereotyp-inkongruent verhalten. Daraus lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H3: Weibliche Politikerinnen mit feministischer Aussage werden als sympathischer wahrgenommen als männliche Politiker mit feministischer Aussage.

Antifeministische Aussagen betonen konservative Werte und traditionelle binäre Rollenbilder, was mit männlichen Stereotypen wie Stärke, Durchsetzungsfähigkeit oder Führungsqualitäten übereinstimmt (Huddy & Terkildsen, 1993). Rudman und Glick (2001) haben herausgestellt, dass Frauen, die diese agentischen Eigenschaften zeigen, zwar als kompetenter, aber weniger feminin wahrgenommen werden. Sie müssen eine Gratwanderung hinlegen, um als kompetent genug für eine Führungsposition, aber trotzdem als sympathisch zu gelten. Frauen werden als sympathischer wahrgenommen, wenn sie sich stereotyp-kongruent verhalten. Antifeministische Aussagen repräsentieren wiederum eher männlich-stereotypische Eigenschaften. Die Vermutung wird aufgestellt, dass Politikerinnen, die eine antifeministische Aussage treffen, als kompetenter wahrgenommen werden als Politikerinnen, die eine feministische Aussage treffen. In Verbindung mit H3 kann dieser Effekt außerdem durch den Innuendo-Effekt (Kervyn et al., 2012) verstärkt werden. Werden Politikerinnen mit feministischer Aussage als sympathisch eingestuft, werden diese dadurch gleichzeitig auf der anderen Dimension als weniger kompetent angesehen. Aufgrund dieser Herleitungen wird folgende Hypothese formuliert:

H4: Weibliche Politikerinnen mit antifeministischer Aussage werden als kompetenter eingeschätzt als weibliche Politikerinnen mit feministischer Aussage.

Die Wahrnehmung von Politiker*innen hängt nicht nur von deren Eigenschaften oder Aussagen ab, sondern wird auch maßgeblich durch die Merkmale der Rezipient*innen beeinflusst. Ein Merkmal, von dem ein großer Einfluss auf die Wahrnehmung erwartet wird, ist das Geschlecht der Teilnehmenden. Ein zentraler Aspekt ist der Ingroup Bias – die Tendenz, die eigene soziale Gruppe (Ingroup) über andere Gruppen (Outgroups) zu präferieren (Tajfel & Turner, 2004). Das Ziel dieser Differenzierung ist, Überlegenheit über die anderen Gruppen zu erreichen und damit als Individuum eine positive soziale Identität zu entwickeln. Soziale Gruppen können durch die Unterscheidung in verschiedene Geschlechter entstehen. Diese Zugehörigkeit zu einer Gruppe wird in Umfragen mit der Abfrage der demografischen Daten aktiviert und die Wichtigkeit der Gruppenzugehörigkeit steigt (Mackie & Smith, 2018). Gemeinsame Gruppenemotionen stärken außerdem das Zugehörigkeitsgefühl, die Identität und die Integration innerhalb der Gruppe. Nach dem Ingroup Bias würden weibliche Teilnehmerinnen also in beiden Dimensionen – Sympathie und Kompetenz – die weiblichen Politikerinnen positiver bewerten als männliche Teilnehmer. Männliche Teilnehmer würden wiederum die männlichen Politiker positiver bewerten. Auf Basis dieser Annahmen wird mit der fünften Hypothese das Teilnehmendengeschlecht als Moderatorvariable berücksichtigt und wie folgt formuliert:

H5: Weibliche Teilnehmerinnen bewerten weibliche Politikerinnen hinsichtlich Sympathie und Kompetenz positiver als männliche Teilnehmer.

Methodisches Vorgehen – Das Experiment

Das Online-Experiment

Diese Arbeit soll untersuchen, welche Auswirkung das Geschlecht und die politische Positionierung von Politiker*innen auf die Wahrnehmung dieser in Bezug auf die Bewertungsparameter Sympathie und Kompetenz haben. Um die aus der Theorie abgeleiteten Hypothesen zu analysieren und zu bestätigen oder zu falsifizieren, wurde ein Online-Experiment im mehrfaktoriellen 2 x 2-Design durchgeführt. Dazu wurde eine quantitative Online-Befragung mit vier unterschiedlichen Stimuli durchgeführt, sodass jede*r Teilnehmer*in randomisiert jeweils einem Stimulus zugewiesen wurde.

Aus der Literatur ist bereits ein Effekt der Wirkung vom Politiker*innengeschlecht auf die Wahrnehmung von Teilnehmenden bekannt, weshalb eine quantitative Methode gewählt wurde. Das Umfrageexperiment stellt dabei eine effektive Methode dar, indem kontrollierte Variationen vom Stimulus – das Geschlecht sowie die politische Aussage – genutzt werden, um die Wahrnehmung von Politiker*innen zu analysieren. Durch die Kombination zweier Faktoren mit jeweils zwei Faktorstufen entsteht eine Komplexität, die eine Aussage über Ursache-Wirkungs-Verhältnisse erlaubt und die soziale Realität eher abbilden kann als einfaktorielle Untersuchungsdesigns (Brosius et al., 2009). Umfrageexperimente sind mittlerweile wissenschaftlich etabliert und haben eine hohe interne Validität durch die Randomisierung der Experimentalgruppen (Barabas & Jerit, 2010). So wie bei allen wissenschaftlichen Untersuchungsdesigns haben auch Experimente Limitationen und als durchführende Person müssen einem diese Punkte vor Augen geführt werden. Ein ethisches Problem, welches auch bei diesem Online-Experiment auftritt, ist das Verschweigen des eigentlichen Forschungsinteresses zu Beginn der Studie, um Antworten auf Basis der sozialen Erwünschtheit zu vermeiden. Dafür steht am Ende des Fragebogens ein Debriefing, bei dem über das reale Interesse aufgeklärt wird (Brosius et al., 2009).

Barabas und Jerit (2010) erwähnen außerdem die Frage der Generalisierbarkeit. Die Ergebnisse von Umfrageexperimenten sind durch eine unnatürliche Manipulation nicht auf die ganze Bevölkerung generalisierbar. Bezogen auf den vorliegenden Stimulus muss demnach kritisch erwähnt werden, dass in der realen Auseinandersetzung mit politischen Inhalten konkurrierende Botschaften und Ablenkungen bestehen, die die Rezeption und damit die Wahrnehmung beeinflussen können.

Für die Durchführung der Befragung über ein Online-Tool wurde sich weiterführend entschieden, da es einen sehr viel kostengünstigeren, schnelleren und weniger aufwendigen Ablauf darstellt. Außerdem sind multimediale Präsentationsmöglichkeiten gegeben. Da der genutzte Stimulus einen X-Beitrag darstellt, stellt die Sichtung auf einem technischen Gerät dazu die Umgebung nach, in der diese Beiträge normalerweise rezipiert werden. Auch die Randomisierung kann dynamisch und schnell erfolgen.

Aufbau und Ablauf

Das Online-Experiment wurde über die Umfrageplattform SoSciSurvey.at erstellt und in einem Zeitraum von 15 Tagen (19.05.2025 – 03.06.2025) durchgeführt. Insgesamt wurde der Fragebogen von 243 Teilnehmenden abgeschlossen.

Vor der Durchführung wurde ein Pretest versendet, um einen reibungslosen technischen Ablauf und verständliche Fragestellungen zu gewährleisten. Der Pretest wurde an 10 Personen geschickt, die Mitglieder der Zielgruppe darstellten. Diese waren in der Lage, auf jeder Seite der Umfrage Anmerkungen zu hinterlassen oder persönlich Verbesserungsvorschläge zu äußern. Aufgrund der Rückmeldungen wurden zwei Fragen umformuliert für ein besseres Verständnis sowie die Ansicht für mobile Nutzung verbessert. Der überarbeitete Fragebogen wurde schließlich am 19.05.2025 unter dem Link <https://sosci.univie.ac.at/politischeKommunikation/> veröffentlicht.

Der Fragebogen (siehe Anhang A) besteht insgesamt aus 12 Seiten und beansprucht eine Bearbeitungszeit von vier bis fünf Minuten. Zunächst erscheint eine kurze Beschreibung der Studie mit Informationen bezüglich Datenschutzes und Kontaktaufnahme. Die Nennung des Themas „Wahrnehmung von politischer Kommunikation im Internet“, welches nicht das eigentliche Forschungsinteresse offenlegt, wurde formuliert, um soziale Erwünschtheit zu vermeiden. Auf Seite 2 folgt die Einverständniserklärung zum Datenschutz und die verpflichtende Angabe des Einverständnisses oder der Ablehnung, mit dem Hinweis auf eine nicht mögliche Teilnahme bei Ablehnung. Auf der nächsten Seite werden die demografischen Daten zum biologischen Geschlecht und Alter abgefragt. Auf Seite 4 folgt die Frage nach der Identifikation mit der eigenen Nationalität, dem biologischen Geschlecht, der EU-Bürgerschaft sowie der politischen Orientierung. Anschließend wird das Interesse für die Themen Politik, Digitalisierung, Feminismus und Klimawandel abgefragt sowie die Selbsteinschätzung der politischen Einordnung auf einer Links-Rechts-Skala. Auf Seite 7 folgen weitere demografische Fragen bezüglich des höchsten Bildungsabschlusses und des monatlichen Nettoeinkommens. Vor der Präsentation des Stimulus erfolgt eine kurze Einführung und die Bitte, den X-Beitrag aufmerksam anzuschauen. Die Präsentation des Stimulus folgt auf Seite 9.

Nach der Präsentation des Stimulus folgt eine Frage mit sechs Items bezüglich der Wirkung des Stimulus auf die AVs *Kompetenz* und *Sympathie*. Auf der nächsten Seite erfolgt der Manipulationscheck, um sicherzustellen, dass der Stimulus aufmerksam rezipiert wurde und der Unterschied zwischen der konservativen antifeministischen Aussage und der progressiven feministischen Aussage erkannt wurde. Dazu wurde die Frage „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf den eben gezeigten Beitrag zu?“ gestellt. Auf einer 7-stufigen Likert-Skala (1 = *Stimme überhaupt nicht zu* bis 7 = *Stimme voll und ganz zu*) wurde die Frage mit den Items „Auf dem Beitrag war eine Frau zu sehen“, „Die Person hatte eine eher konservative Einstellung“ und „Die Person hatte eine eher progressive

Einstellung“ beantwortet. Anschließend erfolgt das Debriefing auf der vorletzten Seite sowie die Offenlegung des Forschungsinteresses und der Zusatz, dass der Stimulus zu Teilen KI-generiert ist. Auf der letzten Seite stehen Kontaktmöglichkeiten und der SurveyCircle-Link zur Gewinnung von Teilnehmer*innen zu eigenen Forschungszwecken.

Stichprobe

Die Stichprobe ist zusammengesetzt aus Personen, die das 18. Lebensjahr erreicht haben und somit in den deutschsprachigen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz) wahlberechtigt sind. Außerdem konnte die Umfrage nur in deutscher Sprache bearbeitet werden, was einen weiteren Ausschlussgrund darstellt. Die Rekrutierung der Teilnehmenden erfolgte über soziale Netzwerke (Instagram, WhatsApp) sowie über die Website SurveyCircle.com, bei der Studienteilnehmer*innen durch die Teilnahme an anderen Studien rekrutiert werden konnten. Die Distribution über soziale Netzwerke begünstigte eine Schneeballstichprobe, indem Teilnehmende die Umfrage aktiv an weitere Personen weiterleiteten.

Insgesamt haben 243 Personen den Fragebogen vollständig bearbeitet und abgeschlossen. Aus dem Datensatz wurden im Anschluss jene Einträge entfernt, bei denen das angegebene Alter unter 18 Jahren lag ($n = 2$) sowie bei der Angabe von *divers/non-binär* oder *keine Angabe* ($n = 4$) bei der Abfrage des biologischen Geschlechts. Für letzteren Ausschlussgrund wurde sich entschieden, da das Geschlecht der Teilnehmenden eine Moderatorvariable darstellt (H5). Die Anzahl der dadurch ausgeschlossenen Daten war minimal, sodass nur *männlich* und *weiblich* miteingeschlossen wurden. Nach Ausschluss der genannten Fälle bestand die Stichprobe aus 237 Einträgen, welche für die Analyse verwendet wurden.

Die benötigte Stichprobengröße wurde im Vorfeld mittels a priori Poweranalyse durch die Statistiksoftware G*Power berechnet (Cohen, 1988). Die durch Cohen (1988) empfohlene Power von 80% wurde übernommen. Bei einem erwarteten mittleren Effekt ($f = .25$) wurde das für die Kommunikationswissenschaft übliche Signifikanzniveau von .05 übernommen (Koch et al., 2019). Die Analyse ergab eine Stichprobengröße von mindestens 179 Proband*innen. Die berechnete Stichprobengröße wurde erreicht.

Die Teilnehmenden der Stichprobe sind durchschnittlich 34.84 Jahre alt. 68,8% davon gaben bei der Frage nach dem biologischen Geschlecht an weiblich, und 31,2% männlich zu sein. Die Mehrheit dieser hat einen Hochschulabschluss (73%) oder (Fach-)Abitur/Matura/Berufsmaturität (19%). Mittlere Reife/Realschule/Sekundarstufe gaben nur .4% als höchsten Bildungsabschluss an. In Bezug auf das monatliche Nettoeinkommen gab die Mehrheit an, unter 1000€ zu verdienen (27,4%). Daraufhin folgen die Abstufungen 1000-1499€ (21,1%) und 2000-2499€ (13,9%). Hinsichtlich der politischen Einstellung, welche auf einer 11-stufigen Skala erhoben worden ist, zeigen die Ergebnisse eine deutliche Tendenz der Stichprobe zum linken politischen Spektrum. 76% der Teilnehmenden ($n = 181$) haben auf der Skala einen Wert links der Mitte angegeben. Davon entfielen 6% auf den extrem linken Wert. 8% der Teilnehmenden ($n = 19$) wählten die Mitte der Skala aus. Lediglich 16% ($n = 37$) verorteten sich auf der rechten Seite der Skala. Die zwei extremen Werte auf der rechten Seite der Skala wurden nicht ausgewählt. Zusammengefasst ist die Stichprobe in ihrer politischen Einstellung stark links-politisch orientiert mit einer geringen Repräsentation der Mitte und des rechten Spektrums.

