

**Bitte beachten Sie: Es handelt sich um ein Manuskript.  
Bitte zitieren Sie nur nach der gedruckten Fassung.**

*Harald Schoen*

## Der Kanzler, zwei Sommerthemen und ein Foto-Finish. Priming-Effekte bei der Bundestagswahl 2002

### 1. Einleitung

In den regelmäßig veröffentlichten Meinungsumfragen verschiedener Institute (siehe für einen Überblick [www.wahlrecht.de](http://www.wahlrecht.de)) gelang den rot-grünen Regierungsparteien im Wahljahr 2002 eine furiose Aufholjagd. Lange Zeit lagen sie in den Umfragen scheinbar abgeschlagen zurück. Doch im Laufe des Sommers wendete sich das Blatt in den demoskopischen Erhebungen, und die rot-grüne Regierung erhielt eine kaum mehr für möglich gehaltene zweite Chance.

Für die erheblichen Verschiebungen in den Meinungsumfragen wird in vorliegenden Analysen eine Reihe von Faktoren verantwortlich gemacht. Nicht zuletzt führen einige Autoren als Erklärung an, die Bürger hätten im Laufe des Jahres ihre Entscheidungskriterien geändert. Erstens kann man die klassische Position vorfinden, die vor einer Wahl die Bürger zu ihrer „eigentlichen“ langfristigen Parteipräferenz zurückkehren sieht. So schreiben Hartenstein und Müller-Hilmer (2002: 26), mit dem Herannahen des Wahltermins seien alte Loyalitäten und Grundüberzeugungen in den Vordergrund gerückt und hätten Eindrücke von einzelnen politischen Ereignissen verdrängt. Ähnlich erkennt Roth eine Stabilisierung der Wählerurteile: Die Bürger leiteten ihre Wahlentscheidung zusehends stärker aus einer Bilanz der gesamten vergangenen Legislaturperiode ab, so dass aktuelle politische Ereignisse kurz vor der Wahl kaum mehr ins Gewicht gefallen sein dürften (Driescher 2002).

Diesem Urteil schließen sich indes nicht alle Autoren an. Die rot-grüne Koalition, so Jung (2003: 25), habe ihre Mehrheit nicht zuletzt deshalb retten können, weil sie es verstanden habe, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Themen in den Hintergrund zu drängen – und zwar indem sie bei der Hochwasserkatastrophe überzeugend Hilfe geleistet und in der heißen Wahlkampfphase eine Diskussion über einen möglichen Irak-Krieg und eine deutsche Beteiligung daran in Gang gesetzt habe (ähnlich Schöppner nach Driescher 2002). Auf diese Weise sei es ihr zugleich gelungen, die Auseinandersetzung zu personalisieren, so dass der Popularitätssprung Schröders stärker auf das Wahlergebnis habe durchschlagen können (Jung 2003: 25ff.). Ähnlich er-

klären Norpoth und Gschwend (2003) den Erfolg ihres sparsamen Vorhersagemodells damit, dass die Bürger, die Gerhard Schröder als Kanzler wünschten, im Laufe der Zeit mit wachsender Wahrscheinlichkeit im Sinne ihrer Kandidatenpräferenz votiert hätten.<sup>1</sup> In die gleiche Richtung deuten auch Umfrageergebnisse. So bezeichneten im April 2002 17 Prozent der Respondenten die Kandidatenorientierung, 31 Prozent die Parteibindung und 44 Prozent die Lösungsvorschläge der Parteien als ausschlaggebend. Nachdem die entsprechenden Werte im August 2002 14, 26 bzw. 55 Prozent betragen hatten, gaben am Wahltag 29 Prozent der Respondenten an, die Kandidatenpräferenz als entscheidendes Kriterium verwendet zu haben, nur noch 18 Prozent nannten die Parteibindung, und 48 Prozent führten die Lösungsvorschläge der Parteien an (Infratest dimap 2002; Hilmer 2003: 214). Mit anderen Worten: Die Kandidatenorientierungen scheinen zu Lasten der Parteibindungen an Einfluss auf das Wahlverhalten gewonnen zu haben.

Alles in allem sprechen somit vorliegende Analysen gegen die Stabilität der Entscheidungskriterien der Bürger im Wahljahr 2002, ohne dass sich die Autoren jedoch über die Art des Wandels einig wären: Manche sehen die Wahlabsichten zunehmend als Ausdruck langfristiger Loyalitäten, andere erkennen eine wachsende Personalisierung der Wahlabsichten, während eine dritte Gruppe unvermutet aufgetretene Themen bis zum Wahltag einen merklichen und für den Wahlausgang entscheidenden Einfluss gewinnen sieht. Der vorliegende Aufsatz geht daher der Frage nach, ob sich im Wahljahr 2002 die Gewichte der Wahlabsichtsdeterminanten während des Wahlkampfes verändert haben und dies die Wahlabsichts- bzw. Stimmenverteilung beeinflusst hat. Dazu werden im Folgenden zunächst Veränderungen der Entscheidungskriterien und die Rolle der politischen Elite dabei theoretisch diskutiert. Anschließend werden einige Hypothesen zum Wandel der Wahlkriterien im Jahr 2002 abgeleitet. Darauf folgt eine empirische Analyse der Entwicklung der Wählermotive und deren Wirkungen auf die Stimmenverteilung, ehe die Ergebnisse kurz resümiert werden.

---

<sup>1</sup> Mit den Ausführungen der Autoren ist auch eine andere Interpretation vereinbar. Sie führen die Kanzlerpräferenz als Indikator für die Zufriedenheit mit der Regierung in der zurückliegenden Legislaturperiode ein (Norpoth/Gschwend 2003: 22), weshalb ihr Argument auch als Hinweis auf eine im Laufe des Wahlkampfes wachsende Bedeutung von „retrospective voting“ gewertet werden könnte. Da die Autoren im Weiteren aber die Kanzlerpräferenz ohne Bezug zur Regierungszufriedenheit verwenden (Norpoth/Gschwend 2003: 32), dürfte ihnen die im Text gewählte Interpretation nicht unrecht tun.

