

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	9
Abkürzungsverzeichnis.....	15
1 Einleitung	17
1.1 Problemstellung	17
1.2 Landtagswahlkämpfe als Forschungsgegenstand	20
1.3 Methodik.....	28
1.4 Aufbau	30
2 Parteien und Wähler in Ostdeutschland.....	33
2.1 Parteiensystem – Angebotsseite des politischen Systems.....	33
2.1.1 Begriffsklärungen	33
2.1.2 Quantitative Spezifika des ostdeutschen Parteiensystems 1990-2004	34
2.1.3 Qualitative Spezifika des ostdeutschen Parteiensystems 1990-2004	38
2.2 Wahlverhalten – Nachfrageseite des politischen Systems	42
2.2.1 Wahlrecht als Rahmenbedingung und Einflussfaktor.....	42
2.2.2 Wahlverhalten als Rahmenbedingung und Einflussfaktor	43
2.2.3 Landtagswahlen unter dem Einfluss der Bundespolitik.....	50
3 Säulenmodell des Wahlkampfes	53
3.1 Wahlkampfbeginn.....	53
3.2 Konzeptioneller Überbau.....	54
3.2.1 Wahlkampforganisation.....	54
3.2.2 Wahlkampfstrategie	56
3.2.2.1 Generelle Ausprägung	56
3.2.2.2 Spezifische Ausprägung	59
3.2.3 Wahlkampfkommunikation	64
3.2.3.1 Kommunikation als Mittel der Strategieumsetzung.....	64
3.2.3.2 Medienkampagne.....	65
3.2.3.3 Werbekampagne	66
3.2.3.4 Parteien- und Mobilisierungskampagne	67
3.2.4 Professionalisierungsstadien von Organisation und Kommunikation	68
3.3 Erste Säule: Imagekampagne.....	70
3.3.1 Parteiimage	70
3.3.2 Kandidatenimage	71
3.4 Zweite Säule: Themenkampagne.....	74
3.4.1 Allgemeine Themenkampagne	74
3.4.2 Spezielle Themenkampagne	77
3.4.2.1 Wirtschaftspolitik als Wahlkampfthema.....	77
3.4.2.2 Wirtschaftspolitische Konzeption	79

3.5	Dritte Säule: Konkurrenzkampagne.....	88
3.6	Gesamtmodell.....	90
4	Sächsischer Landtagswahlkampf 1990	93
4.1	Entwicklung im Vorfeld der Landtagswahl.....	93
4.2	Wahlkampf der CDU – Auf dem Weg zur Regierungspartei	97
4.2.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr	97
4.2.2	Konzeptioneller Rahmen	100
4.2.3	Imagekampagne.....	103
4.2.4	Themenkampagne.....	107
4.2.5	Konkurrenzkampagne.....	111
4.3	Wahlkampf der SPD – Auf dem Weg in die Opposition.....	113
4.3.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr	113
4.3.2	Konzeptioneller Rahmen	115
4.3.3	Imagekampagne.....	118
4.3.4	Themenkampagne.....	121
4.3.5	Konkurrenzkampagne.....	125
4.4	Wahlkampf der PDS – Kampf ums Überleben.....	127
4.4.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	127
4.4.2	Konzeptioneller Rahmen	129
4.4.3	Imagekampagne.....	132
4.4.4	Themenkampagne.....	135
4.4.5	Konkurrenzkampagne.....	139
4.5	Wahlnachlese	140
4.5.1	Wahlergebnis	140
4.5.2	Entwicklung nach der Wahl.....	143
5	Sächsischer Landtagswahlkampf 1994	147
5.1	Entwicklung im Vorfeld der Landtagswahl.....	147
5.2	Wahlkampf der CDU – Kampf um die absolute Mehrheit	152
5.2.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr	152
5.2.2	Konzeptioneller Rahmen	155
5.2.3	Imagekampagne.....	158
5.2.4	Themenkampagne.....	160
5.2.5	Konkurrenzkampagne.....	164
5.3	Wahlkampf der SPD – Kampf gegen die absolute Mehrheit.....	166
5.3.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr	166
5.3.2	Konzeptioneller Rahmen	169
5.3.3	Imagekampagne.....	171
5.3.4	Themenkampagne.....	174
5.3.5	Konkurrenzkampagne.....	178
5.4	Wahlkampf der PDS – Konsolidierung in der Opposition.....	180
5.4.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr	180
5.4.2	Konzeptioneller Rahmen	183
5.4.3	Imagekampagne.....	186
5.4.4	Themenkampagne.....	188
5.4.5	Konkurrenzkampagne.....	193