Stimulus

Für die Erstellung und Konzeption des Stimulus wurden zunächst X-Beiträge diverser deutschsprachiger Politiker*innen gesichtet, um deren Aufbau, Sprache und Gestaltung

nachzuvollziehen und den Stimulus möglichst realitätsnah zu gestalten. Anschließend wurde ein Screenshot eines existierenden X-Beitrags als Vorlage verwendet. Sämtliche Text- und Bildelemente, bis auf das Datum, der blaue Haken sowie die Interaktionszahlen wurden vollständig ersetzt, sodass keine Rückschlüsse auf den ursprünglichen Beitrag möglich waren. Gewählt wurde der fiktive Parteiname „FZG“ (Fortschritt.Zukunft.Gemeinschaft), der allerdings im Stimulus selbst nicht ausgeschrieben erscheint. Um Ähnlichkeiten mit existierenden politischen Parteien zu vermeiden, wurden im Vorfeld bestehende deutschsprachige Parteien verglichen. Die Auswahl des Parteinamens erfolgte mithilfe von ChatGPT (OpenAI, 2023), wobei unter mehreren KI-generierten Vorschlägen ein neutraler Name ausgewählt wurde. Farbe sowie Parteisymbol wurden möglichst realistisch gestaltet, ohne dass sie eine reale Partei nachahmen. Die Namen der Politiker*innen „Anna Reinhardt“ sowie „Matthias Brandt“ wurden ebenfalls mittels ChatGPT generiert. Ähnlichkeiten zu bekannten Politiker*innen wurden ausgeschlossen.

Die Bilder der fiktiven Personen wurden mittels KI-Bild-Generator Magic Media von Canva (Canva, 2023) erstellt. Verwendet wurden Stichwörter wie „Frau“, „Mann“, „real“, „Bluse“, „Hemd“ und „Rede“, auf deren Basis anschließend mehrere Abbildungen generiert wurden. Aus diesen Vorschlägen wurde jeweils ein Porträt ausgewählt. Ziel war es, die Bilder möglichst realitätsnah erscheinen zu lassen sowie eine Ähnlichkeit der Frau und des Mannes hinsichtlich Kleidung, Mimik und Haltung zu erreichen.

Nicht nur die Ähnlichkeit der Personen ist für die interne Validität entscheidend, auch die feministische und antifeministische Aussage spielt eine wichtige Rolle. Damit diese gewährleistet werden konnte, fokussiert die thematische Ausrichtung des Stimulus auf das gesellschaftlich stetig diskutierte Thema der Familie und der Rolle der Frau. Das Thema wurde im Anschluss der KI (ChatGPT) mit der Anweisung vorgegeben, zwei gegensätzliche Aussagen

– antifeministisch und feministisch – zu formulieren. Nach zweifacher Anweisung, die Unterschiede stärker herauszustellen, wurden die folgenden Formulierungen ausgewählt:

Feministische Aussage: „Eine Gesellschaft, die Mütter unterstützt, stärkt Familien – durch gute Kinderbetreuung, Schutz der Selbstbestimmung und echte Wahlfreiheit.“

Antifeministische Aussage: „Eine Gesellschaft, die Mütter unterstützt, stärkt Familien – durch die Förderung traditioneller Werte, den Schutz des Lebens und verlässliche Kinderbetreuung zu Hause.“

Zusätzlich wurden mit Hilfe von ChatGPT passende Beschreibungen erstellt, die oberhalb des Beitrages stehen:

Feministische Variante: „Eine starke Gesellschaft setzt auf die Wahlfreiheit von Müttern. Wir brauchen mehr als nur Betreuung – es geht um echte Unterstützung für jede Familie. #Chancengleichheit #Familienpolitik #Wahlfreiheit“

Antifeministische Variante: „Traditionelle Werte bilden das Fundament starker Familien. Verlässliche Betreuung und der Schutz des Lebens sind der Schlüssel für unsere Zukunft. „Familienwerte #Tradition #StarkeFamilien“.

Somit ergaben sich vier Stimulusgruppen, welche in der folgenden Arbeit mit Mann/antifeministisch, Mann/feministisch, Frau/antifeministisch und Frau/feministisch beschrieben werden. Das Stimulusmaterial ist im Anhang B ersichtlich.

Messinstrumente und Operationalisierung

Der folgende Abschnitt erläutert die einzelnen Messinstrumente und die Operationalisierung der Variablen. Die Übersetzung von englischsprachigen Variablen, wie *likeability*, erfolgte über die Übersetzungsplattform [deepl.com](https://www.deepl.com). Die verwendeten Likert-Skalen wurden jeweils mit den Bezeichnungen beschriftet statt mit Zahlenwerten. Außerdem wurden Schieberegler mit einrastenden Punkten sowie Skalen mit einzeln auszuwählenden Werten

genutzt. Dies sollte eine Variation darstellen, die den Antwortprozess spannender für die Teilnehmenden gestaltete.

Da das Teilnehmendengeschlecht für diese Arbeit als Voraussetzung für die Zuordnung der Gruppen gilt, wurde dieses zu Beginn abgefragt. Damit konnte die Randomisierung der Stimuli im Anschluss erfolgen. Das Teilnehmendengeschlecht wurde außerdem als Moderatorvariable miteinbezogen. Soziale Rollen sind historisch-gesellschaftlich hergestellt und prägen das Verhalten der Menschen (Dausien & Walgenbach, 2015). Es ist davon auszugehen, dass das Geschlecht oder die Geschlechtsidentität der Teilnehmenden einen bedeutenden Einfluss auf die Wahrnehmung der Politiker:innen haben wird. Wie Muschalik et al. (2021) festgehalten haben, ist es in der Forschungspraxis aus ethischen und juristischen Gründen schwierig, das Geschlecht zu erheben, da die Unterschiede zwischen allen Gruppen nicht vollständig abgebildet werden können. Durch die zentrale Rolle, die Geschlecht in der folgenden Arbeit spielt, ist es daher unabdingbar, die Operationalisierung zu reflektieren und die Geschlechtsdimensionen genau zu definieren. Döring (2013) macht den Vorschlag, statt des biologischen Geschlechts („männlich“, „weiblich“) das soziale Geschlecht („maskulin“, „feminin“) abzufragen. Um jedoch das Geschlecht als Variable in die Analyse dieser Arbeit mit einzubeziehen, wurde zum einen das biologische Geschlecht mit der Anweisung „Bitte geben Sie das Geschlecht an, welches Ihnen bei der Geburt zugeordnet worden ist“ und den Antwortmöglichkeiten „männlich“, „weiblich“, „divers/non-binär“ und „keine Angabe“ abgefragt. Zum anderen wurde in einer separaten Frage die Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht erhoben. Diese Kombination sollte sicherstellen, dass Geschlecht als Variable mit einbezogen werden kann, die Geschlechtsidentität jedoch auch berücksichtigt wird und als mögliche Kontrollvariable verwendet werden kann. Durch die Abstufung der Geschlechter werden zahlreiche andere Geschlechter nicht miteinbezogen, was vor allem bei einem Thema mit Bezug auf Geschlecht eine Limitation darstellt.

Die Frage nach der Identifikation mit dem biologischen Geschlecht wurde anhand einer 7-stufigen Likert-Skala abgefragt mit der Möglichkeit, „keine Angabe“ auszuwählen. Eingebettet wurde die Frage in eine Reihe von Aspekten, sodass nicht erahnt werden kann, dass es in der Umfrage um den Genderaspekt geht. Der soziale Erwünschtheitsbias sollte damit ausgeschlossen werden. Die *Identifikation mit dem biologischen Geschlecht* weist einen Mittelwert von 6.19 ($SD = 1.26$) auf, was auf eine starke Identifikation der Teilnehmenden mit ihrem biologischen Geschlecht hinweist. Die Variablen *Identifikation mit der Nationalität*, *Identifikation mit der EU-Bürgerschaft* und *Identifikation mit der politischen Orientierung* wurden mit erhoben, ohne dass sie einen Nutzen für die Arbeit darstellten. Die Frage wurde außerdem vor den Stimulus gestellt, da von einer Beeinflussung durch diesen ausgegangen werden konnte.

Um zu dem Thema relevante Einflussfaktoren abzudecken, wurden außerdem das *Interesse an Politik* und das *Interesse an Feminismus* abgefragt. Hierzu wurde eine 5-stufige Likert-Skala (1 = *gar nicht* bis 5 = *sehr stark*) mit der einleitenden Frage „Wie stark interessieren Sie sich für folgende Themen?“ präsentiert. Orientiert wurde sich an der Skala zur Erhebung des Interesses an Politik der ALLBUS Umfrage (GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, 2025). Der Mittelwert von *Interesse an Politik* liegt bei 3.88 ($SD=.980$) und für *Interesse an Feminismus* bei 3.71 ($SD = 1.2$). Das weist auf ein vorhandenes Interesse an beiden Themengebieten hin.

Weitere demografische Daten sind *Alter*, *höchster Bildungsabschluss* und *monatliches Nettoeinkommen*, welche außerdem vor der Stimuluspräsentation abgefragt wurden. *Alter* diente als Kontrollvariable, um sicherzustellen, dass nur Personen über 18 Jahre in die Analyse miteinbezogen wurden. *Höchster Bildungsabschluss* und *monatliches Nettoeinkommen* dienten der Beschreibung der Stichprobe.

Auch die *politische Einstellung* der Teilnehmenden wurde erhoben, um die Stichprobe genauer zu definieren und einen möglichen Einfluss mit einzubeziehen. Zur Erfassung der Variablen *politische Einstellung* wurde eine 10-stufige Links-Rechts-Skala zur Selbstplatzierung genutzt. Die Auswahlpunkte reichten von 1 (links) bis 11 (rechts), sodass die Möglichkeit bestand, die Mitte auszuwählen. Diese Erhebungsmethode wird von zahlreichen Studien verwendet, wie von Eberl et al. (2017) in der Studie über Kandidatenwahrnehmung sowie in Studien der European Social Survey (European Social Survey, 2023). *Politische Einstellung* wies einen Mittelwert von 4.11 ($SD = 2.10$) auf. Wie schon bei der Stichprobenbeschreibung erwähnt, weist dies auf eine eher links-politische Einstellung der Stichprobe hin.

Zur Erfassung der zwei AVs *Sympathie* und *Kompetenz* wurden die Skalen aus der Studie von Lee et al. (2018) verwendet, in der zwei Experimente über die Beeinflussung der Wahlentscheidung durch die persönliche Darstellung von Politiker*innen auf Social Media durchgeführt worden sind. *Likeability* wurde hier mit Sympathie übersetzt mit den Items „freundlich“, „sympathisch“ und „attraktiv“. Für die Kompetenz wurden die Items „intelligent“, „hat Führungsfähigkeiten“ sowie „kompetent“ verwendet. Abgefragt wurden die Items mittels 7-stufiger Likert-Skala (1 = *Stimme überhaupt nicht zu* bis 7 = *Stimme voll und ganz zu*). In der Studie von Kim et al. (2024), in der ein Experiment durchgeführt wurde in Bezug auf Klimawissenschaftler*innen und deren Geschlecht sowie wahrgenommene Glaubwürdigkeit und Sympathie auf Social Media, wurde ebenfalls die Sympathieskala von Lee et al (2018) verwendet. Auch die verwendete Kompetenzskala beinhaltet gleiche Items, was die Verwendung der Skalen in diesem Forschungsbereich noch einmal bestätigt.

Um die Reliabilität zu überprüfen, wurde eine Reliabilitätsprüfung durchgeführt und der Cronbach's Alpha der Skalen berechnet. Werte größer als .8 wurden akzeptiert (Huber et al., 2014). Für die Items der Sympathieskala ist die interne Konsistenz mit einem Cronbach's

Alpha von .84 positiv. Auch das Cronbach's Alpha für die Kompetenzskala mit einem Wert von .88 zeigt eine gute interne Konsistenz an. Durch die erfolgreichen Reliabilitätsprüfungen wurden im nächsten Schritt die Items der jeweiligen Skalen arithmetisch gemittelt und somit zu jeweils einer Variable zusammengefasst. Die Items „freundlich“, „sympathisch“ und „attraktiv“ wurden zu der Variable *Sympathie* zusammengefasst und „intelligent“, „eine gute Führungskraft“ sowie „kompetent“ zu *Kompetenz*.

Weiterhin wies die Skala zur Wahrnehmung von *Sympathie* einen Mittelwert von 4.23 ($SD = 1.20$) auf. Die wahrgenommene *Kompetenz* wurde im Durchschnitt mit $M = 4.34$ ($SD = 1.15$) bewertet. Beide Variablen bewegen sich damit im mittleren bis leicht positiven Bereich.