## 2. *Theoretische Überlegungen zum Wandel von Entscheidungskriterien*

In Wahlkämpfen versuchen Parteien und Kandidaten die Wahlberechtigten in ihrem Sinne zu beeinflussen, um am Wahltag möglichst viele Stimmen zu erhalten. Geht man in Anlehnung an das Michigan-Modell (Campbell u.a. 1960) von der Annahme aus, das Wahlverhalten werde maßgeblich von einer Parteibindung sowie Einstellungen zu politischen Sachfragen und zum Personalangebot beeinflusst, stehen den Eliteakteuren zwei Wege offen, im Wahlkampf ihre Wahlchancen zu steigern.

Sie können das Ziel verfolgen, die Verteilung der politischen Einstellungen im Elektorat zu ihren Gunsten zu verändern, da solche Verschiebungen – einen Effekt der Einstellungen auf das Wahlverhalten vorausgesetzt – automatisch mit Veränderungen in der Stimmenverteilung einhergehen. Allerdings scheinen die Möglichkeiten dieser Strategie begrenzt. Langfristige Parteiloyalitäten lassen sich in kurzen Wahlkampfphasen nicht entwickeln oder entscheidend ändern. Im Falle von Sachfragen- und Kandidatenorientierungen sind kurzfristige Verschiebungen prinzipiell eher möglich. Daher ist es durchaus sinnvoll, wenn Parteien versuchen, Wahlberechtigte von ihrer Kompetenz auf zentralen politischen Feldern zu überzeugen, ihre Standpunkte zu Positionssachfragen zu propagieren oder ihre Spitzenpolitiker in ein möglichst günstiges Licht zu rücken. Gleichwohl dürfen die Chancen auch hier nicht überschätzt werden, da in Wahlkämpfen in der Regel längst bekannte Politiker und Themen, zu denen die Parteien schon lange Position bezogen haben, die Hauptrolle spielen, weshalb in diesen Fällen die Wahrnehmungen und Präferenzen der Bürger weitgehend feststehen. Nur wenn vollkommen neue Kandidaten und Themen auf den Plan treten, sind daher gravierende Verschiebungen in der Einstellungsverteilung wahrscheinlich; jedoch sind solche Konstellationen eher selten.

Nicht zuletzt deshalb erscheint es für Parteien und Kandidaten attraktiv, Einfluss darauf zu nehmen, welche Kriterien die Bürger anlegen, wenn sie über ihre Stimmvergabe entscheiden. Um bei der Wahl möglichst gut abzuschneiden, werden Parteien jene Themen in den Vordergrund zu rücken oder zu „primen“ versuchen, zu denen sie in der öffentlichen Meinung besonders gut dastehen. Denn wenn „ihre“ Themen von den Bürgern als Entscheidungskriterien genutzt werden, können sie damit rechnen, dass sie deren Stimmen erhalten. Eine Partei, die als umweltpolitisch kompetent gilt, wird daher versuchen, vor einer Wahl auf immer neue Umweltfragen hinzuweisen, die es zu lösen gelte. Eine „Wirtschaftspartei“ wird dagegen bestreiten, dass es bedeutende ökologische Probleme gebe, und stattdessen die Dringlichkeit ökonomischer Fragen betonen (Schoenbach/Semetko 1992: 845; Dörner 1998). Entgegen der verbreiteten Vorstellung, im Wahlkampf diskutierten alle Parteien

und Kandidaten über ein und dieselben Fragen (etwa Simon 2002), reden die verschiedenen Akteure – ganz im Sinne der „saliency theory“ (Budge/Farlie 1983) – gewissermaßen aneinander vorbei: Jede Seite spricht über die Themenfelder, auf denen sie in der Bevölkerung die Mehrheit hinter sich weiß, die ihnen in der öffentlichen Wahrnehmung also gleichsam „gehören“ (Petrocik 1991, 1996). Wahlkampagnen werden somit zu Auseinandersetzungen um die öffentliche Agenda und die Kriterien der Wahlentscheidung.

Hinter dieser Strategie steht die Einsicht, dass die Maßstäbe, die die Bürger bei der Wahlentscheidung anlegen, intraindividuell nicht vollkommen stabil sind. Vielmehr geht man davon aus, die Bürger besäßen zahlreiche Eindrücke und Urteile von Parteien und Kandidaten, die sie ihrem Votum potenziell zugrunde legen können. Welche sie bei der Stimmabgabe tatsächlich nutzen, hängt davon ab, welche Beurteilungskriterien ihnen bei der Wahlentscheidung am ehesten einfallen (Zaller 1992). Die Chancen sind dabei umso besser, je enger ein potenzielles Kriterium in der Vorstellung des Bürgers mit der Wahlentscheidung verknüpft ist. Die Stärke der Verknüpfung wird wiederum wesentlich davon beeinflusst, wie häufig die betreffende Person beide Elemente gemeinsam aktiviert hat. Je häufiger beispielsweise eine Person im Zusammenhang mit der Wahlentscheidung an Kanzlerkandidaten gedacht hat, umso größer ist die Chance, dass Kandidatenorientierungen tatsächlich eine wichtige Rolle bei der Wahlentscheidung spielen werden (Lau 1989; Valentino u.a. 2002). Einflussmöglichkeiten für die politische Elite ergeben sich insoweit, als sie die Informationen, die die Bürger in der Vorwahlzeit erreichen, steuern kann – und je nachdem, welche Informationen sie in den Vordergrund rückt, dürften die Wähler entscheiden: Wird eine Wahl als Personalplebiszit dargestellt oder als Referendum zu einer Sachfrage, werden die Bürger entsprechend votieren (Iyengar u.a. 1982; Iyengar/Kinder 1987; Iyengar 1991; Iyengar/Simon 1993; Krosnick/Kinder 1990; Bowler u.a. 1992: 208ff.; Johnston u.a. 1992: 141ff.; Mendelsohn 1996; Westyle 1991; Popescu/Toka 2002; Simon 2002: 55ff.). Wahlverhalten erweist sich somit ganz im Sinne Keys (1966: 2) als ein Echo auf die Auswahl, die die politische Elite offeriert.

