

Inhalt

Dank.....	9
Vorwort von Hans Mathias Kepplinger	11
1 Einführung	13
1.1 Ausgangsbefund.....	13
1.2 Erklärungsmöglichkeiten	15
1.3 Zur vorliegenden Untersuchung	24
2 Wirkungspotenzial von Wahlwerbung und aktueller Berichterstattung	27
2.1 Informationsangebote von Parteien und Medien.....	27
2.1.1 Informationsmenge	28
2.1.2 Aktivierungspotenzial.....	36
2.2 Nutzung von Wahlwerbung und Wahlkampfberichterstattung.....	40
2.2.1 Reichweite.....	41
2.2.2 Kontakthäufigkeit und Nutzungsdauer.....	44
2.3 Glaubwürdigkeit von Wahlwerbung und Wahlkampfberichterstattung.....	48
2.3.1 Botschaftsinhalt.....	50
2.3.2 Akteure.....	55
2.3.3 Journalistische Einflussnahme.....	58
2.3.4 Medium	60
2.4 Relevanz verschiedener Informationsquellen im Wahlkampf.....	64
2.4.1 Eigene Beobachtungen	64
2.4.2 Interpersonale Kommunikation	65
2.4.3 Aktuelle Berichterstattung.....	67
2.4.4 Wahlwerbung	69
2.5 Zwischenfazit	71
3 Wirkungsimplicationen der Relationen zwischen Wahlwerbung und aktueller Berichterstattung	75
3.1 Mögliche Relationen.....	75
3.2 Wirkungsimplicationen.....	76

3.2.1	Konsonanz.....	76
3.2.2	Dissonanz	96
3.3	Annahmen der vorliegenden Untersuchung.....	108
4	Methodisches Vorgehen.....	111
4.1	Inhalte der aktuellen Medienberichterstattung.....	113
4.2	Inhalte der Wahlwerbung	117
4.2.1	Auswahl der Werbemittel.....	117
4.2.2	Erfassung der Inhalte	119
4.2.3	Exkurs: Vercodung der Werbethemen.....	124
4.3	Wirkungen der Wahlwerbung.....	128
5	Ereignishintergrund der Bundestagswahl 2002	129
5.1	Ereignisse im Vorfeld des Wahlkampfs	129
5.2	Ereignisse während des Wahlkampfs	133
5.3	Die Wahlkampagnen der Volksparteien.....	135
5.3.1	SPD.....	135
5.3.2	CDU/CSU.....	139
5.4	Wahlergebnis	142
6	Themen im Bundestagswahlkampf 2002	145
6.1	Themen der aktuellen Berichterstattung	145
6.1.1	Gesamter Untersuchungszeitraum.....	145
6.1.2	Einzelne Untersuchungswochen	150
6.1.3	Aufmachertemen.....	151
6.2	Themen der Wahlwerbung.....	153
6.2.1	Gestalterische Umsetzung.....	154
6.2.2	Häufigkeit des Vorkommens	165
6.2.3	Entwicklung der Themenstruktur	167
6.3	Thematische Übereinstimmung zwischen Wahlwerbung und aktueller Berichterstattung.....	177
6.3.1	Gesamter Untersuchungszeitraum.....	177
6.3.2	Einzelne Untersuchungswochen	189
6.4	Erwartete Wirkungen der Werbung.....	193
6.4.1	Zusammenfassung der bisherigen Ergebnisse	193
6.4.2	Wirkungspotenzial der Werbung.....	194
6.5	Wichtigkeit politischer Themen für die Wähler	198
6.5.1	Problemsicht im Bundestagswahlkampf 2002.....	198
6.5.2	Überprüfung der Wirkungsvermutungen.....	200
6.5.3	Beurteilung von Themen mit unterschiedlichem Wirkungspotenzial.....	204
6.5.4	Wichtigkeit von Themen im Zeitverlauf.....	208

6.6 Relevanz der Werbethemen für die Bewertung der politischen Akteure.....	220
6.6.1 Kanzlerkandidaten.....	220
6.6.2 Parteien.....	223
6.7 Wirkungen der Werbethemen im Überblick.....	227
7 Frames und Themenbewertungen im Bundestagswahlkampf 2002.....	229
7.1 Medien- und Werbedarstellung im Vergleich.....	232
7.1.1 Tenor der Darstellung.....	233
7.1.2 Themenbezogene Darstellungen.....	242
7.1.3 Spezifische Frames	254
7.1.4 Darstellungen im Überblick	260
7.2 Erwartete Wirkungen der Werbung.....	261
7.2.1 Entwicklung eines Wirkungsindex	262
7.2.2 Standardisierung des Wirkungsindex	267
7.3 Bewertung von Werbung und Themen durch die Wähler.....	270
7.3.1 Glaubwürdigkeit der Werbung	270
7.3.2 Einschätzung der aktuellen und der zukünftigen Wirtschaftslage	273
8 Bewertung der politischen Akteure im Bundestagswahlkampf 2002.....	277
8.1 Medien- und Werbedarstellung im Vergleich.....	278
8.1.1 Persönlichkeitseigenschaften und Kompetenzen der Kandidaten	279
8.1.2 Eigenschaften und Kompetenzen der Parteien.....	287
8.2 Erwartete Wirkungen der Werbung.....	290
8.2.1 Eigenschaften und Kompetenzen der Kandidaten	290
8.2.2 Eigenschaften und Kompetenzen der Parteien.....	293
8.2.3 Gesamtbild der politischen Akteure	294
8.3 Bewertung von Werbung und politischen Akteuren durch die Wähler	297
8.3.1 Glaubwürdigkeit der Werbung	297
8.3.2 Gesamturteile über die politischen Akteure	299
8.3.3 Beurteilung von Eigenschaften und Kompetenzen der politischen Akteure.....	306

8.3.4 Relevanz von Eigenschaften und Kompetenzen der politischen Akteure.....	314
9 Fazit.....	319
9.1 Eingangsthese.....	319
9.2 Zusammenfassung der Arbeit.....	320
9.3 Diskussion der Befunde.....	327
9.4 Implikationen der Befunde.....	333
Literatur	339