Um sicherzustellen, dass der Stimulus richtig erkannt wurde, wurden drei Fragen als Manipulationscheck eingebaut. Mit einer 7-stufigen Likert-Skala (1 = *Stimme überhaupt nicht zu* bis 7 = *Stimme voll und ganz zu*) wurden die Fragen „Auf dem Beitrag war eine Frau zu sehen“, „Die Person hatte eine eher konservative Einstellung“ und „Die Person hatte eine eher progressive Einstellung“ abgefragt. Um die Antworttendenzen dahingehend zu untersuchen, wurden die Stimulusgruppen zunächst zu einer Variablen zusammengefasst (Geschlecht_PolitikerIn) mit den Ausprägungen *Mann* (Teilnehmende, die einen Mann gesehen haben) und *Frau* (Teilnehmende, die eine Frau gesehen haben). Anschließend wurde eine einfaktorielle ANOVA (analysis of variance) durchgeführt, um die Mittelwerte der Gruppen zu vergleichen. Teilnehmende, die eine Frau im Stimulus sahen, bewerteten die Aussage „Auf dem Beitrag war eine Frau zu sehen“ im Mittel mit $M = 6.54$ ($SD = 0.80$), während Teilnehmende der Männer-Bedingung im Schnitt $M = 1.20$ ($SD = 0.57$) angaben. Hier zeigt sich, dass die Teilnehmenden in der Tendenz das Geschlecht, welches tatsächlich auf dem Stimulus zu sehen war, richtig angaben. Die einfaktorielle ANOVA ergab außerdem einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen ($F(1, 235) = 3471.85, p < .001$), was auf eine sehr starke Unterscheidbarkeit der Stimuli hinweist.

Mit einer neu erstellten Variable (Aussagen_Stimulus) mit den Ausprägungen *antifeministische Aussage* (Teilnehmende, die eine antifeministische Aussage erhielten) und *feministische Aussage* (Teilnehmende, die eine feministische Aussage erhielten), wurden ebenfalls für die drei Fragen jeweils eine einfaktorielle ANOVA durchgeführt. Teilnehmende, die eine Person mit konservativer Einstellung im Stimulus sahen, bewerteten die Aussage „Die Person hatte eine eher konservative Einstellung“ im Mittel mit $M = 6.02$ ($SD = 1.34$), während Teilnehmende, die eine Person mit progressiver Einstellung sahen, im Schnitt $M = 3.58$ ($SD = 1.70$) angaben. Die ANOVA ergab einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen ($F(1, 235) = 150.56, p < .001$), was auf eine sehr starke Unterscheidbarkeit der Stimuli hinweist. Teilnehmende, die eine Person mit konservativer Einstellung im Stimulus sahen, bewerteten die Aussage „Die Person hatte eine eher progressive Einstellung“ im Mittel mit $M = 2.51$ ($SD = 1.46$), während Teilnehmende, die eine Person mit progressiver Einstellung sahen, im Schnitt $M = 4.64$ ($SD = 1.45$) angaben. Die einfaktorielle ANOVA ergab einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen ($F(1, 235) = 126.916, p < .001$), was ebenfalls auf eine starke Unterscheidbarkeit der Stimuli hinweist.

Es lässt sich außerdem erkennen, dass der Stimulus mit der konservativen Einstellung eher dazu geführt hat, dass die Teilnehmenden extremere Werte ausgewählt haben, und die, die eine progressive Aussage präsentiert bekamen, näher an der Mitte der Skala abstimmten.

Datenanalyse

Die Datenauswertung nach der Erhebung wurde mit dem Statistikprogramm IBM SPSS Statistics (Version: 31.0.0.0) durchgeführt. Zur Berechnung von Mittelwertsunterschieden zwischen mehreren Gruppen wurden ein- sowie zweifaktorielle ANOVAs für H1 bis H4 durchgeführt, um die Effekte der UVs und ihre Interaktionen mit den AVs zu analysieren. Für die Untersuchung des Einflusses einer Moderatorvariable in H5 wurde mittels SPSS Makro

PROCESS eine lineare Regression gerechnet, da von einem moderierenden Effekt auf den Zusammenhang der UV und AV durch eine Drittvariable ausgegangen wird. Zur Überprüfung von randomisierten Gruppen wurden Chi-Quadrat-Tests sowie ANOVAs durchgeführt, um einen Unterschied zwischen den Gruppen in Bezug auf Variablen wie *politische Einstellung* sicherzustellen. Die Verweildauer der Teilnehmenden auf dem Stimulus wurde durch eine Korrelationsanalyse mit den AVs *Kompetenz* und *Sympathie* überprüft. Die Verweildauer sollte keinen Zusammenhang mit der Wahrnehmung haben, sodass ein Unterschied in der Betrachtungsdauer und damit eine mögliche Verzerrung der Ergebnisse ausgeschlossen werden kann. Zur Beschreibung der deskriptiven Statistiken wurden die Mittelwerte und Standardabweichungen der Daten herangezogen.

Für die Varianzanalysen, Kovarianzanalyse sowie die lineare Regression wurden zunächst die Voraussetzungen geprüft. Zur Berechnung müssen die AVs einer Varianzanalyse ein metrisches Skalenniveau vorweisen, wobei die UVs nominal oder ordinal skaliert sein können (Huber et al., 2014). Da die Items der AVs *Sympathie* und *Kompetenz* mit einer Likert-Skala gemessen wurden, können diese als quasi-metrisch behandelt werden und sichern somit die Voraussetzung (Hesse & Nuszbaum, 2022).

Zur Erfüllung der Varianzhomogenität wurde der Levene-Test herangezogen und wird für jede Hypothese berichtet. Um die Daten auf Normalverteilung zu testen, wurde der Shapiro-Wilk Test herangezogen und mittels SPSS errechnet. Die Sympathiewerte sind demnach normalverteilt für alle Gruppen ($p > .05$) und die Kompetenzwerte weisen eine Normalverteilung für die Gruppen Mann/antifeministisch (Mann_antifem), Mann/feministisch (Mann_fem), Frau/antifeministisch (Frau_antifem.) auf, jedoch nicht für Frau/feministisch (Frau_fem) ($p = .039$). Die Studie von Schmider et al. (2010) zeigt, dass die ANOVA auch bei nicht normalverteilten Daten sehr robust ist. Daher wird trotz dieser Verletzung mit den Daten weiter gerechnet. Zur Visualisierung wurden die Daten nochmals mittels

Normalverteilungsdiagramm (Q-Q-Diagramm) überprüft. Da sich die Punkte sehr nah an der Geraden befinden, kann mit dieser Methode von einer Normalverteilung ausgegangen werden (Janssen & Laatz, 2017).

Abbildung 1

Q-Q-Diagramm zur Visualisierung der Normalverteilung der Sympathiewerte

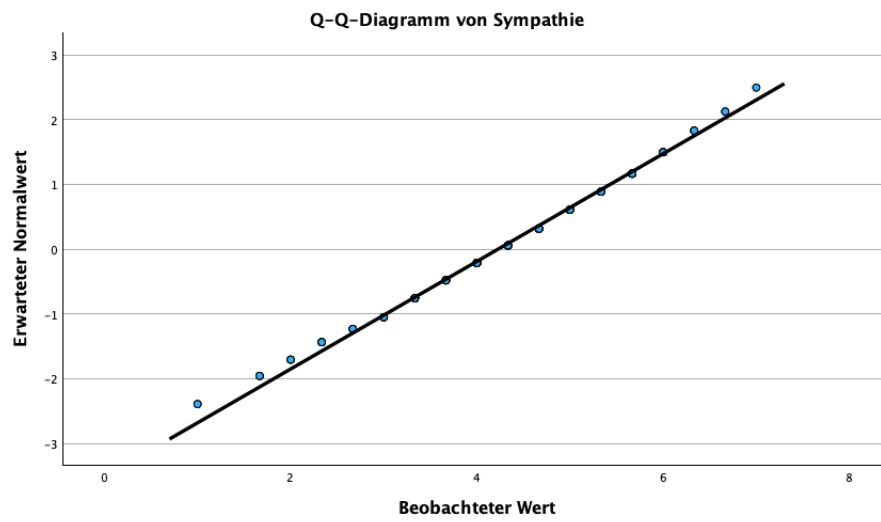
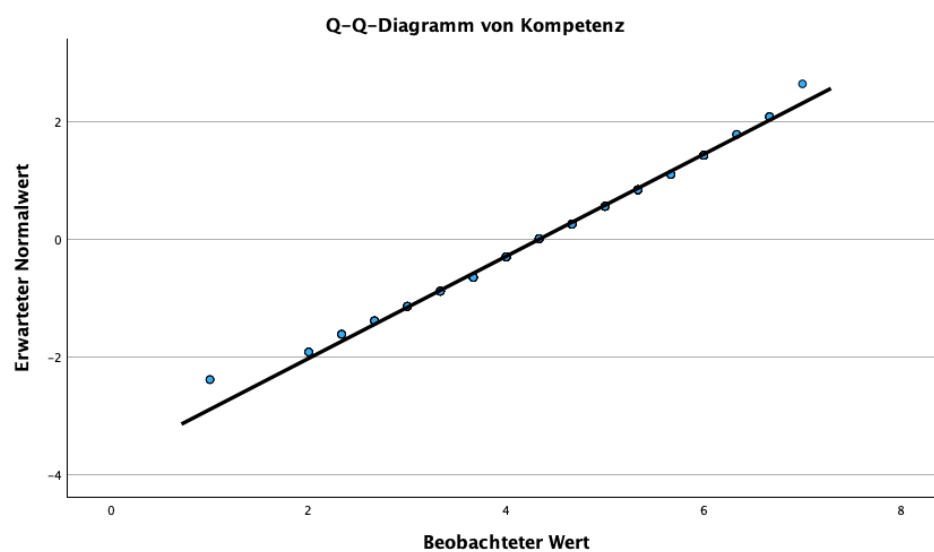


Abbildung 2

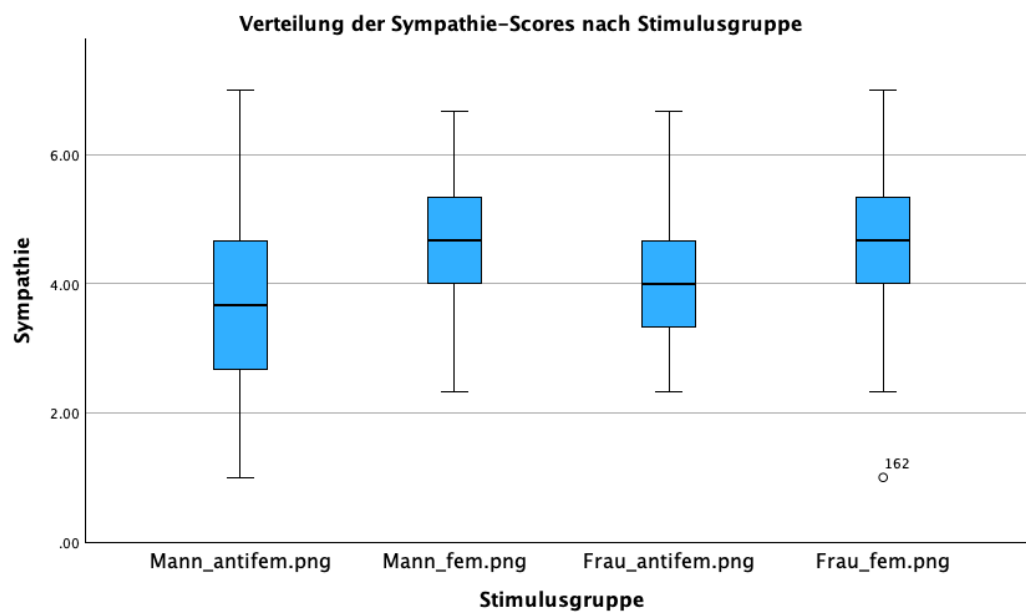
Q-Q-Diagramm zur Visualisierung der Normalverteilung der Kompetenzwerte



Eventuelle Ausreißer bei den AVs der Stimulusgruppen wurden durch Boxplots visualisiert und identifiziert. Bei der Variable *Sympathie* konnte ein Ausreißer in der Stimulusgruppe Frau/feministisch ausgemacht werden (Abbildung 3).

Abbildung 3

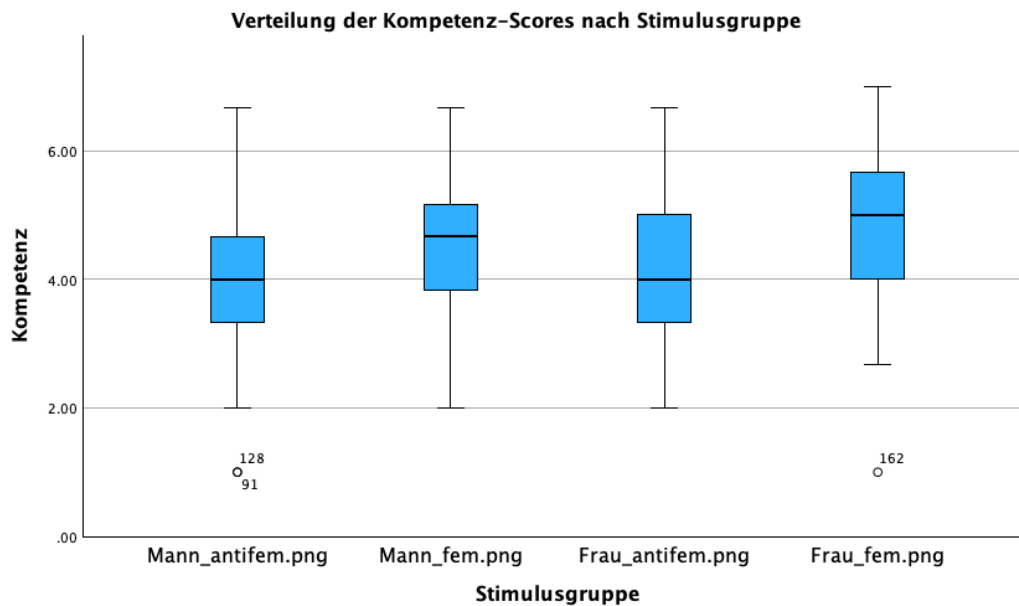
Boxplot-Diagramm zur Identifikation von Ausreißern der Sympathiewerte



Bei der visuellen Darstellung der Variable *Kompetenz* fallen drei Ausreißer in den Stimulusgruppen Mann/antifeministisch und Frau/feministisch auf (Abbildung 4).