Die Chancen der politischen Parteien, die Wahlkriterien systematisch in eine bestimmte Richtung zu verschieben, dürfen jedoch nicht überschätzt werden. Als restringierender Faktor wirkt erstens die Parteienkonkurrenz. Jede Partei sucht „ihre“ Themen in den Vordergrund zu rücken und jene der Konkurrenz zu verdrängen. Da die verschiedenen Eliteakteure die öffentliche Aufmerksamkeit in unterschiedliche Richtungen zu lenken versuchen, ist es keineswegs selbstverständlich, dass ein bestimmter Aspekt, also etwa Kandidaten oder eine Sachfrage, tatsächlich systematisch an Einfluss auf das Wahlverhalten gewinnt. Eher dürften sich die verschiedenen Versuche, die Entscheidungskriterien zu beeinflussen, wechselseitig neutralisieren und die Determinantenkonstellation stabil bleiben. Ein systematischer Wandel der Be-

stimmungsgründe der Wahlabsicht erscheint daher vor allem dann plausibel, wenn alle Parteien und Kandidaten über ein und dasselbe Thema diskutieren, etwa weil es ihnen von der gesellschaftlichen Entwicklung gleichsam aufgezwungen wird. Beispielsweise könnte ein politischer Skandal oder eine Naturkatastrophe die Aufmerksamkeit aller Parteiakteure auf sich ziehen.

Zweitens gilt es die wichtige Rolle der Massenmedien in der politischen Kommunikation zu bedenken. Denn Parteien und Kandidaten erreichen die Bürger in der Regel nicht direkt, sondern vermittelt über die Medien; diese bilden die Botschaften der politischen Elite nicht einfach nur ab, sondern treffen aktive Selektionsentscheidungen (Kepplinger 1989) und versuchen, die öffentliche Agenda eigenständig zu beeinflussen (Dalton u.a. 1998). Beispielsweise berichten sie gerne über überraschende Ereignisse und neigen dazu, politische Themen zu personalisieren (Brettschneider 2001: 358ff.). Selbst wenn sich alle Parteien einig wären, könnten sie daher die von den Bürgern wahrgenommene öffentliche Agenda nicht beliebig nach ihren Wünschen gestalten.

Vor diesem Hintergrund besitzen Fragen, die von allen Parteien und Kandidaten thematisiert werden, den medialen Selektionskriterien genügen und daher die Aufmerksamkeit aller für die öffentliche Agenda relevanten Akteure bündeln, besonders gute Chancen auf einen wachsenden Einfluss auf das Stimmverhalten. Damit hängen aber die Erfolgsaussichten der Parteien bei Priming-Versuchen davon ab, welche „Schokoladenseiten“ sie besitzen und welche Aspekte sie deshalb den Bürgern als Auswahlkriterien nahelegen wollen. Beispielsweise hat eine Partei, die eine Wahl zu einer Personalentscheidung stilisieren möchte, vergleichsweise gute Chancen, ihr Ziel zu erreichen; ja, womöglich braucht sie sich, da ihre Priming-Ziele mit den Medienkriterien in Einklang stehen, nicht einmal aktiv darum zu bemühen, die öffentliche Aufmerksamkeit in eine bestimmte Richtung zu lenken, sondern kann sich darauf beschränken, die „natürliche“ Agenda nicht zu beeinträchtigen und auf ihr zu „surfen“. Dagegen dürfte es eine Partei, die altbekannte Sachfragen ohne ansprechendes Personal in den Mittelpunkt rücken möchte, schwer haben, diese zu platzieren und andere Aspekte zu verdrängen. In einem solchen Fall könnte ein Erfolg bereits darin bestehen, den Einfluss auf dem Ausgangsniveau zu halten.

Betrachtet man die Wahlentscheidung aus der Sicht des Michigan-Modells, scheinen daher Wahlkampagnen dazu geeignet, die Bedeutung einer der beiden Kurzfristkomponenten in den Vordergrund zu rücken, während langfristige Loyalitäten eher in den Hintergrund gedrängt werden. Doch dies muss nicht zwingend der Fall sein. Denn in Wahlkämpfen wird die politische Auseinandersetzung zwischen den Parteien pointierter und polarisierter geführt als in wahlfernen Phasen (Popkin 1992); und die Bürger werden immer wieder darauf aufmerksam gemacht, dass nur die Stimmabgabe für eine bestimmte Partei es beispielsweise einem Kandidaten ermögliche, seine Vor-

stellungen zu verwirklichen. Eine Wahlkampagne könnte daher dazu führen, dass bei den Bürgern langfristige Loyalitäten aktiviert werden, die politische Wahrnehmung stärker färben und das Wahlverhalten deutlicher bestimmen (Finkel 1989; Gelman/King 1993; Finkel/Schrott 1994, 1995). Auch wenn die öffentliche Aufmerksamkeit auf diverse Einzelthemen gelenkt wird, könnte somit der verstärkte Bezug zu Parteien gerade die Wirkung langfristiger Parteibindungen steigern.<sup>2</sup>

Die politische Bedeutung von Verschiebungen der Entscheidungskriterien in einem Wahljahr hängt von deren zeitlicher Lage ab. Zunächst ist an den Fall zu denken, dass während der Kampagne ein Ereignis die Gewichtung der Kriterien verändert, diese aber nach kurzer Zeit wieder zu ihrem Ausgangszustand zurückkehrt. Solche vorübergehenden Ausschläge weisen zwar auf die Variabilität und Beeinflussbarkeit der Urteilkriterien hin, bleiben aber ohne unmittelbare Bedeutung für den Wahlausgang.<sup>3</sup> Politisch folgenreicher und daher interessanter sind jene Verschiebungen, die den Wahlausgang direkt berühren. Dies ist in zwei Fällen denkbar. Zum einen kann ein kurzzeitiger Kriterienwechsel unmittelbar vor einer Wahl auftreten, so dass er trotz seines transitorischen Charakters die Stimmenverteilung beeinflusst. Zum anderen kann sich ein deutlich vor der Wahl einsetzender Wandel der Kriterien dauerhaft festsetzen. So könnten sich die Auswahlstandards mehrere Monate vor einer Wahl schlagartig und dauerhaft verändern; oder sie verschieben sich allmählich, so dass zwar die einzelnen Schritte unmerklich bleiben, aber in der Kumulation zu einem deutlichen Wandel der Wählermotive führen. Parteien und Kandidaten können daher ihre Wahlchancen mit einer Priming-Strategie verbessern, indem sie ihre Einflussversuche möglichst punktgenau vor einer Wahl platzieren oder ein Thema langfristig in den Vordergrund rücken.

