

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	9
1.1	Arbeitslosigkeit in Wahlkämpfen – Gegenstand der Untersuchung..	9
1.2	Wirtschaftspopulismus – These und Fragestellung	12
1.3	Gliederungsprinzipien	18
2	Forschungsstandanalyse	21
2.1	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Politikwissenschaft.	22
2.1.1	Arbeitslosigkeit in der Wahlkampfführung der Parteien	22
2.1.2	Die Sachfrage als Gegenstand von Populismus	24
2.1.3	Arbeitslosigkeit und Wahlverhalten	28
2.2	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Kommunikationswissenschaft	33
2.2.1	Agendabildung durch Medien und Parteien	34
2.2.2	Medien und Parteien: Instrumentalisierung oder Interdependenz.....	37
2.2.3	Schnittstelle I: Politikvermittlung und Konstruktion politischer Realität.....	39
2.2.4	Schnittstelle II: Wahlkampfführung in der Mediengesellschaft ..	43
2.3	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Volkswirtschaftslehre	45
2.3.1	Konjunkturpolitik als Wahlpolitik	45
2.3.2	Arbeitsmarktlage und Parteienpopularität in der Geschichte.....	47
2.3.3	Ökonomie der Wahlentscheidung.....	49
2.4	Forschungsdefizit und Relevanz der Fragestellung	51
3	Methodik	53
4	Der Bundestagswahlkampf 1994	55

4.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt.....	55
4.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage	55
4.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme	56
4.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	65
4.1.4	Einordnung und Ergebnisse	69
4.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	71
4.2.1	Wirtschaftliche Situation	71
4.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	72
4.2.3	Einordnung und Ergebnisse	75
4.3	Wahl	76
4.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und die Wahlentscheidung	76
4.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode	78
4.4	Auswertung	79
5	Der Bundestagswahlkampf 1998	85
5.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt.....	85
5.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage	85
5.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme	87
5.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	92
5.1.4	Einordnung und Ergebnisse	96
5.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	98
5.2.1	Wirtschaftliche Situation	98
5.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	99
5.2.3	Einordnung und Ergebnisse	102
5.3	Wahl	103
5.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und Wahlentscheidung	103
5.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode	105
5.4	Auswertung	106

6	Der Bundestagswahlkampf 2002	111
6.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt	111
6.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage	111
6.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme	113
6.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	118
6.1.4	Einordnung und Ergebnisse	120
6.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	122
6.2.1	Wirtschaftliche Situation	122
6.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	123
6.2.3	Einordnung und Ergebnisse	126
6.3	Wahl	127
6.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und Wahlentscheidung	127
6.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode	128
6.4	Auswertung	129
7	Ergebnisse: Wirtschaftspopulismus in Bundestagswahlkämpfen	135
7.1	Inhaltliche Kriterien von Wirtschaftspopulismus	135
7.1.1	Überbetonen von Wachstum als Ziel der Wirtschaftspolitik	135
7.1.2	Überbetonen von Einkommensverteilung als Ziel der Wirtschaftspolitik	138
7.1.3	Suggestieren oder Abstreiten von Einflussmöglichkeiten.....	141
7.2	Charakteristische Kommunikationsweisen von Wirtschaftspopulismus	144
7.2.1	Darstellungsweisen: Dramatisieren, Übertreiben, Überhöhen...	145
7.2.2	Nutzen von Emotionen, Ängsten und Vorurteilen.....	146
7.2.3	Propagieren von einfachen Lösungsvorschlägen.....	149
7.2.4	Orientieren an Medienlogik und Meinungsumfragen	155
8	Bewertung und Ausblick	161

9	Anhang.....	165
9.1	Literatur	165
9.2	Quellen	173