Abbildung 4

Boxplot-Diagramm zur Identifikation von Ausreißern der Kompetenzwerte



Diese Ausreißer wurden für die folgende Analyse nicht gelöscht, da von echten und korrekten Messwerten ausgegangen werden kann, es sich um eine große Stichprobe handelt und die Testgruppen etwa gleich groß sind. Das Verhältnis zwischen größter und kleinster Gruppe überschreitet den Wert von 1.5 nicht, welchen Huber et al. (2014) als Wert nennen, bei dem die Verletzung der Annahme relativiert werden kann. Für die Analyse sollten zudem so wenig Fälle wie möglich ausgeschlossen werden (Hesse & Nuszbaum, 2022).

Die Prüfung der randomisierten Gruppenzuordnung erfolgte mittels Chi-Quadrat-Test (bei nominal skalierten Variablen) und ANOVA (bei metrisch skalierten Variablen). Die Randomisierung ist eine gute Möglichkeit, eventuelle Störvariablen auszumachen und auszuschließen (Fahrmeir et al., 2023). Über die Website SoSciSurvey wurde im Vorhinein die Randomisierung programmiert, sodass die Teilnehmenden je nach Geschlecht gleichmäßig auf die Stimulusgruppen aufgeteilt werden, da von einem Effekt des Teilnehmendengeschlechts auf die Wahrnehmung der Stimuli ausgegangen wird. Um dies zu überprüfen, wurde ein Randomisierungsscheck mittels Chi-Quadrat-Test vorgenommen. Der Chi-Quadrat-Test ergab einen Pearson-Chi-Quadrat-Wert von $\chi^2(3) = 1.170$, $p = 0.760$. Der p-Wert, der damit deutlich

größer ist als das übliche Signifikanzniveau von $\alpha = .05$ zeigt, dass es keinen statistisch signifikanten Unterschied in der Geschlechterverteilung zwischen den vier Stimulusgruppen gibt. Dies deutet darauf hin, dass die Randomisierung der Teilnehmenden in Bezug auf das Geschlecht erfolgreich war und die Gruppen vergleichbar sind. Die Häufigkeitsverteilung in den Gruppen je nach Geschlecht der Rezipient*innen ist in Tabelle 1 dargestellt.

Tabelle 1

Häufigkeitsverteilung der Versuchsgruppen nach Geschlecht

Politiker*innengeschlecht	Aussage	Häufigkeit	Häufigkeit	Gesamt
		Männer	Frauen	
männlich	antifeministisch	19	42	61
	feministisch	20	39	59
weiblich	antifeministisch	20	39	59
	feministisch	15	43	58

Zur Überprüfung der erfolgreichen Randomisierung wurden mehrere mögliche Störvariablen analysiert: *Alter*, *höchster Bildungsabschluss*, *monatliches Nettoeinkommen*, *politische Einstellung*, *Interesse an Feminismus* und *Interesse an Politik* sowie *Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht*. Für die Variable *Alter* wurde eine einfaktorielle AVONA durchgeführt. Diese ergab ein nicht signifikantes Ergebnis ($F(3, 233) = .603, p = .614$) und somit keinen Unterschied zwischen den vier Stimulusgruppen, was auf eine erfolgreiche Randomisierung hinsichtlich des Alters hinweist.

Die Variable *höchster Bildungsabschluss* wurde durch ein Chi-Quadrat-Test geprüft. Auch hier bestehen keine signifikanten Unterschiede in der Verteilung zwischen den Gruppen, $\chi^2(15) = 13.590, p = 0.557$.

Für die Variable *monatliches Nettoeinkommen* wurde ebenfalls ein Chi-Quadrat-Test durchgeführt, da diese in kategorialer Form abgefragt wurde (*unter 1000€ bis 5000€ und mehr*), $\chi^2(27) = 34.594$, $p = 0.149$. Die Ergebnisse weisen auch auf eine gleichmäßige Verteilung über die Gruppen hinweg hin.

Mittels einfaktorieller ANOVA wurde die Randomisierung in Bezug auf die politische Einstellung überprüft und ergab keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen, $F(3, 233) = 0.622$, $p = 0.602$.

Für die Variablen *Interesse an Feminismus* und *Interesse an Politik* wurden ebenfalls einfaktorielle ANOVAs durchgeführt. Die Ergebnisse der Variable *Interesse an Feminismus* ($F(3, 233) = 1.686$, $p = 0.171$) sowie *Interesse an Politik* ($F(3, 233) = 0.739$, $p = 0.530$) ergaben keine signifikanten Unterschiede in der Verteilung zwischen den Gruppen.

Abschließend wurde für die Variable *Identifikation mit dem biologischen Geschlecht* die Homogenität über die Gruppen hinweg geprüft und bestätigt, $F(3, 231) = .388$, $p = .762$.

Zusammenfassend haben die Tests zur Überprüfung der erfolgreichen Randomisierung der Gruppen nach soziodemografischen Variablen keine signifikanten Unterschiede zwischen den Stimulusgruppen ergeben. Die Randomisierung kann somit als erfolgreich betrachtet werden.

Zur Überprüfung eines möglichen Einflusses der Verweildauer auf dem Stimulus auf die AVs wurde eine Pearson-Korrelationsanalyse mit den Variablen *Verweildauer Seite 9 Stimulus*, *Kompetenz* und *Sympathie* durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten keinen signifikanten Zusammenhang zwischen *Verweildauer* und *Sympathie* ($r = -.084$, $p = .198$) oder *Kompetenz* ($r = -.016$, $p = .810$). Ein Einfluss der Verweildauer als Störvariable kann somit ausgeschlossen werden.

Für die Überprüfung der Kovariablen mittels ANCOVA (analysis of covariance) wurde außerdem die Homogenität der Regressionssteigung geprüft. Diese wurde durch Bildung der

entsprechenden Interaktionsterme überprüft, welche für *Sympathie* und *Kompetenz* für fast alle Kovariablen gegeben war ($p > .05$). Für die Kovariable *Identifikation mit dem biologischen Geschlecht* ist die Homogenität der Regressionssteigung nicht gegeben, $F(1, 225) = 4.18$, $p = .042$.

Für die Moderationsanalyse wurde außerdem die Linearität des Verhältnisses der Variablen sowie die Abwesenheit von Multikollinearität mittels Durchführung einer linearen Regression überprüft. Die Linearität für beide AVs ist nach visueller Inspektion des Streudiagramms mit LOESS-Glättung gegeben, wie in Abbildung 5 und Abbildung 6 ersichtlich.

Abbildung 5

Streudiagramm mit LOESS-Glättung für die Kompetenzwerte

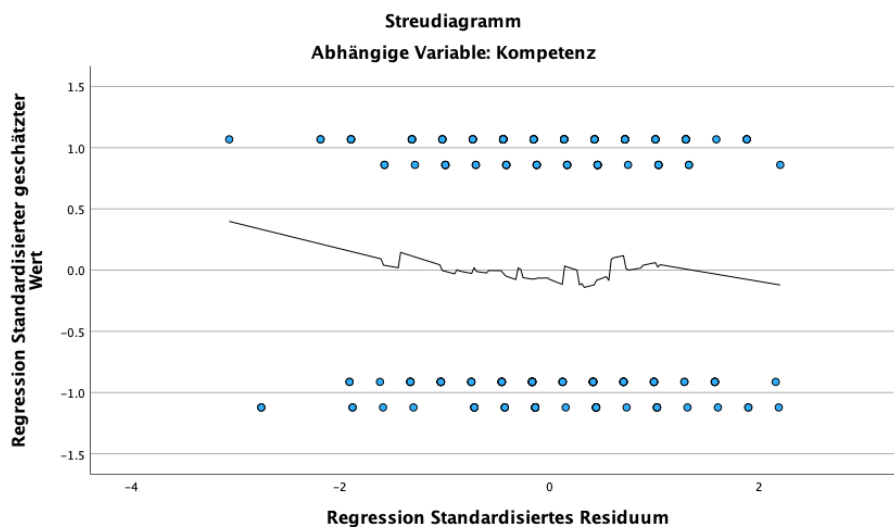
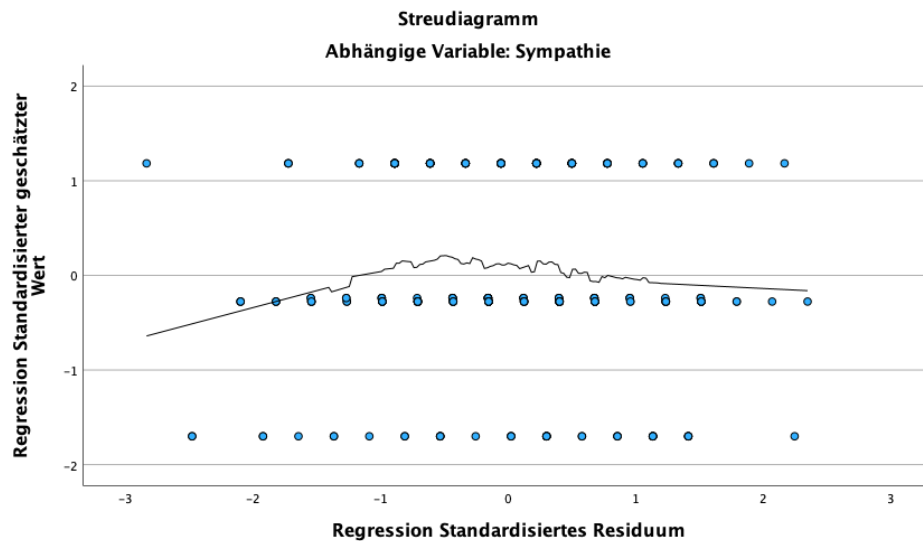


Abbildung 6

Streudiagramm mit LOESS-Glättung für die Sympathiewerte



Zur Überprüfung der Multikollinearität wurden VIF-Werte (variance inflation factor) zwischen 1 und 10 sowie Toleranzwerte ab .1 toleriert (Field, 2017). Die Kollinearitätsstatistik zeigt einen VIF-Wert von 1.001 und einen Toleranzwert von .999 an. Somit liegt keine Multikollinearität vor und die beiden Variablen *Sympathie* und *Kompetenz* können in die Regression inkludiert werden.

Die Unabhängigkeit der Residuen wurde nicht geprüft, da es sich nicht um Zeitreihendaten handelt und somit auf die Testung verzichtet werden kann.

Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden zunächst die Ergebnisse der deskriptiven Statistiken zu den Sympathie- und Kompetenzwerten vorgestellt. Anschließend folgen die Ergebnisse der Hypothesenprüfung.

Deskriptive Statistiken

Die Gesamtmittelwerte der AVs liegen für *Sympathie* bei 4.23 ($SD = 1.21$) und für *Kompetenz* bei 4.35 ($SD = 1.15$) und somit im positiv bewerteten Bereich (7-stufige Likert-Skala). Bei der Bewertung der *Sympathie* der politischen Person wurde die weibliche Politikerin mit feministischer Aussage am sympathischsten wahrgenommen, gefolgt von dem männlichen Politiker mit feministischer Aussage. Die antifeministische Aussage erlangte bei der Frau sowie bei dem Mann einen niedrigeren Sympathiewert, wobei die weibliche Politikerin mit antifeministischer Aussage noch höhere Sympathiewerte erlangte als der männliche Politiker mit antifeministischer Aussage. Die Frau wurde insgesamt als sympathischer wahrgenommen als der Mann und die Stimuli mit feministischer Aussage wurden insgesamt mit höheren Sympathiewerten bewertet als die Stimuli mit antifeministischer Aussage. Die deskriptiven Sympathiewerte sind in Tabelle 2 ersichtlich.

Tabelle 2

Sympathiewerte nach Geschlecht und Aussage

Geschlecht	Aussage	Mittelwert (Standardabweichung)
Frau	feministisch	4.59 (1.13)
Frau	antifeministisch	4.10 (0.96)
Mann	feministisch	4.58 (1.02)
Mann	antifeministisch	3.67 (1.42)
Gesamt		4.23 (1.21)
Frau		4.34 (1.07)
Mann		4.12 (1.31)
feministisch		4.58 (1.23)
antifeministisch		3.89 (1.23)

Bezüglich der Kompetenzzuschreibung wurde ebenfalls die weibliche Politikerin mit feministischer Aussage am kompetentesten bewertet, gefolgt von dem männlichen Politiker mit feministischer Aussage. Die Stimuli mit der antifeministischen Aussage erhielten die niedrigsten Kompetenzwerte, wobei die Frau noch kompetenter wahrgenommen wurde als der Mann.

Insgesamt wurden dem/der Politiker*in mit feministischer Aussage höhere Kompetenzwerte zugeschrieben als mit antifeministischer Aussage. Im Geschlechtervergleich wurde die Frau insgesamt kompetenter wahrgenommen als der Mann. Die Kompetenzwerte sind in Tabelle 3 ersichtlich.

Tabelle 3

Kompetenzwerte nach Geschlecht und Aussage

Geschlecht	Aussage	Mittelwert (Standardabweichung)
Frau	feministisch	4.88 (1.11)
Frau	antifeministisch	4.12 (1.10)
Mann	feministisch	4.46 (1.03)
Mann	antifeministisch	3.91 (1.16)
Gesamt		4.35 (1.15)
Frau		4.50 (1.16)
Mann		4.18 (1.13)
feministisch		4.67 (1.09)
antifeministisch		4.02 (1.13)

Bei der Betrachtung der Mittelwerte bezüglich des Teilnehmendengeschlechts lässt sich festhalten, dass Männer weibliche Politikerinnen insgesamt als kompetenter und als

sympathischer wahrnehmen als männliche Politiker. Frauen bewerten die weibliche Politikerin ebenfalls als kompetenter und sympathischer als den männlichen Politiker. Männer bewerten männliche Politiker insgesamt in beiden Kategorien negativer als es Frauen tun. In der Bewertung der weiblichen Politikerinnen sind die Kompetenzwerte etwa gleich, die Sympathiezuschreibung jedoch bei den Teilnehmerinnen höher als bei den Teilnehmern. Die Mittelwerte sind ersichtlich in Tabelle 4 und 5.