Vor diesem theoretischen Hintergrund ist nun zu untersuchen, ob im Wahljahr 2002 kurz- oder langfristige Verschiebungen der Entscheidungskriterien zu erwarten sind. Dazu wird ein knapper Überblick über die Kampagnenstrategien der Parteien und wichtige Ereignisse gegeben, die die Auswahlkriterien beeinflussen könnten.

---

2 Theoretisch scheint es nicht ausgeschlossen, dass Bürger – unabhängig von den Einflussversuchen der politischen Elite – nur als Reaktion auf das Herannahen des Wahltermins andere Kriterien anlegen. Beispielsweise könnten sie, weil es nun um eine echte Wahlentscheidung und nicht nur unverbindliche Wahlabsichten geht, ihr Votum genauer bedenken und daher ihre fundamentalen Interessen stärker gewichten (Brunner 1999: 293).

3 Gleichwohl könnten indirekte Effekte auf den Wahlausgang auftreten. Beispielsweise könnte der kurzzeitige Kriterienwechsel einer Partei ein Popularitätshoch verschaffen und den Bürgern daher dauerhaft den Eindruck vermitteln, diese Partei sei auf der Siegerstraße, weshalb viele Bürger auf den fahrenden Zug aufspringen wollen und die Partei auch nach der Rückkehr zu den ursprünglichen Kriterien einen Vorteil hat. Ähnlich könnte ein kurzzeitiger Wandel der Kriterien, die an Spitzenkandidaten angelegt werden, einem Bewerber einen dauerhaften Sympathiebonus verschaffen.

### 3. Die Aussichten für Priming-Effekte im Wahljahr 2002

Im Wahlkampf 2002 verfolgten Regierung und Opposition, vor allem aber die beiden großen Parteien, ausdrücklich die Strategie, ganz bestimmte Themen in das Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit zu rücken. CDU und CSU führten einen „Kompetenzwahlkampf“ und versuchten die Bundestagswahl zu einer Abrechnung der Bürger mit der wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Bilanz der rot-grünen Bundesregierung zu machen, indem sie immer wieder an Gerhard Schröders uneingelöstes Versprechen erinnerten, die Arbeitslosigkeit deutlich zu senken. Nicht zuletzt um Unionskompetenz auf diesem Feld zu unterstreichen und die Aufmerksamkeit der medialen Öffentlichkeit für wirtschaftspolitische Fragen wachzuhalten, präsentierte der CDU/CSU-Kandidat Lothar Späth als künftigen Wirtschafts- und Arbeitsminister. Gemessen an ihren Sachaussagen, verfolgte die FDP ein ähnliches Ziel, doch erschwerten es der „Spaßwahlkampf“ und manche Möllemannsche Eskapade den Bürgern, dies zu erkennen, weshalb ihr Beitrag zur Betonung wirtschaftspolitischer Themen eher gering zu veranschlagen ist. Insgesamt erscheinen die Erfolgsaussichten der oppositionellen „Kompetenzstrategie“ nicht allzu günstig, da sie ein altbekanntes Thema in den Mittelpunkt stellte und daher nicht unbedingt mit großer medialer Aufmerksamkeit rechnen konnte.

Angesichts der wirtschaftlichen Flaute und der Lage auf dem Arbeitsmarkt schien ein Bilanzwahlkampf für die rot-grüne Bundesregierung nicht empfehlenswert. Zwar ignorierte sie die Arbeitsmarkt- und Wirtschaftspolitik nicht vollständig und wollte mit dem so genannten Hartz-Konzept durchaus auf diesem Feld Punkte sammeln. Hauptsächlich verfolgte sie jedoch eine andere Strategie: Wegen des Popularitätsvorsprungs des Bundeskanzlers vor seinem Herausforderer suchte die Regierung die Wahl auf die Entscheidung „Er oder ich?“ zuzuspitzen und damit zu einer Personalentscheidung zu machen (Hilmer 2003: 193).

Die Erfolgsaussichten für die Personalisierungsstrategie der Regierung waren nicht ungünstig. Zum einen lag dies daran, dass sie dem Personalisierungsbedürfnis der Medien entgegenkam. Zum anderen begünstigten Besonderheiten des Wahljahres 2002 dieses Kampagnenziel. Erstens fanden am 25. August und am 8. September 2002 die beiden so genannten TV-Duelle zwischen dem Bundeskanzler und seinem Herausforderer statt. Sie wurden als herausragende Kampagnenereignisse inszeniert und bündelten die Aufmerksamkeit der Medien, eines großen Teils der politischen Elite und der Bürger wie in einem Brennglas (Brettschneider 2002: 44). Daher könnten diese Medienereignisse zumindest kurzzeitig den Einfluss der Kandidatenorientierung auf die Wahlabsicht verstärkt haben.

Die Personalisierungsstrategie der Koalition könnte zweitens von Veränderungen der öffentlichen Themenagenda in der heißen Wahlkampfphase profitiert haben. Zum einen nutzte die Bundesregierung, allen voran der Bun-

deskanzler beherzt die Gelegenheit, bei der Hochwasserkatastrophe Hilfsbereitschaft und Tatkraft zu demonstrieren – und damit das Signal auszusenden: „Auf den Kanzler kommt es an“. Ein ganz ähnliches Ziel könnte er verfolgt haben, als er sich in der kurz vor der Wahl entfachten Diskussion über eine deutsche Beteiligung an einer etwaigen militärischen Intervention im Irak dezidiert für einen „deutschen Weg“ aussprach und auf Distanz zu den USA ging.

Selbst wenn diese beiden Überraschungsthemen die Personalisierungsstrategie der Regierungsparteien nicht unterstützt und damit gleichsam katalytisch gewirkt haben sollten, hatte die Regierung gute Gründe, sie nicht von der öffentlichen Agenda zu drängen: Wie häufig bei vollkommen neuen politischen Fragen (Norris u.a. 1999: 129) waren die Einstellungen der Bürger nur relativ schwach von Parteiloyalitäten strukturiert, so dass auch viele Oppositionsanhänger auf der Seite der Regierung standen und SPD und Bündnis 90/Die Grünen in beiden Fragen eine deutliche Bevölkerungsmehrheit hinter sich wussten (Roth/Jung 2002: 12). Daher konnte die Betonung dieser Themen den Regierungsparteien durchaus Stimmen von Bürgern einbringen, die sonst nicht für sie votiert hätten. Die Priming-Chancen standen in diesen Fällen nicht schlecht, weil beide Themen einen enormen Novitätswert besaßen, der ihnen ein erhebliches Echo in den Massenmedien einbrachte. Daher ist zu erwarten, dass die Einstellungen zur Hochwasser- und zur Irakfrage wenigstens kurzfristig das Wahlverhalten beeinflussten. Da sie in der heißen Phase des Wahlkampfes immer wieder thematisiert wurden, könnten sie sogar dauerhaft bis zum Wahltag eine Wirkung auf das Stimmverhalten entfaltet haben.