5.5	Wahlnachlese.....	194
5.5.1	Wahlergebnis.....	194
5.5.2	Entwicklung nach der Wahl.....	197
6	Sächsischer Landtagswahlkampf 1999.....	201
6.1	Entwicklung im Vorfeld der Landtagswahl.....	201
6.2	Wahlkampf der CDU – Neukrönung der Regierungspartei.....	206
6.2.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	206
6.2.2	Konzeptioneller Rahmen.....	208
6.2.3	Imagekampagne.....	211
6.2.4	Themenkampagne.....	214
6.2.5	Konkurrenzkampagne.....	218
6.3	Wahlkampf der SPD – Deklassierung einer Volkspartei.....	220
6.3.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	220
6.3.2	Konzeptioneller Rahmen.....	222
6.3.3	Imagekampagne.....	225
6.3.4	Themenkampagne.....	228
6.3.5	Konkurrenzkampagne.....	232
6.4	Wahlkampf der PDS – Aufstieg zur Oppositionsführerin.....	234
6.4.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	234
6.4.2	Konzeptioneller Rahmen.....	236
6.4.3	Imagekampagne.....	239
6.4.4	Themenkampagne.....	242
6.4.5	Konkurrenzkampagne.....	246
6.5	Wahlnachlese.....	248
6.5.1	Wahlergebnis.....	248
6.5.2	Entwicklung nach der Wahl.....	251
7	Sächsischer Landtagswahlkampf 2004.....	253
7.1	Entwicklung im Vorfeld der Landtagswahl.....	253
7.2	Wahlkampf der CDU – Ende der absoluten Mehrheit.....	258
7.2.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	258
7.2.2	Konzeptioneller Rahmen.....	260
7.2.3	Imagekampagne.....	263
7.2.4	Themenkampagne.....	266
7.2.5	Konkurrenzkampagne.....	270
7.3	Wahlkampf der SPD – Gescheiterter Neuanfang.....	272
7.3.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	272
7.3.2	Konzeptioneller Rahmen.....	275
7.3.3	Imagekampagne.....	278
7.3.4	Themenkampagne.....	280
7.3.5	Konkurrenzkampagne.....	284
7.4	Wahlkampf der PDS – Zwischen Protest und Regierungsambition.....	286
7.4.1	Parteientwicklung bis zum Wahljahr.....	286
7.4.2	Konzeptioneller Rahmen.....	288
7.4.3	Imagekampagne.....	291
7.4.4	Themenkampagne.....	294

7.4.5	Konkurrenzkampagne.....	299
7.5	Wahlnachlese.....	300
7.5.1	Wahlergebnis.....	300
7.5.2	Entwicklung nach der Wahl.....	303
8	Vergleichende Analyse der Landtagswahlkämpfe.....	307
8.1	Konzeptioneller Rahmen.....	307
8.1.1	Wahlkampforganisation.....	307
8.1.1.1	Temporäre Wahlkampforganisationen.....	307
8.1.1.2	Rolle der Landtagsfraktionen und der Staatskanzlei.....	310
8.1.1.3	Rolle der Bundesparteien.....	312
8.1.1.4	Funktion der Direktkandidaten.....	313
8.1.1.5	Funktion der Parteimitglieder.....	315
8.1.1.6	Funktion externer Politikvermittlungsexperten.....	317
8.1.1.7	Wahlkampfphasen.....	318
8.1.2	Wahlkampfstrategie.....	319
8.1.2.1	Quantitative und qualitative Wahlkampfziele.....	319
8.1.2.2	Kernstrategien.....	321
8.1.2.3	Leitkampagne als zentrales Handlungsprogramm.....	324
8.1.2.4	Regierungs- versus Oppositionsstrategie.....	325
8.1.2.5	Bundespolitik als Teil landespolitischer Wahlkampfstrategien.....	329
8.2	Imagekampagne.....	334
8.2.1	Parteiimage.....	334
8.2.1.1	Ideologisches Parteiimage.....	335
8.2.1.2	Kompetenzvermittelndes Parteiimage.....	339
8.2.1.3	Strukturelles Parteiimage.....	340
8.2.1.4	Sächsische Identität.....	341
8.2.2	Kandidatenimage.....	344
8.3	Themenkampagne.....	350
8.3.1	Allgemeine Themenkampagne.....	350
8.3.1.1	Problemwahrnehmungen der Wähler und Themen der Parteien.....	350
8.3.1.2	Strategische Einbindung der Themenkampagne.....	351
8.3.1.3	Rolle der Wahlprogramme.....	352
8.3.1.4	Themenarten.....	354
8.3.1.5	Art der Personalisierung der Themenkampagne.....	355
8.3.2	Wirtschaftspolitische Konzeption.....	356
8.3.2.1	Situationsanalysen.....	356
8.3.2.2	Zielbestimmungen.....	360
8.3.2.3	Methoden.....	362
8.3.2.4	Ordnungsprinzipien.....	369
8.3.2.5	Rationaler Zusammenhang.....	375
8.4	Konkurrenzkampagne.....	380
8.4.1	Konkurrenzstrategien.....	380
8.4.2	Konkurrenzverhältnis zwischen CDU und SPD.....	382
8.4.3	Konkurrenzverhältnis zwischen CDU und PDS.....	384
8.4.4	Konkurrenzverhältnis zwischen SPD und PDS.....	386
8.4.5	Sächsische Strukturen der Parteienkonkurrenz.....	388

9	Schlussbetrachtung.....	393
9.1	Zusammenfassung	393
9.2	Ausblick und offene Fragen.....	403
10	Quellen- und Literaturverzeichnis	417
10.1	Quellenverzeichnis	417
10.1.1	Archive	417
10.1.2	Veröffentlichte Quellen	417
10.1.3	Interviewte Personen	420
10.1.4	Umfrage- und Wahlanalysen	422
10.2	Literaturverzeichnis	422
10.2.1	Unveröffentlichte Literatur	422
10.2.2	Selbstständig erschienene Literatur	423
10.2.3	Unselbstständig erschienene Literatur	427
10.2.4	Zeitungen und Zeitschriften.....	439
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	441
	Tabellenanhang	443