Tabelle 4

*Kompetenzwerte nach Teilnehmendengeschlecht und Politiker*innengeschlecht*

Teilnehmendengeschlecht	Politiker*innengeschlecht	Mittelwert (Standardabweichung)
Frau	Frau	4.50 (1.22)
Frau	Mann	4.21 (1.02)
Mann	Frau	4.51 (1.02)
Mann	Mann	4.00 (1.41)

Tabelle 5

*Sympathiewerte nach Teilnehmendengeschlecht und Politiker*innengeschlecht*

Teilnehmendengeschlecht	Politiker*innengeschlecht	Mittelwert (Standardabweichung)
Frau	Frau	4.41 (1.10)
Frau	Mann	4.17 (1.27)
Mann	Frau	4.16 (1.00)
Mann	Mann	4.13 (1.33)

Hypothesentests

In diesem Abschnitt folgen die statistischen Analysen zu den Hypothesen H1 bis H5:

H1: Weibliche Politikerinnen werden unabhängig von ihrer politischen Aussage als (a) sympathischer, aber (b) weniger kompetent wahrgenommen als männliche Politiker.

Zur Überprüfung der Hypothese 1 wurde zunächst eine zweifaktorielle ANOVA durchgeführt mit dem *Politiker*innengeschlecht* und der *Aussage* als UV sowie der wahrgenommenen *Sympathie* als AV. Die Integration beider UVs soll einen möglichen Interaktionseffekt prüfen, welcher wiederum die Interpretation des Haupteffektes beeinflussen würde. Die Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und war verletzt, $p = .011$. Da diese Verletzung vor allem bei kleineren Stichprobenumfängen ein Problem darstellt, wurde im Folgenden trotz Verletzung die Varianzanalyse durchgeführt.

Es zeigt sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen den UVs ($F(1, 233) = 1.92, p = .167$) und die Haupteffekte können für die Analyse herangezogen werden.

Zur Überprüfung der Haupteffekte wurde im Anschluss eine einfaktorielle ANOVA durchgeführt, mit dem *Politiker*innengeschlecht* als UV und der wahrgenommenen *Sympathie* als AV (H1a). Die Voraussetzung der Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und war verletzt, $p = .030$. Es zeigt sich kein signifikanter Unterschied zwischen dem Einfluss von männlichen ($M = 4.12, SD = 1.31$) und weiblichen Politiker*innen ($M = 4.34, SD = 1.07$) auf die Wahrnehmung der *Sympathie*, $F(1, 235) = 2.03, p = .156$. Damit kann die Hypothese 1a nicht bestätigt werden.

Zur Analyse der Wahrnehmung der *Kompetenz* wurde ebenfalls zunächst eine zweifaktorielle ANOVA gerechnet. Die Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und bestätigt, $p = .946$. Es zeigt sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen den UVs ($F(1, 233) = .537, p = .464$) und die Haupteffekte können somit für die Analyse herangezogen werden.

Anschließend wurde eine einfaktorielle ANOVA gerechnet mit der *Kompetenz* als AV und dem *Politiker*innengeschlecht* als UV. Auch hier wurde der Levene-Test durchgeführt und die Varianzhomogenität ist nicht verletzt, $F(1, 235) = .370, p = .543$. Die einfaktorielle ANOVA zur Wahrnehmung der Kompetenz zeigte einen signifikanten Haupteffekt, $F(1, 235) = 4.58, p = .033$. Das *Politiker*innengeschlecht* hat somit einen signifikanten Einfluss auf die wahrgenommene *Kompetenz*. Politikerinnen ($M = 4.50, SD = 1.16$) werden insgesamt kompetenter wahrgenommen als Politiker ($M = 4.18, SD = 1.13$). Damit kann die Hypothese 1b ebenfalls nicht bestätigt werden. Es zeigt sich jedoch ein umgekehrter signifikanter Effekt.

Um im folgenden Schritt zu überprüfen, ob dieser Haupteffekt auch unter Kontrolle potenziell einflussreicher Drittvariablen bestehen bleibt, wurde eine ANCOVA durchgeführt. Dabei wurden *Interesse an Feminismus*, *Interesse an Politik*, *politische Einstellung* sowie *Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht* als Kovariablen berücksichtigt. Die Voraussetzung der Varianzhomogenität wurde durch den Levene-Test geprüft und erfüllt, $p = .596$. Der Haupteffekt von *Politiker*innengeschlecht* auf *Kompetenz* ist auch nach Kontrolle der Drittvariablen vorhanden, $F(1, 229) = 4.79, p = .030, \eta^2_p = .020$.

Das Interesse an Politik hat als einzige Kovariable einen signifikanten Einfluss auf die Kompetenzzuschreibung, $F(1, 229) = 5.58, p = .019, \eta^2_p = .024$. Je stärker das politische Interesse, desto geringer fiel die Kompetenzbewertung aus ($B = -.185, p = .019$). Die restlichen Kovariablen zeigten keinen signifikanten Haupteffekt. Das Gesamtmodell war signifikant ($F(5, 229) = 2.34, p = .042$) mit einer erklärten Varianz von 4,9% ($R^2 = .049$).

H2: Politiker*innen werden unabhängig von ihrem Geschlecht mit einer antifeministischen Aussage als (a) kompetenter, aber (b) weniger sympathisch wahrgenommen als mit feministischer Aussage.

Die Interaktion zwischen den UVs *Politiker*innengeschlecht* und *Aussage* konnte bereits durch eine zweifaktorielle ANOVA in der Analyse der H1 ausgeschlossen werden. Somit werden auch bei H2 die Haupteffekte untersucht.

Zur Überprüfung des Effekts der UV *Aussage* auf die AV *Kompetenz* (H2a) wurde eine einfaktorielle ANOVA durchgeführt. Die Voraussetzung der Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und bestätigt, $p = .673$. Es zeigt sich ein signifikanter Effekt von *Aussage* auf *Kompetenz*, $F(1, 235) = 20.000, p < .001$. Politiker*innen mit feministischer Aussage ($M = 4.67, SD = 1.09$) wurden signifikant kompetenter eingeschätzt als Politiker*innen mit antifeministischer Aussage ($M = 4.02, SD = 1.13$), was der Annahme der Hypothese 2a widerspricht.

Um im folgenden Schritt zu überprüfen, ob dieser Haupteffekt auch unter Kontrolle potenziell einflussreicher Drittvariablen bestehen bleibt, wurde eine ANCOVA durchgeführt. Dabei wurden *Interesse an Feminismus*, *Interesse an Politik*, *politische Einstellung* sowie *Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht* als Kovariablen berücksichtigt. Die Voraussetzung der Varianzhomogenität wurde durch die Kontrolle mittels Levene-Test erfüllt, $F(1, 233) = .070, p = .792$. Der Haupteffekt der Aussage auf die wahrgenommene *Kompetenz* ist auch nach der Kontrolle der Drittvariablen vorhanden, $F(1, 229) = 21.388, p < .001, \eta^2_p = .085$.

Interesse an Politik hat als einzige Kovariable einen signifikanten Einfluss auf *Kompetenz*, $F(1, 299) = 6.913, p = .009, \eta^2_p = .029$. Je stärker das *Interesse an Politik*, desto geringer fiel die Kompetenzbewertung aus ($B = -.199, p = .009$). Die restlichen Kovariablen zeigten keinen signifikanten Haupteffekt. Das Gesamtmodell war signifikant ($F(5, 229) = 5.763, p < .001$) mit einer erklärten Varianz von 11,2% ($R^2 = .112$).

Für die H2b wurde eine einfaktorielle ANOVA mit der UV *Aussage* und der AV *Sympathie* vorgenommen. Die Voraussetzung der Varianzhomogenität wurde mittels Levene-

Test geprüft und bestätigt, $p = .161$. Es zeigt sich ein signifikanter Effekt der *Aussage* auf die wahrgenommene *Sympathie*, $F(1, 235) = 21.843$, $p < .001$, $\eta^2_p = .085$. Politiker*innen mit feministischer Aussage ($M = 4.58$, $SD = 1.07$) wurden signifikant sympathischer eingeschätzt als Politiker*innen mit antifeministischer Aussage ($M = 3.88$, $SD = 1.23$), was der Annahme der Hypothese 2b widerspricht.

Um im folgenden Schritt zu überprüfen, ob dieser Haupteffekt auch unter Kontrolle potenziell einflussreicher Drittvariablen bestehen bleibt, wurde eine ANCOVA durchgeführt. Dabei wurden *Interesse an Feminismus*, *Interesse an Politik*, *politische Einstellung* sowie *Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht* als Kovariablen berücksichtigt. Die Voraussetzung der Varianzhomogenität war durch Überprüfung mittels Levene-Test erfüllt, $p = .274$. Der Haupteffekt der UV *Aussage* auf die AV *Sympathie* ist auch nach der Kontrolle der Drittvariablen vorhanden, $F(1, 229) = 23.359$, $p < .001$, $\eta^2_p = .093$.

Bei keiner der integrierten Kovariablen konnte ein signifikanter Einfluss auf den Haupteffekt festgestellt werden. Das Gesamtmodell war signifikant ($F(5, 229) = 5.753$, $p < .001$) mit einer erklärten Varianz von 11,2% ($R^2 = .112$).

H3: Weibliche Politikerinnen mit feministischer Aussage werden als sympathischer wahrgenommen als männliche Politiker mit feministischer Aussage.

Zur Überprüfung der Hypothese 3 wurde eine zweifaktorielle ANOVA durchgeführt, mit dem *Politiker*innengeschlecht* und der *Aussage* als UV und der wahrgenommenen *Sympathie* als AV. Die Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und war verletzt, $p = .011$. Es zeigte sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen *Politiker*innengeschlecht* und *Aussage*, $F(1, 233) = 1.92$, $p = .167$, $\eta^2_p = .008$. Es liegt somit kein statistisch bedeutsamer Hinweis vor, dass Frauen mit feministischer Aussage signifikant sympathischer eingeschätzt werden als Männer mit feministischer Aussage.

H4: Weibliche Politikerinnen mit antifeministischer Aussage werden als kompetenter eingeschätzt als weibliche Politikerinnen mit feministischer Aussage.

Zur Überprüfung der Hypothese 4 wurde eine zweifaktorielle ANOVA durchgeführt, mit *Politiker*innengeschlecht* und *Aussage* als UV und der wahrgenommenen *Kompetenz* als AV. Die Varianzhomogenität wurde mittels Levene-Test geprüft und war gegeben, $p = .946$. Der Interaktionseffekt der beiden UVs *Aussage* und *Politiker*innengeschlecht* war nicht signifikant, $F(1, 233) = 0.54$, $p = .464$, $\eta^2_p = .002$. Daher wurde kein spezifischer Effekt weiblicher Politikerinnen mit antifeministischer Aussage im Vergleich zu weiblichen Politikerinnen mit feministischer Aussage auf die wahrgenommene *Kompetenz* festgestellt. Die Hypothese 4 konnte somit nicht bestätigt werden.

Deskriptiv zeigt sich dazu sogar ein umgekehrter Trend: Weibliche Politikerinnen mit feministischer Aussage wurden kompetenter ($M = 4.88$, $SD = 1.11$) eingeschätzt als solche mit antifeministischer Aussage ($M = 4.13$, $SD = 1.10$).

H5: Weibliche Teilnehmerinnen bewerten weibliche Politikerinnen hinsichtlich Sympathie und Kompetenz positiver als männliche Teilnehmer.

Hypothese 5 geht davon aus, dass das *Teilnehmendengeschlecht* einen positiv moderierenden Einfluss auf die Wahrnehmung von *Sympathie* und *Kompetenz* der Politiker*innen hat. Die UV ist das *Politiker*innengeschlecht*, die AVs sind *Sympathie* sowie *Kompetenz* und die Moderatorvariable das *Teilnehmendengeschlecht*.

Für die zwei Moderationsanalysen wird das PROCESS Makro von Hayes (2017) genutzt, welches eine lineare Regression zur Durchführung der Moderationsanalyse verwendet.

Zunächst wurde eine Moderationsanalyse durchgeführt, um zu bestimmen, ob die Interaktion zwischen *Politiker*innengeschlecht* und *Teilnehmendengeschlecht* die wahrgenommene *Kompetenz* in Bezug auf die Politikerin oder den Politiker signifikant vorhersagt. Das Gesamtmodell der Moderationsanalyse mit der Variable *Kompetenz* war nicht signifikant, $F(3, 233) = 1.56, p = .1997, R^2 = .0197$. Die Moderationsanalyse mit der AV *Sympathie* wurde ebenfalls durchgeführt. Das Gesamtmodell war nicht signifikant, $F(3, 233) = 1.22, p = .3037, R^2 = .0154$.

Die nicht signifikanten Modelle zeigen an, dass das Moderationsmodell mit der UV und Moderatorvariablen die AV nicht besser erklären kann als ohne. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich der Effekt des *Politiker*innengeschlechts* auf die wahrgenommene *Kompetenz* sowie *Sympathie* nicht zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmenden unterscheidet. Hypothese 5 konnte somit nicht bestätigt werden.

Diskussion

Ziel dieser Arbeit war es, die Wahrnehmung von Politiker*innen durch Rezipient*innen in Abhängigkeit vom Geschlecht und politischer Aussage (feministisch oder antifeministisch) zu untersuchen. Die Wechselwirkung mit dem Geschlecht der Teilnehmenden sowie weiteren Merkmalen dieser wurde darüber hinaus geprüft. Im Rahmen einer Online-Umfrage wurden 237 Personen ab 18 Jahren hinsichtlich der Wahrnehmung der dargestellten Politiker*innen in Bezug auf Sympathie und Kompetenz befragt. Auf Grundlage theoretischer Überlegungen wurden fünf Hypothesen formuliert und mittels statistischer Verfahren überprüft. Die Analysen zeigen differenzierte Ergebnisse und werden in der folgenden Diskussion eingeordnet.