Insgesamt ist somit ein Anstieg des Kandidateneffekts auf das Wahlverhalten zu erwarten. Deutlich schwächer, wenn überhaupt, sollte der Einfluss der wirtschaftspolitischen Einstellungen auf die Wahlabsicht zugenommen haben. Vergleichsweise gut stehen hingegen die Chancen für einen Bedeutungsgewinn der Einstellungen zur Hochwasserhilfe und zu einer deutschen Beteiligung an einer möglichen militärischen Intervention im Irak. Aussagen über die Wirkung der langfristigen Parteiloyalitäten lassen sich nicht ableiten; allenfalls könnte man – komplementär zum Einflusszuwachs der Kurzfristfaktoren – einen Bedeutungsverlust erwarten (Gidengil u.a. 2002: 78). Diese Vermutungen sind nun empirisch zu prüfen.

#### 4. *Daten und Operationalisierungen*

Die empirische Analyse der Wählermotive im Verlauf des Wahljahres 2002 stützt sich auf die Politbarometerdaten, die vom Januar 2002 bis zur Bundes-

tagswahl erhoben wurden.<sup>4</sup> Die Analyse setzt in der zweiten Januarwoche ein, und damit wenige Tage vor dem faktischen Beginn des Wahlkampfes, den die Nominierung Edmund Stoibers zum Kanzlerkandidaten von CDU und CSU am 11. Januar 2002 markierte (Hilmer 2003: 194); die letzten Daten stammen aus der Woche vor der Bundestagswahl und dürften das tatsächliche Wahlverhalten relativ gut abbilden. Die insgesamt 21 Datenpunkte erlauben es, die Entwicklung der Wählermotive relativ kontinuierlich zu untersuchen, so dass nicht nur langfristige Trends, sondern auch kurzfristige Schwankungen festgestellt werden können.

Die Wählermotive werden getrennt für die Wahlabsicht zugunsten der rot-grünen Bundesregierung und einer potenziellen Koalition aus CDU/CSU und FDP untersucht; eine schwarz-gelbe Koalition wird untersucht, da sie zwar nicht den offiziellen FDP-Aussagen, aber durchaus den Erwartungen der Bürger entsprach (Forschungsgruppe Wahlen 2002: 32f.). Um die Analyse übersichtlich zu halten, werden zwei dichotome abhängige Variablen verwendet: der Wert ‚1‘ wird zugewiesen, wenn die entsprechenden Parteien, also SPD und B’90/Grüne bzw. CDU/CSU und FDP, genannt wurden, der Wert ‚0‘, wenn ein Befragter eine andere Partei angab, sich seiner Entscheidung unsicher war oder nicht an der Wahl teilnehmen wollte. Die letzten beiden Antwortmöglichkeiten werden in die Analyse einbezogen, da eine Wirkung von Wahlkämpfen gerade darin bestehen kann, bislang unentschlossene und wahlunwillige Bürger zur Stimmabgabe zu motivieren.

In Anlehnung an das Michigan-Modell werden die Parteiidentifikation, die Kandidatenorientierung und Sachfragenorientierungen als unabhängige Variablen verwendet. Die Parteiidentifikation wird mit einer trichotomen Variable abgebildet, die den Wert ‚1‘ annimmt, wenn sich der Befragte mit einer Partei der von ihm gewählten Koalition identifiziert; der Wert ‚-1‘ wird zugewiesen, wenn er sich zu einer Partei der konkurrierenden potenziellen Regierung bekennt, und 0 in allen anderen Fällen. Zweitens wird die Kompetenzzuschreibung auf dem Gebiet der Wirtschaftspolitik als Prädiktor verwendet, die mit einer vollkommen analogen trichotomen Variable abgebildet wird; die wahrgenommene Arbeitsmarktkompetenz, für die in hier nicht berichteten Validierungsanalysen sehr ähnliche Resultate wie für die Wirtschaftskompetenz resultieren, wird nicht berücksichtigt, da sie seltener erhoben wurde. Die Kandidatenorientierung wird gemessen, indem die Skalometerwerte Gerhard Schröders und Edmund Stoibers verglichen werden; der Wert ‚1‘ wird zugewiesen, wenn der Respondent den Kandidaten der gewählten potenziellen Koalition präferiert, ‚0‘, wenn er sich indifferent zeigt, und ‚-1‘, wenn er den anderen Bewerber favorisiert.

---

4 Für die Überlassung der Rohdaten danke ich dem Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung und der Forschungsgruppe Wahlen e.V., für die Aufbereitung Siegfried Bühler und Henning Laux.

Zusätzlich wird überprüft, ob Einstellungen zu den beiden Themen des Sommers 2002, dem Hochwasser und der Irakfrage, Einfluss auf das Wahlverhalten erlangten. Für das Hochwasser wird eine Variable verwendet, die den Wert ,1' annimmt, wenn ein Befragter meint, die Bundesregierung habe den Flutopfern genau richtig geholfen, und ,0' in allen anderen Fällen. Zum anderen wird die Haltung zur Irakfrage mit einer trichotomen Variable gemessen, die von -1 bis 1 erreicht; der zuerst genannte Wert markiert in den Analysen zur SPD-Grünen-Wahl Zustimmung zu einem deutschen militärischen Engagement, der zweite eine apodiktische Ablehnung desselben; in den Analysen zur CDU/CSU-FDP-Wahl sind die Werte spiegelbildlich angeordnet (Details befinden sich im Anhang).

## 5. Empirische Analysen

### 5.1 Die Entwicklung der Entscheidungskriterien im Wahljahr 2002

In der theoretischen Diskussion wurde die Frage aufgeworfen, inwieweit sich die Effekte der Parteiloyalität, der Kandidatenorientierungen sowie der Einstellungen zu drei politischen Sachfragen im Wahljahr 2002 verändert haben. Sie wird in zwei Schritten beantwortet. Zunächst werden in der folgenden empirischen Analyse die Effekte dieser Größen auf die Wahlentscheidung zugunsten der Regierungsparteien sowie zugunsten von CDU/CSU und FDP je für sich im Zeitverlauf betrachtet, ehe anschließend multivariate Analysen durchgeführt werden.

#### 5.1.1 Bivariate Befunde

Von Januar 2002 bis zur Bundestagswahl lassen sich bei der Wahlentscheidung zugunsten der Regierungsparteien keine statistisch signifikanten Veränderungen des Parteibindungseffekts erkennen. In gesamtdeutscher Perspektive pendelt der Effektkoeffizient um 2,5, ohne dass sich eine systematische Veränderung erkennen ließe. Dieses Muster findet sich praktisch in beiden Landesteilen in ganz ähnlicher Ausprägung, wobei jedoch in den neuen Bundesländern eine leicht sinkende Tendenz erkennbar wird.<sup>5</sup> Der Parteibindungseffekt auf die Wahl von CDU/CSU und FDP oszilliert, wenngleich auf einem etwas höheren Niveau, ebenfalls ohne klaren langfristigen Trend.

---

<sup>5</sup> Aus Platzgründen werden die Ergebnisse der separat für West- und Ostdeutschland durchgeführten Analysen nicht graphisch dargestellt. Der Übersichtlichkeit halber sind in den Abbildungen Konfidenzintervalle um die Punktschätzungen nicht angegeben. Sofern Differenzen zwischen zwei Werten im Text nicht ausdrücklich als statistisch signifikant ausgewiesen sind, bewegen sich Schwankungen der Punktschätzungen in den Grenzen der Fehlertoleranz, wobei die Standardfehler der Logit-Koeffizienten zwischen 0,1 und 0,2 liegen.

Abbildung 1: Bivariate Effekte auf die Wahlabsicht zugunsten von SPD und B'90/Grünen im Jahr 2002 (gesamtdeutsche Analyse)

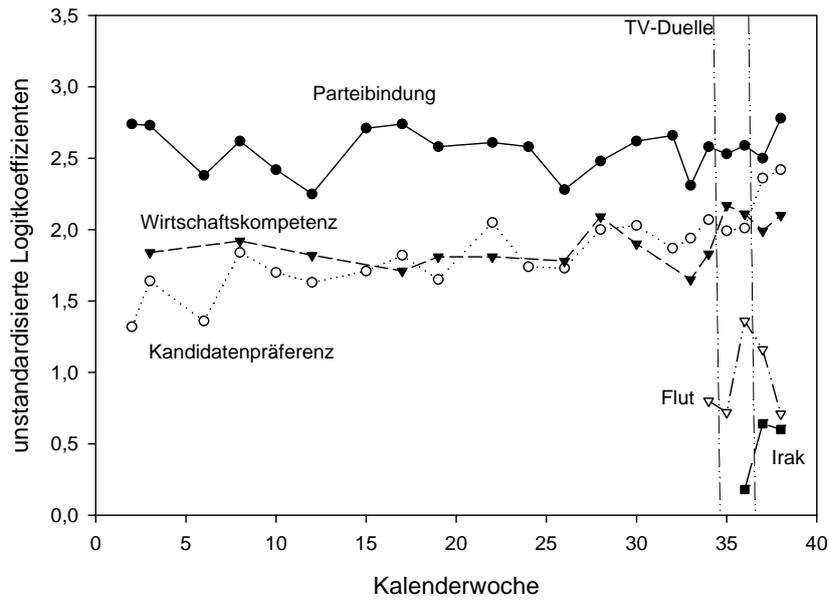
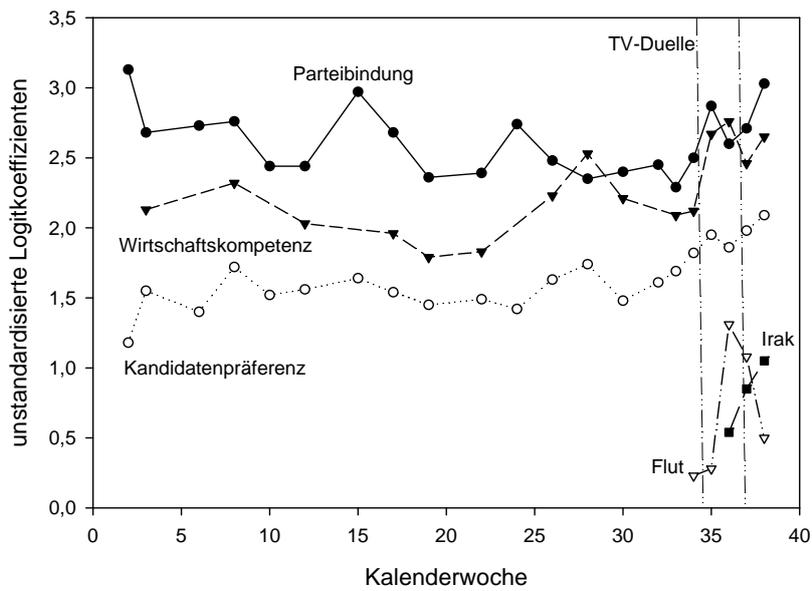


Abbildung 2: Bivariate Effekte auf die Wahlabsicht zugunsten von CDU/CSU und FDP im Jahr 2002 (gesamtdeutsche Analyse)



Konzentriert man sich auf die heiße Wahlkampfphase im August und September, lässt sich jedoch ein signifikanter, wenn auch nicht linearer Anstieg des Effekts von der 32. bis zur 38. Woche um rund 0,7 erkennen. Diese – in Westdeutschland sehr deutlich ausgeprägte – Verschiebung spricht dafür, dass die beiden Oppositionsparteien zwar ihre Kernanhänger zunehmend besser mobilisieren konnten, sich aber zugleich andere Bürger zusehends von ihnen abwandten (Abbildung 1 und 2).