Der Einfluss vom Politiker*innengeschlecht auf die Sympathie- und Kompetenzwerte konnte hingegen der theoretischen Feststellung nicht bestätigt werden (H1). Zwar wird die

weibliche Politikerin grundsätzlich als sympathischer wahrgenommen ($M = 4.34$, $SD = 1.07$) als der männliche Politiker ($M = 4.12$, $SD = 1.31$), jedoch ist dieser Zusammenhang nicht signifikant. Hingegen der Annahme aus H1, wird die Frau sogar als kompetenter eingeschätzt ($M = 4.50$, $SD = 1.16$) als der Mann ($M = 4.18$, $SD = 1.13$). Diese Beobachtung stellt sich als signifikant heraus, was die Hypothesenannahme widerlegt. Das Ergebnis steht im Widerspruch zu den bisher in anderen Studien beobachteten Kompetenzzuschreibungen bei Frauen. Stereotypische Rollenbilder der Geschlechter führen demnach zu einer niedrigeren Kompetenzzuschreibung bei Frauen als bei Männern (Eagly & Karau, 2002; Huddy & Terkildsen, 1993; Rudman & Glick, 2001). Der Befund blieb auch unter Kontrolle von Drittvariablen (*Interesse an Politik, Interesse an Feminismus, politische Einstellung, Identifikation mit dem biologischen Geschlecht*) stabil.

Eagly und Mladinic (1994) haben sich bereits in den 90ern in ihrem Artikel mit der Annahme, dass Frauen grundsätzlich benachteiligt wahrgenommen werden, beschäftigt. Sie legen dar, dass einige Studien mit Studierenden aus den USA und Norwegen festgestellt haben, dass Frauen positiver bewertet werden als Männer. Der Fokus auf Studierende stellt jedoch eine Einschränkung dar, da die Ergebnisse somit nicht auf alle Altersgruppen generalisiert werden können. Dass Frauen auch in der vorliegenden Studie positiver wahrgenommen werden als Männer, kann auch mit den veränderten sozialen Geschlechterstereotypen zusammenhängen. Eagly et al. (2020) haben in einer repräsentativen Umfrage herausgefunden, dass sich die Geschlechterstereotype und -rollen seit Mitte des 20. Jahrhunderts gewandelt haben. In Bezug auf Kompetenz hat sich die Wahrnehmung sogar umgekehrt, sodass die Befragten der aktuellen Umfrage von 2018 angaben, Frauen seien kompetenter als Männer. Nach den Autor*innen kann die steigende Erwerbstätigkeit der Frauen als Grund in Frage kommen. Dass Frauen als mitfühlender und liebevoller gesehen werden, hat sich jedoch nicht geändert, was auch die vorliegenden Daten andeuten.

Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass Studien existieren, die auch die Annahme einer positiveren Wahrnehmung vor allem in Bezug auf die Kompetenz der Frauen unterstützen.

Auf Grundlage der für diese Arbeit herangezogenen Theorien und der geschlechterstereotypischen Eigenschaften und Bestrebungen der feministischen und antifeministischen Bewegungen wurde in H2 angenommen, dass die antifeministische Aussage zu einer höheren Kompetenz- und geringeren Sympathiezuschreibung als die feministische Aussage führen wird. Dass Politiker*innen, welche eine feministische Aussage treffen, als sympathischer wahrgenommen werden, konnte durch ein signifikantes Ergebnis bestätigt werden (*feministische Aussage*: $M = 4.58$, $SD = 1.07$; *antifeministische Aussage*: $M = 3.88$, $SD = 1.23$). Diese wurden jedoch auch als signifikant kompetenter wahrgenommen als jene mit antifeministischer Aussage ($M = 4.02$, $SD = 1.13$; *feministische Aussage*: $M = 4.67$, $SD = 1.09$), was gegen die theoretischen Annahmen spricht. Die Betonung von feministischen Themen führte demnach zu einer höheren Kompetenz- sowie Sympathiezuschreibung. Die Politiker*innen, die eine antifeministische Aussage tätigten, wurden in beiden Bewertungsparametern unabhängig vom Geschlecht signifikant negativer bewertet.

Die linksorientierte Stichprobe könnte hier einen Einfluss darstellen. Linke Politiker*innen und Parteien vertreten eher feministische Themen wie beispielsweise eine Frauenförderpolitik (Fuchs, 2008) im Gegensatz zu Parteien aus dem rechten Spektrum. Auch wenn ein Einfluss der politischen Orientierung statistisch nicht nachgewiesen werden konnte, zeigten die deskriptiven Statistiken einen Trend dahingehend an, was zu einer positiveren Bewertung der Politiker*innen mit feministischer Aussage führen könnte.

Auch die bereits erwähnten Veränderungen in der Wahrnehmung von Geschlechterstereotypen und -rollen können dazu beitragen, dass die Teilnehmer*innen Bestrebungen eher befürworten, die Frauenrechte vertreten. Ein weiterer möglicher Grund ist

das steigende Bewusstsein in der Gesellschaft, dass die Diskriminierung von unterdrückten Gruppen politisch nicht akzeptiert ist (Eagly & Mladinic, 1994). Diese Einstellung kann dazu führen, dass die feministische Aussage einen positiven Einfluss auf die Wahrnehmung hat, indem die antifeministische Aussage eher als politisch inkorrekt angesehen wird.

Die Ergebnisse widerlegen den in der Theorie erklärten Innuendo-Effekt (Kervyn et al., 2012). Dieser besagt, dass eine Tendenz bei Individuen herrscht, eine der zwei Basisdimensionen zur Wahrnehmung von Personen (Sympathie und Kompetenz) negativer zu bewerten aufgrund der positiven Wahrnehmung der anderen Dimension. Feministische Aussagen führten zu einer positiveren Wahrnehmung beider Bewertungsdimensionen. Hier könnte stattdessen der Halo-Effekt (Thorndike, 1920) eine Rolle spielen. Wie Thorndike (1920) beschreibt, geht dieses psychologische Phänomen davon aus, dass ein positives Merkmal einer Person bereits dazu führt, dass diese auch in anderen Bereichen positiver bewertet wird. Dieser Effekt könnte hier vorliegen, wäre jedoch lediglich durch das signifikante Ergebnis bei der höheren Sympathie- sowie Kompetenzzuschreibung durch feministische Aussagen erkennbar. Um einen Halo-Effekt sicher festzustellen, sind weitere Analysen nötig.

In H3 und H4 wurden mögliche Interaktionseffekte zwischen dem Politiker*innengeschlecht und der Aussage auf die Sympathie und Kompetenz untersucht. Auf Grundlage der Double Bind Theorie (Lawless & Fox, 2010) und der Role Congruity Theorie (Eagly & Karau, 2002) wurde angenommen, dass das Geschlecht und die Aussage interagieren, indem die feministische Aussage eher weibliche und die antifeministische Aussage eher männliche Eigenschaften widerspiegeln. Somit wurde angenommen, dass die Sympathiebewertung in der Kombination von weiblicher Politikerin und feministischer Aussage steigt (H3) und die Kompetenzbewertung bei der weiblichen Politikerin und antifeministischer Aussage positiver ausfällt (H4). Es wurden jedoch keine signifikanten Interaktionseffekte gefunden und die Hypothesen konnten nicht bestätigt werden. Das

Politiker*innengeschlecht und die Aussage haben somit keine zusammenhängende Wirkung auf die Sympathie- und Kompetenzzuschreibungen. Die Ergebnisse legen nahe, dass das Politiker*innengeschlecht und die inhaltliche Position getrennte Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung darstellen, die nicht miteinander interagieren. Diese Haupteffekte wurden in H1 und H2 untersucht.

Zum Schluss wurde in H5 überprüft, ob das Geschlecht der Teilnehmenden einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Politiker*innen hat. Bei sozialen Gruppen herrscht ein Ingroup Bias (Tajfel & Turner, 2004), welcher dazu führt, dass Personen einer sozialen Gruppe Personen der gleichen Gruppe als positiver bewerten als Personen einer anderen Gruppe. Der erwartete moderierende Effekt des Teilnehmendengeschlechts auf die Kompetenz- und Sympathiewahrnehmung war jedoch nicht signifikant. Die deskriptive Analyse zeigte jedoch einen interessanten Trend, nach dem Frauen wie Männer die weibliche Politikerin als sympathischer und kompetenter wahrgenommen haben als den männlichen Politiker. Männer haben außerdem den männlichen Politiker negativer bewertet als es Frauen getan haben. Diese Beobachtung haben auch Rudman und Goodwin (2004) in ihrer Studie gemacht. Die Autorinnen stellten fest, dass Frauen einen klaren Ingroup Bias zeigen. Männer hingegen zeigten einen umgekehrten Bias, indem sie Frauen positiver bewerteten als Männer. Sie zeigten keine oder wenig Präferenz für das eigene Geschlecht. Eagly & Mladinic (1994) beziehen sich in ihrem Artikel ebenfalls auf Studien, die zeigen, dass Frauen sowie Männer, Frauen positiver bewerten als Männer und nennen dies den „women-are-wonderful effect“.

Limitationen und Perspektiven

Diese Arbeit bietet einen Einblick in die Wahrnehmung von Politiker*innen, beinhaltet jedoch Einschränkungen und Limitationen, die im folgenden Abschnitt aufgezeigt und erläutert werden.

Theoretische Limitationen

Der Bezug auf die herangezogenen Theorien beruht auf gründlicher Literaturrecherche. Es besteht jedoch eine Vielzahl an weiteren Theorien, die sich mit der politischen Kommunikation politischer Akteur*innen und Genderaspekten beschäftigen. Für die vorliegende Arbeit wurden Theorien ausgewählt, die in anderen Studien bereits Anwendung fanden und somit vielseitig bestätigt wurden. Dennoch muss die Auswahl kritisch betrachtet werden. Die Role Congruity Theorie nach Eagly und Karau (2002) wird beispielsweise von Rudman et al. (2012) kritisiert. Nach den Autor*innen berücksichtigt die Theorie nicht, dass Frauen mit agentischen Eigenschaften (Zielstrebigkeit, Kompetenz oder Durchsetzungsvermögen) auch Rückschläge erleiden können, wenn sie keine Führungsposition innehaben. Die Aspekte der Geschlechterrollen, die für den Backlash verantwortlich sind, sollten spezifischer festgelegt werden.

Durch eine starke Dynamik des Forschungsfeldes, nicht zuletzt durch den Einfluss von äußeren politischen Veränderungen, sind solche Hinterfragungen wichtig zu reflektieren und in zukünftige Forschung mit einzubeziehen.

Methodische Limitationen

Eine grundlegende Limitation vieler und damit auch dieser Studien ist das festgesetzte 5%-Signifikanzniveau, welches in diversen wissenschaftlichen Bereichen als Grenze gesetzt wird. Dies ist eine willkürliche Festlegung von Fisher (1925), die bei einigen

Wissenschaftler*innen auf Kritik stößt und Diskussionen über eine Anpassung auslöst. Aufgrund der verbreiteten Nutzung wurde diese Grenze jedoch für die folgende Arbeit verwendet.

Eine wichtige Limitation dieser Arbeit ist außerdem die Zusammensetzung des Samples. Zwar wurden durch die Randomisierung die Geschlechter einheitlich auf die Gruppen verteilt, da von einem Einfluss des Geschlechts auf die Wahrnehmung ausgegangen wurde, jedoch haben insgesamt mehr Frauen (68,8%) als Männer (31,2%) an der Studie teilgenommen. Auch die politische Einstellung der Teilnehmenden lag mit 76% deutlich im linken Spektrum. Es wurde kein nachweisbarer signifikanter Effekt dieser Stichprobencharakteristika gefunden. Ein möglicher Effekt könnte jedoch trotzdem bestehen, wenn man mit einem größeren Stichprobenumfang arbeiten würde.

In Bezug auf die Erhebung des Geschlechts lässt sich außerdem festhalten, dass die Erhebung durch die Kategorien *männlich*, *weiblich* und *divers/non-binär* weitere Geschlechter ausschließt. Die Erhebung des Geschlechts ist in der empirischen Sozialforschung ein sehr wenig reflektiertes Konzept und bedarf dringender Überarbeitung (De Vries et al., 2024). Um trotzdem eine Möglichkeit zu bieten, keine der genannten Angaben zu machen, und aufgrund der Sensibilität des Themas wurde die Auswahlmöglichkeit *keine Angabe* hinzugefügt, was jedoch ebenfalls keinen genügenden Raum für geschlechtliche Vielfalt bietet. Die Integration dieser Möglichkeit, die Betonung der Abfrage des biologischen Geschlechts sowie die Frage nach der Identifikation mit dem eigenen biologischen Geschlecht sollen eine Reflexion mit den Konzepten darstellen und bieten den Teilnehmenden eine differenziertere Angabe als die sonst oft gängige Geschlechterabfrage in anderen Studien. Die Limitation ist jedoch zu betonen und in zukünftigen Studien zu beachten.

Mögliche Störvariablen, Kovariablen sowie das Geschlecht in der Moderationsanalyse wurden für die Analyse herausgerechnet. Unberücksichtigte Drittvariablen wie

Medienkonsum, Parteipräferenz oder Wissen in der Politik oder dem Feminismus könnten jedoch ebenfalls eine Rolle bei der Wahrnehmung von Politiker*innen spielen. So betreiben Linke und Grüne Parteien eher eine aktive Frauenförderpolitik, als es konservative Parteien tun (Fuchs, 2008). Die Parteienpräferenz könnte einen positiven Einfluss haben auf die Wahrnehmung von feministischen Inhalten von Politiker*innen.

Studien haben außerdem einen Einfluss von physischen Merkmalen des/der Politiker*in auf die Wahrnehmung und damit Wählerbereitschaft von Wähler*innen untersucht. Chiao et al. (2008) fanden heraus, dass die Attraktivität des Politiker*innengesichts und das Geschlecht eine Rolle bei der Wahlentscheidung spielen können. Das stellt einen weiteren möglichen Einflussfaktor der Wahrnehmung dar.

In Bezug auf die durchgeführten statistischen Berechnungen lässt sich festhalten, dass trotz Verletzung der Varianzhomogenität in H1 und H3 durch den Levene-Test die annähernd gleichgroßen Gruppen sowie die Robustheit der Testverfahren als Gründe gesehen wurden, diese Verletzung für die Analyse nicht zu beachten. Die Ergebnisse sind dadurch jedoch mit Vorsicht zu interpretieren. Außerdem ist anzumerken, dass der Levene-Test nicht das einzige Testverfahren für die Homogenität der Varianzen darstellt. Field (Field, 2017) betont, dass der Levene-Test, wie andere Tests ebenfalls, auch fehleranfällig ist und daher diese Einschränkungen in der Analyse betrachtet werden sollten.

Die Voraussetzung der Normalverteilung wurde für die Gruppe *Frau/feministisch* verletzt. Schmider et al. (2010) zeigen, dass die ANOVA dennoch robust genug ist.

Drei Ausreißer wurden außerdem visuell mittels Boxplot-Diagramm festgestellt, jedoch nicht aus dem Datensatz gelöscht, da von einer ausreichend großen Stichprobe ausgegangen wurde, die diese Verletzung relativiert (Huber et al., 2014). Dennoch ist die kritische Betrachtung wichtig, da Ausreißer eine mögliche Quelle für Verzerrungen der statistischen Analysen darstellen können.

Bei der Überprüfung der Voraussetzungen für die ANCOVA wurde eine Verletzung der Homogenität der Regressionssteigung für die Kovariable *Identifikation mit dem biologischen Geschlecht* festgestellt. Das heißt, dass die Beziehung zwischen dieser Kovariablen und der abhängigen Variablen nicht in jeder Gruppe gleich ist. Diese Verletzung wurde für die Analyse vernachlässigt, da nur eine geringe Abweichung vorliegt ($p = .042$) und die Vergleichbarkeit der statistischen Modelle gewahrt werden sollte. Die Ergebnisse sind daher mit Einschränkung zu interpretieren.

Ausblick

Für künftige Forschung zur Wahrnehmung politischer Akteur*innen durch politische Kommunikation wäre der Einbezug kommunikationswissenschaftlicher Konzepte wie Priming und Framing von großem Interesse. So könnte untersucht werden, wie feministische und antifeministische Aussagen als Frames wirken, welche Reize sie bei Wähler*innen hervorrufen und wie sie die Wahrnehmung von Politiker*innen steuern. Ebenso könnten Priming-Effekte untersucht werden, inwieweit gewisse Schemata – beispielsweise Genderschemata – über die Zeit hinweg aktiviert werden und somit zu einer Beeinflussung der Wahrnehmung beitragen (Scheufele, 2011).

Darüber hinaus ist die Betrachtung von weiteren Merkmalen der Rezipient*innen in künftigen Studien interessant, wie etwa Wahlverhalten, soziale Herkunft oder Mediennutzung. Diese könnten relevante Einflussfaktoren darstellen, die die Wahrnehmung von Politiker*innen in Bezug auf Sympathie und Kompetenz verändern.

Um mögliche zeitliche Veränderungen der Wahrnehmung zu untersuchen, wäre auch eine Längsschnittstudie denkbar. Wandelnde Diskurse und Geschlechterrollen könnten hier miteinbezogen und analysiert werden.

Fazit

Ziel dieser Arbeit war es herauszufinden, welchen Einfluss das Geschlecht einer Politikerin oder eines Politikers sowie die politische Aussage auf die Wahrnehmung durch Teilnehmer*innen in Bezug auf Sympathie und Kompetenz haben. Außerdem wurde der Einfluss des Teilnehmendengeschlechts analysiert.

Die bestehende Literatur beschäftigt sich bereits mit der unterschiedlichen Wahrnehmung von Geschlecht in politischen Kontexten und Studien zeigen stereotypische Charaktereigenschaften von Männern und Frauen. Diese Studie zielte daher darauf ab, nicht nur das Geschlecht als Einflussfaktor zu untersuchen, sondern auch die politische Aussage miteinzubeziehen und deren Interaktionen, was bisher in der Literatur nicht berücksichtigt wurde. Auf Grundlage von interdisziplinären Theorien aus der Sozialpsychologie, Gender Studies, politischen Kommunikationsforschung und Medienpsychologie wurden fünf Hypothesen abgeleitet und statistisch geprüft.

Im Rahmen eines Experiments im 2 x 2-Design mit Online-Umfrage wurde ein Sample aus 237 Teilnehmenden ab 18 Jahren zu der Wahrnehmung von Politiker*innen befragt. Deskriptive Analysen lieferten hierbei zunächst Trends und Informationen über die Beziehungen der unabhängigen und abhängigen Variablen. Die Rechnungen von Varianzanalysen sowie einer Regression haben die Zusammenhänge statistisch überprüft. Die Hypothesen konnten nicht bestätigt werden, signifikante Ergebnisse haben diese teilweise widerlegt. Weibliche Politikerinnen werden insgesamt als kompetenter eingeschätzt als Politiker und feministische Aussagen führten zu einer höheren Kompetenz- und Sympathiezuschreibung als antifeministische Aussagen.

Diese Arbeit leistet damit einen ersten Beitrag zur Untersuchung der Wirkung von politischen Aussagen in Bezug auf feministische und antifeministische Themen, welches ein bislang wenig erforschtes Thema ist. Die Befunde zeigen außerdem eine Notwendigkeit

weiterer Studien zur geschlechtsbezogenen Wahrnehmung von Politiker*innen, da zentrale theoretische Annahmen nicht durchgängig bestätigt werden konnten und andere Studien ebenfalls teils konträre Ergebnisse zeigen.

Die Relevanz von Studien, die Geschlecht als Variable integrieren, ist nicht zuletzt dadurch gegeben, da geschlechtsspezifische Wahrnehmungsmuster im sozialen, politischen und medialen Bereich weiterhin nachweisbar sind. Die Ergebnisse dieser Arbeit verdeutlichen auch, dass geschlechtsstereotypische Vorstellungen selbst in modernen Demokratien fortbestehen. Eine kritische Auseinandersetzung mit diesen Mechanismen ist zentral, um Chancenungleichheiten sichtbarer zu machen und langfristig eine Gleichstellung der Geschlechter im politischen Raum zu erreichen.

Reflexion KI-Nutzung

In der vorliegenden Arbeit wurden KI-Tools (Künstliche Intelligenz) herangezogen, was im folgenden Abschnitt reflektiert und dokumentiert wird.

Für die Stimuluserstellung wurden zunächst mit Hilfe von ChatGPT (OpenAI, 2023) die Aussagen und Beschreibungen formuliert. Ziel hierbei war es, diese möglichst ähnlich zu formulieren, mit dem Unterschied des feministischen oder antifeministischen Inhaltes. Das Thema wurde der KI im Vorhinein mitgeteilt. Der Name der fiktiven Partei wurde ebenfalls in Zusammenarbeit mit ChatGPT ausgewählt. Auch die Portraits der politischen Akteure wurden mittels KI-Bild-Generator Magic Media von Canva (Canva, 2023) erstellt. Stichwörter wie „Frau“, „Politik“, „Real“ oder „Rede“ wurden vorgegeben und anschließend zwei für das Thema passende Bilder ausgewählt. Hierbei sollte die Ähnlichkeit zu real existierenden Politiker*innen ausgeschlossen werden, was durch die künstliche Erstellung leicht gegeben war. Weiterhin wurde ChatGPT bei ersten Überlegungen zur Struktur der Arbeit sowie zum

Thema herangezogen. Die Ergebnisse haben im Arbeitsprozess einen wichtigen Beitrag zur Arbeit geleistet, jedoch keine textlichen oder inhaltlichen Vorlagen geboten.

Literaturverzeichnis

- Aigner, I., & Lenz, I. (2023). Antifeminismus und Antigenderismus in medialen und digitalen Öffentlichkeiten. In *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Barabas, J., & Jerit, J. (2010). Are Survey Experiments Externally Valid? *American Political Science Review*, 104(2), 226–242. <https://doi.org/10.1017/S0003055410000092>
- Bauer, M. F. (2024). Beauty, baby and backlash? Anti-feminist influencers on TikTok. *Feminist Media Studies*, 24(5), 1023–1041. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2263820>
- Bem, S. L. (1983). Gender Schema Theory and Its Implications for Child Development: Raising Gender-Aschematic Children in a Gender-Schematic Society. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 8(4), 598–616. <https://doi.org/10.1086/493998>
- Bieber, I. E. (2013). Benachteiligung von Minderheiten Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung des Kandidatengeschlechts und der -herkunft auf das Wählerverhalten. In *Koalitionen, Kandidaten, Kommunikation: Analysen zur Bundestagswahl 2009*. Springer Fachmedien Wiesbaden. DOI 10.1007/978-3-531-94010-6
- Blum, R. (2021). Angst um die Vormachtstellung: Zum Begriff und zur Geschichte des deutschen Antifeminismus. In *Gesellschaft unter Spannung. Verhandlungen des 40. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie 2020*. https://publikationen.soziologie.de/index.php/kongressband_2020/article/view/1323
- Breite Kritik an sexistischen Aussagen Vilimskys.* (2024, Juli 8). orf.at. <https://orf.at/stories/3363924/>
- Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2009). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung* (5. Aufl). VS Verl. für Sozialwiss. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91821-1>

- Canva. (2023). *Magic Media*. <https://www.canva.com/magic/>
- Carson, A., Ruppanner, L., & Lewis, J. M. (2019). Race to the top: Using experiments to understand gender bias towards female politicians. *Australian Journal of Political Science*, 54(4), 439–455. <https://doi.org/10.1080/10361146.2019.1618438>
- Chiao, J. Y., Bowman, N. E., & Gill, H. (2008). The Political Gender Gap: Gender Bias in Facial Inferences that Predict Voting Behavior. *PLoS ONE*, 3(10), e3666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003666>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. ed., reprint). Psychology Press.
- Dausien, B., & Walgenbach, K. (2015). Sozialisation von Geschlecht – Skizzen zu einem wissenschaftlichen Diskurs und Plädoyer für die Revitalisierung einer gesellschaftsanalytischen Perspektive. In B. Dausien, C. Thon, & K. Walgenbach (Hrsg.), *Jahrbuch Frauen- und Geschlechterforschung in der Erziehungswissenschaft: Geschlecht – Sozialisation – Transformationen* (S. 17–50). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/jfgfe.v11i1.02>
- De Vries, L., Fischer, M., & Kasproski, D. (2024). „männlich“, „weiblich“, „divers“ – Eine kritische Auseinandersetzung mit der Erhebung von Geschlecht in der quantitativ-empirischen Sozialforschung. *Zeitschrift für Soziologie*, 53(4), 364–386. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2024-2029>
- Dellenbaugh-Losse, M. (2024). *Gendergerechte Stadtentwicklung: Wie wir eine Stadt für alle bauen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-45290-2>
- Döring, N. (2013). *Zur Operationalisierung von Geschlecht im Fragebogen: Probleme und Lösungsansätze aus Sicht von Mess-, Umfrage-, Gender- und Queer-Theorie* 12.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>

- Eagly, A. H., & Mladinic, A. (1994). Are People Prejudiced Against Women? Some Answers From Research on Attitudes, Gender Stereotypes, and Judgments of Competence. *European Review of Social Psychology*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.1080/14792779543000002>
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301–315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Eberl, J.-M., Wagner, M., & Boomgaarden, H. G. (2017). Are Perceptions of Candidate Traits Shaped by the Media? The Effects of Three Types of Media Bias. *The International Journal of Press/Politics*, 22(1), 111–132. <https://doi.org/10.1177/1940161216674651>
- Eckes, T. (2008). Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (Bd. 35). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Emmer, M. (2022). Soziale Medien in der politischen Kommunikation. In *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2>
- Enengl, F., Aufhauser, K., Nikolatti, R., Meyer, L., & Bergmann, N. (2023). *Explorative Studie zur politischen Partizipation junger Frauen*.
- European Social Survey. (2023). *Source Questionnaire Round 11*. https://www.europeansocialsurvey.org/sites/default/files/2024-01/ESS%20Round%2011%20Source%20Questionnaire_FINAL_Alert%2004.pdf
- Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I., & Tutz, G. (2023). *Statistik: Der Weg zur Datenanalyse*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-67526-7>
- Field, A. (2017). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. SAGE Publications.
- Fisher, R. A. (1925). *Statistical methods for research workers*. Oliver & Boyd.