Die wirtschaftspolitischen Kompetenzurteile wirken auf die Regierungswahl bivariat erkennbar schwächer als die Parteiloyalität, doch bleibt ihr Effekt über die Zeit praktisch ebenfalls konstant. Lediglich von der 33. bis zur 35. Woche kann man einen merklichen kurzzeitigen Anstieg des Effekts der wahrgenommenen Wirtschaftskompetenz feststellen. Offenbar drohten ökonomische Fragen in Vergessenheit zu geraten, wurden aber in der heißen Wahlkampfphase den Bürgern wieder stärker ins Gedächtnis gerufen. Allerdings scheint die Präsentation des so genannten Hartz-Konzepts am 16. August 2002 nur wenig dazu beigetragen zu haben, da der Anstieg von der 33. zur 34. Woche im Vergleich zum Zugewinn in der folgenden Woche nur schwach ausgeprägt ist. Dieser größere Anstieg fällt zusammen mit dem ersten Kandidatenduell im Fernsehen, bei dem Edmund Stoiber die Aufmerksamkeit auf ökonomische Fragen zu lenken suchte. Der Eindruck, dieses Ereignis oder darauf bezogene Medienberichte hätten einen Priming-Effekt ausgelöst, verstärkt sich, wenn man den bivariaten Ökonomieeffekt auf die Wahl von CDU/CSU und FDP betrachtet. Er büßt im Laufe des Wahljahres zunächst etwas von seiner Stärke ein, gewinnt jedoch im Juni und dann nochmals im August und September merklich an Bedeutung. Am deutlichsten geschieht dies just von der 34. zur 35. Woche, also parallel zum ersten TV-Duell, als er sprunghaft und statistisch signifikant von 2,1 auf 2,7 ansteigt.

Der bivariate Kandidateneffekt auf die Wahl der Regierungsparteien nimmt in der gesamtdeutschen Betrachtung relativ kontinuierlich zu, wobei dieser Anstieg in den letzten beiden Vorwahlwochen eine merkliche Akzentuierung erfährt. Von Januar bis Anfang September wächst die Wirkung von rund 1,5 auf etwa 1,9 an; von der 36. auf 37. Woche springt der Effekt auf knapp 2,5 und bleibt bis zur Wahl auf diesem Niveau; dieser dramatische Anstieg fällt zusammen mit dem zweiten Kandidaten-Duell, was auf einen Effekt dieses Medienereignisses oder der Berichterstattung darüber hindeutet.

Diese gesamtdeutsche Charakterisierung beschreibt die Entwicklung in den alten Bundesländern recht gut, wird aber dem Verlauf in den neuen Ländern nicht ganz gerecht. Hier pendelt der Effekt bis zur 32. Kalenderwoche im Intervall zwischen 1 und 1,5; von der 32. zur 33. Woche steigt er jedoch sprunghaft auf 2 an, und dieses Niveau behält er bis zur Wahl bei. Die zeitliche Koinzidenz deutet darauf hin, dass das energische Eingreifen des Bundeskanzlers bei der Flutopferhilfe Anfang August in Ostdeutschland das Au-

genmerk der Wähler auf die Kandidatenorientierungen als Entscheidungskriterien gelenkt hat.

Auf einem generell niedrigeren Niveau als im Falle der Regierungswahl ist auch bei der Entscheidung für CDU/CSU und FDP ein Trend zu einer wachsenden Personalisierung der Wahlentscheidung zu erkennen. Zunächst steigt der Effektkoeffizient im Zuge der Nominierung Stoibers zum Kanzlerkandidaten im Januar von 1,2 auf rund 1,5 an; auf diesem Niveau pendelt er bis in den Sommer hinein, ehe er vom Juli bis zum Wahltag beinahe kontinuierlich auf über 2 zunimmt. Insgesamt wächst der Effekt somit in drei Phasen um rund 0,8 an.

Die wahrgenommene Kompetenz der Bundesregierung bei der Hilfe für die Hochwasseropfer spielt für die Wahlabsichten eine erkennbare Rolle. Sie hängt von der 34. Woche bis zur Wahl mit der Wahrscheinlichkeit, für SPD oder Bündnis 90/Die Grünen zu votieren, zusammen. Ganz ähnlich wie im Fall der Regierungswahl erreicht der Effekt der Flutfrage auf die Wahl von CDU/CSU und FDP Anfang September in der 36. Woche nach einem – vor allem in Westdeutschland – rapiden Anstieg seinen Scheitelpunkt und büßt danach bis zur Wahl wieder an Stärke ein. Die Einstellungen zum Hochwasser erzielen ihre stärkste bivariate Wirkung also nach der kontroversen Bundestagsdebatte vom 29. August 2002 über dieses Thema – ein Indiz dafür, dass erst der Parteienkonflikt über diese Frage es den Bürgern ermöglichte, klare Unterschiede zwischen den Parteien auszumachen und ihre Einstellungen zur Hochwasserhilfe mit ihrer Entscheidung zwischen den Parteien in Verbindung zu bringen.

Die bivariate Wirkung der Einstellungen zur Irakfrage entwickelt sich etwas anders. In der 36. Woche blieben diese Attitüden in gesamtdeutscher Betrachtung noch ohne Einfluss auf die Regierungswahl, erst in den letzten beiden Wochen vor der Wahl erreichte ihr Effekt ein signifikantes Niveau: Nun fördert die Ablehnung einer deutschen Beteiligung an einer Irak-Intervention die Wahl von SPD und Grünen. Praktisch parallel dazu entfaltete die Irakfrage ihre Wirkung auf die Wahlabsicht zugunsten von CDU/CSU und FDP, so dass diese in der Vorwahlwoche von Gegnern eines deutschen Engagements deutlich seltener gewählt wurden. Wie die Kurvenverläufe nahe legen, musste die Irakfrage offenbar erst parteipolitisiert werden, damit die Bürger sie mit ihrer Entscheidung zwischen den Parteien verknüpfen konnten: Erst als SPD und Bündnisgrüne mit dezidierten und plakativen Aussagen über längere Zeit klar Position bezogen hatten und die Opposition sich davon zumindest diffus distanziert hatte, entwickelte sich eine nennenswerte Beziehung zwischen den Einstellungen zur Irakfrage und der Wahlabsicht.