- Fuchs, G. (2008). Politik: Verfasste politische Partizipation von Frauen. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (S. 539–546). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_64
- Gebhard, D., & Klaus, J. (2024, März 8). *Anti-Feminismus von rechts: Wie sich die AfD „echte Frauen“ vorstellt*. ZDF heute. <https://www.zdfheute.de/politik/deutschland/afd-weltfrauentag-frauenbild-anti-feminismus-100.html>
- GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. (2025). *ALLBUS 2023 Fragebogendokumentation Erhebungsmodus CAPI* [Fragebogendokumentation]. www.gesis.org/allbus
- Gildemeister, R. (2008). Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung* (Bd. 35). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis, second edition: A regression-based approach*. Guilford Publications.
- Heß, C. (2024). Antifeminismus. In F. Virchow, A. Hoffstadt, C. Heß, & A. Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 1–13). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38373-2_31-1
- Hesse, A.-K., & Nuszbaum, M. (2022). Einfaktorielle Varianz- und Moderationsanalyse: Bedeutung haptischer Informationen in Alltagssituationen bei eingeschränkter visueller Wahrnehmungsfähigkeit. In S. Boßow-Thies & B. Krol (Hrsg.), *Quantitative Forschung in Masterarbeiten: Best-Practice-Beispiele wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35831-0>
- Holtz-Bacha, C. (2023). Politische Kommunikation und Geschlecht. Politikerinnen in den Medien. In *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunden der*

- feministischen Kommunikations- und Medienforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Huber, F., Meyer, F., & Lenzen, M. (2014). *Grundlagen der Varianzanalyse: Konzeption - Durchführung - Auswertung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05666-7>
- Huddy, L., & Terkildsen, N. (1993). Gender Stereotypes and the Perception of Male and Female Candidates. *American Journal of Political Science*, 37(1), 119. <https://doi.org/10.2307/2111526>
- Janssen, J., & Laatz, W. (2017). *Statistische Datenanalyse mit SPSS: Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-53477-9>
- Kelly, E. A. (2005). Review Essay: A New Generation of Feminism? Reflections on the Third Wave. *New Political Science*, 27(2), 233–243. <https://doi.org/10.1080/07393140500098516>
- Kervyn, N., Bergsieker, H. B., & Fiske, S. T. (2012). The innuendo effect: Hearing the positive but inferring the negative. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 77–85. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.08.001>
- Kim, N., Skurka, C., & Madden, S. (2024). The effects of self-disclosure and gender on a climate scientist's credibility and likability on social media. *Public Understanding of Science*, 33(6), 692–708. <https://doi.org/10.1177/09636625231225073>
- Koch, T., & Obermaier, M. (2014). Politiker mit Herz haben keinen Verstand? Wie Rezipienten fehlende Informationen über Politiker negativ inferieren. In *Book of Abstracts—Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK)*.

- Koch, T., Peter, C., & Müller, P. (2019). *Das Experiment in der Kommunikations- und Medienwissenschaft: Grundlagen, Durchführung und Auswertung experimenteller Forschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19754-4>
- Kroll, R. (2002). *Metzler Lexikon Gender Studies Geschlechterforschung*. Verlag J.B. Metzler.
- Lang, J., & Fritzsche, C. (2018). Backlash, neoreaktionäre Politiken oder Antifeminismus? Forschende Perspektiven auf aktuelle Debatten um Geschlecht. *Feministische Studien*, 36(2), 335–346. <https://doi.org/10.1515/fs-2018-0036>
- Lawless, J. L., & Fox, R. L. (2010). *It Still Takes A Candidate: Why Women Don't Run for Office* (1. Aufl.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511778797>
- Lee, E.-J., Oh, S. Y., Lee, J., & Kim, H. S. (2018). Up Close and Personal on Social Media: When Do Politicians' Personal Disclosures Enhance Vote Intention? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 381–403. <https://doi.org/10.1177/1077699018754911>
- Lenz, I. (2008). *Die Neue Frauenbewegung in Deutschland* (1. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lenz, I. (2019). Feminismus: Denkweisen, Differenzen, Debatten. In B. Kortendiek, B. Riegraf, & K. Sabisch (Hrsg.), *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung* (Bd. 65, S. 231–241). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_18
- Mackie, D. M., & Smith, E. R. (2018). Intergroup Emotions Theory: Production, Regulation, and Modification of Group-Based Emotions. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Bd. 58, S. 1–69). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2018.03.001>

- Murthy, D. (2024). Sociology of Twitter/X: Trends, Challenges, and Future Research Directions. *Annual Review of Sociology*, 50(1), 169–190. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-031021-035658>
- Muschalik, C., Otten, M., Breuer, J., & Von Rüden, U. (2021). Erfassung und Operationalisierung des Merkmals „Geschlecht“ in repräsentativen Bevölkerungsstichproben: Herausforderungen und Implikationen am Beispiel der GeSiD-Studie. *Bundesgesundheitsblatt - Gesundheitsforschung - Gesundheitsschutz*, 64(11), 1364–1371. <https://doi.org/10.1007/s00103-021-03440-8>
- OpenAI. (2023, November 6). *ChatGPT-4 Turbo*. <https://chatgpt.com/>
- Pemsel-Maier, S. (2013). *Blickpunkt Gender*. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-03055-6>
- Peroni, C., & Rodak, L. (2020). Introduction: The fourth wave of feminism: From social networking and self-determination to sisterhood. *Oñati Socio-Legal Series*, 10(1S), 1S-9S. <https://doi.org/10.35295/osls.iisl/0000-0000-0000-1160>
- Rudman, L. A. (1998). *Self-Promotion as a Risk Factor for Women: The Costs and Benefits of Counterstereotypical Impression Management*. 3.
- Rudman, L. A., & Glick, P. (2001). Prescriptive Gender Stereotypes and Backlash Toward Agentic Women. *Journal of Social Issues*, 57(4), 743–762. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00239>
- Rudman, L. A., & Goodwin, S. A. (2004). Gender Differences in Automatic In-Group Bias: Why Do Women Like Women More Than Men Like Men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(4), 494–509. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.4.494>
- Rudman, L. A., Moss-Racusin, C. A., Phelan, J. E., & Nauts, S. (2012). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice against female

- leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 165–179.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.10.008>
- Scheufele, B. (2011). Effekte von Medien-Framing und Medien-Priming bei Haupt- und Nebenwahlen: Theoretische Ansätze, empirische Befunde und konzeptionelle Überlegungen. In J. Tenscher, *Superwahljahr 2009: Vergleichende Analysen aus Anlass der Wahlen zum Deutschen Bundestag und zum Europäischen Parlament*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93220-0>
- Schmider, E., Ziegler, M., Danay, E., Beyer, L., & Bühner, M. (2010). Is It Really Robust?: Reinvestigating the Robustness of ANOVA Against Violations of the Normal Distribution Assumption. *Methodology*, 6(4), 147–151. <https://doi.org/10.1027/1614-2241/a000016>
- Schulz, W. (2008). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (2., vollständig überarbeitete und erw. Aufl). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Seemann, L., Baumeister, J., & Marduchaeva, N. (2024, November 14). *Trumps Rückkehr: Rollback für Frauenrechte.* wdr.de.
<https://www1.wdr.de/daserste/monitor/sendungen/Trumps-rueckkehr-rollback-fuer-frauenrechte-100.html>
- Tajfel, H., & Turner, J. (2004). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In *Organizational Identity: A Reader*. OUP Oxford.
- Thiessen, B. (2008). Feminismus: Differenzen und Kontroversen. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_4
- Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology*, 4(1), 25–29. <https://doi.org/10.1037/h0071663>

Wacker, E., Fischer, A., & Schorlemmer, J. (2021). Arbeitsbezogener Stress und Geschlechtsidentität: Ein Studienprotokoll. *Zentralblatt für Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz und Ergonomie*, 71(5), 234–238. <https://doi.org/10.1007/s40664-021-00429-7>

Anhang

Anhang A: Fragebogen

Seite 1

Herzlich Willkommen!

Vielen Dank für Ihr Interesse an diesem Experiment zum Thema „Wahrnehmung von politischer Kommunikation im Internet“ im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Im ersten Schritt kommen ein paar Fragen zu Ihrer Person. Daraufhin wird Ihnen ein Screenshot eines Beitrages der Plattform X (ehemals Twitter) gezeigt sowie ein paar Fragen zu Ihren Eindrücken dazu.

Die Bearbeitung der Studie wird etwa 4-5 Minuten in Anspruch nehmen.

Dafür bitte ich Sie, zunächst die Hinweise zum Datenschutz auf der nächsten Seite genau zu lesen und die Zustimmung zu bestätigen. Erst dann kann die Studie gestartet werden.

Teilnehmende von Survey-Circle erhalten den Code auf der letzten Seite der Umfrage.

Bei Fragen oder Anmerkungen können Sie mich gerne unter folgender E-Mail Adresse kontaktieren: a12143026@unet.univie.ac.at. Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wenden Sie sich bitte an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M.(verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

Vielen Dank für Ihre Zeit!

Katharina Novotny

Seite 2

Hinweise zum Datenschutz

Die Teilnahme an dieser Studie erfolgt freiwillig. Sie können den Fragebogen jederzeit abbrechen. Die Teilnahme ist anonym. Ihre Antworten können nicht auf Sie zurückgeführt werden.

Die Daten können von der Betreuerin der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art. 89 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortlichen dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung und Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung und das Recht auf Datenübertragbarkeit.

Die Daten werden ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§2f Abs. 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Ich bin über 18 Jahre alt, habe die Hinweise zum Datenschutz gelesen und zur Kenntnis genommen und bin mit der Verarbeitung meiner Daten einverstanden.

☐ Ja, ich bin einverstanden

☐ Nein, ich bin nicht einverstanden (keine Studienteilnahme möglich)

Seite 3

Welches Geschlecht haben Sie?

Bitte geben Sie das Geschlecht an, welches Ihnen bei der Geburt zugeordnet worden ist.

☐ männlich

☐ weiblich

☐ divers/non-binär

☐ keine Angabe

Wie alt sind Sie?

Bitte in ganzen Zahlen angeben (z.B. 25).

Ich bin ____ Jahre alt.

Seite 4

Wie stark identifizieren Sie sich mit den folgenden Aspekten Ihrer Person?

Bitte geben sie Ihre Einschätzung auf der Skala an.

(Stimme überhaupt nicht zu, Stimme nicht zu, Stimme eher nicht zu, Stimme weder zu noch nicht zu, Stimme eher zu, Stimme zu, Stimme voll und ganz zu)

_Ihre Nationalität

_Ihr biologisches Geschlecht

_Ihre EU-Bürgerschaft

_Ihre politische Orientierung

Seite 5

Wie stark interessieren Sie sich für folgende Themen?

Bitte geben sie Ihre Einschätzung auf einer Skala von „gar nicht“ bis hin zu „sehr stark“ an.

(Schieberegler mit Beschriftung der Extremen)

_Digitalisierung

_Feminismus

_Politik

_Klimawandel

Man spricht in der Politik immer wieder von „links“ und „rechts“.

Bitte ordnen Sie sich persönlich auf der folgenden Skala ein.

(Schieberegler mit Beschriftung der Extremen „links“ und „rechts“)

Seite 6

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

☐ noch Schüler*in

☐ kein Schulabschluss

☐ Pflichtschule / Hauptschule / Volksschule

☐ Mittlere Reife / Realschule / Sekundarstufe I

☐ Berufsausbildung / Lehre

☐ (Fach-) Abitur / Matura / Berufsmaturität

☐ Hochschulabschluss (z.B. Bachelor, Master, Diplom)

☐ Promotion / Doktorat

☐ Sonstiger Abschluss: _____

Was ist Ihr aktuelles monatliches Nettoeinkommen ?

☐ unter 1000€

☐ 1000-1499€

☐ 1500-1999€

☐ 2000-2499€

☐ 2500-2999€

☐ 3000-3499€

☐ 3500-3999€

☐ 4000-4499€

☐ 4500-4999€

☐ 5000€ und mehr

Seite 7

Nun werden Sie im nächsten Schritt einen Beitrag der Plattform X (ehemals Twitter) sehen. Bitte schauen Sie sich diesen genau an und lesen Sie bitte auch aufmerksam die textlichen Elemente durch.

*Seite 8**Präsentation des Stimulus**Seite 9*

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf den eben gezeigten Beitrag zu?

Ich denke die Person ist...

(Stimme überhaupt nicht zu, Stimme nicht zu, Stimme eher nicht zu, Stimme weder zu noch nicht zu, Stimme eher zu, Stimme zu, Stimme voll und ganz zu)

_sympathisch

_eine gute Führungskraft

_attraktiv

_freundlich

_kompetent

_intelligent

Seite 10

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf den eben gezeigten Beitrag zu?

(Stimme überhaupt nicht zu, Stimme nicht zu, Stimme eher nicht zu, Stimme weder zu noch nicht zu, Stimme eher zu, Stimme zu, Stimme voll und ganz zu)

- _Auf dem Beitrag war eine Frau zu sehen
- _Die Person hatte ein eher konservative Einstellung
- _Die Person hatte eine eher progressive Einstellung

Seite 11

Herzlichen Dank für die Teilnahme!

Liebe*r Teilnehmer*in,

in dieser Studie ging es nicht – wie zu Beginn angegeben – um das Thema „politische Kommunikation im Internet“. Tatsächlich untersuche ich, wie die Aussage und das Geschlecht von Politiker*innen Einfluss auf die Wahrnehmung durch Wähler*innen nehmen. Dazu haben Sie einen von insgesamt vier unterschiedlichen Beiträgen gesehen.

Der X-Beitrag samt Abbildung und Text wurde von uns erstellt und entspricht nicht der Realität. Das Bild der Person wurde durch eine KI generiert.

Seite 12

Sie haben das Ende des Fragebogens erreicht!

Falls Sie noch Fragen zum Inhalt, Zweck oder zur Forschungsethik dieser Erhebung haben, wenden Sie sich bitte an mich, Katharina Novotny (a12143026@unet.univie.ac.at).

Vielen Dank für Ihre Teilnahme! Sie können das Browserfenster jetzt schließen.

Falls Sie SurveyCircle Punkte sammeln, hier der Code zum Einlösen: 128H-WMHG-MRGK-7YS2

Oder direkt über folgenden Link: <https://www.surveycircle.com/128H-WMHG-MRGK-7YS2/>

Anhang B: Stimulus

Abbildung B1

Stimulus 1: Frau/antifeministisch



Abbildung B2*Stimulus 2: Frau/feministisch*

Abbildung B3*Stimulus 3: Mann/antifeministisch*

Abbildung B4*Stimulus 4: Mann/feministisch*