Die gesamtdeutschen Verschiebungen gehen dabei vor allem auf das Konto der Ostdeutschen, da sich in den neuen Ländern die Effekte – verglichen mit den geringfügigen Schwankungen in den alten Ländern – deutlich wandeln. Bei der CDU/CSU-FDP-Wahl steigt der Effekt einer ablehnenden

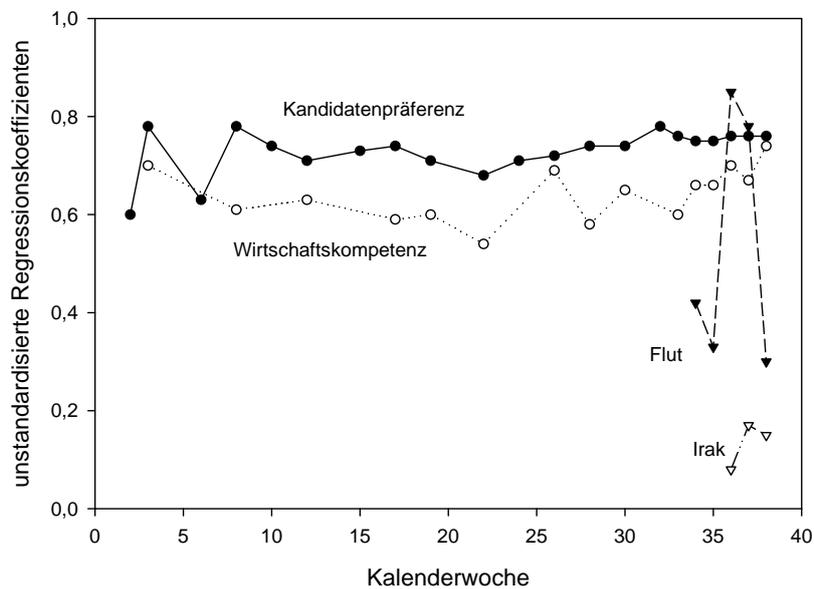
Haltung zu einem Irak-Engagement erheblich an; im Fall der Regierungswahl kehrt sich die Wirkung sogar um: In der 36. Woche hemmt eine kritische Haltung zu einer deutschen Beteiligung noch die Regierungswahl, erst in der 37. und 38. Woche begünstigt sie eine Entscheidung für SPD oder Grüne. Offenbar hegten gerade ostdeutsche Bürger anfangs Zweifel an der Standhaftigkeit und Glaubwürdigkeit der Regierungsparteien, die SPD und B'90/Grüne jedoch mit ihrer Wahlkampagne zu zerstreuen verstanden.

Insgesamt sind die bivariaten Effekte der untersuchten Einstellungen in der Vorwahlzeit nicht vollkommen stabil, wie gerade die Entwicklung der Kandidateneffekte sowie die Wirkung der beiden Sommerthemen belegen. Auf die bisherigen Auswertungen sollten jedoch keine allzu weitreichenden Schlussfolgerungen gestützt werden, da es sich lediglich um bivariate Betrachtungen handelt. Sie sind mit der Gefahr verbunden, Scheinkorrelationen substantiell zu interpretieren. Im vorliegenden Fall besteht diese Gefahr vor allem insofern, als eine wachsende Übereinstimmung zwischen kurzfristig variablen Einstellungen und der Wahlabsicht auf einer Anpassung der Einstellung an die langfristige Parteiloyalität, die bereits vorher die Wahlentscheidung determinierte, beruhen könnte. Ebenso ist nicht auszuschließen, dass die kurzfristige Attitüde und das Wahlverhalten simultan an die Parteiloyalität angepasst wurden. In beiden Fällen verschwände der gemessene Anstieg, sobald die Parteiloyalität kontrolliert würde. So könnte etwa der Anstieg des bivariaten Kandidateneffekts auf einer solchen Scheinkorrelation beruhen. Ganz ähnlich könnten die signifikanten Effekte der Einstellungen zu den beiden Sommerthemen nur darauf beruhen, dass die Bürger das politische Geschehen durch ihre Parteiloyalität betrachteten. Um diese Fragen zu klären, wird zunächst untersucht, wie sich der Effekt der Parteiloyalität auf die kurzfristig variablen Einstellungen im Laufe des Wahlkampfes entwickelt. Anschließend ist zu prüfen, ob die skizzierten Veränderungen der Einflussgrößen auch in multivariaten Analysen nachgewiesen werden können.

Der Verdacht, die Parteiloyalität habe im Laufe des Wahljahres an Prägekräft auf die anderen Einstellungen gewonnen, kann nicht vollständig entkräftet werden. Bei den Einstellungen zur ökonomischen Kompetenz der Parteien zeichnet sich im Laufe des Jahres kein eindeutiger Trend ab. In der unmittelbaren Vorwahlzeit nimmt die Prägekräft der Parteiloyalität jedoch merklich von rund 0,6 auf etwa 0,7 zu. Anders bei den beiden „neuen“ Themen: Im Falle der Irakfrage bewegt sich die Wirkung der Parteiloyalität von vornherein auf einem niedrigen Niveau, was für das Potenzial dieser Frage spricht, auch überzeugte Anhänger für eine andere Partei zu gewinnen; und sie nimmt der Tendenz nach sogar noch ab. Die Haltungen zur Hochwasserfrage wurden kurzzeitig, in der 36. und 37. Woche, erheblich von langfristigen Parteiloyalitäten beeinflusst, doch sank der Effekt bis zur Wahl wieder auf sein ursprüngliches Niveau (siehe Abbildung 3). Dieser Verlauf nährt den

Verdacht, in der bivariaten Analyse könnten Scheinkorrelationen gemessen worden sein. Denn die Einstellungen zur Hochwasserfrage entfalteten just in den beiden Wochen vergleichsweise starke Effekte auf die Wahlabsicht, in denen sie selbst erheblich von den Parteibindungen geprägt wurden.

Abbildung 3: Effekte der Parteiidentifikation auf politische Einstellungen im Jahr 2002 (gesamtdeutsche Analyse)



Anmerkung: Für die Einstellungen zur Fluthilfe sind unstandardisierte Logit-Koeffizienten angegeben.

Die Prägekraft der Parteibindung auf die Kandidatenpräferenz bleibt dagegen in der heißen Wahlkampfphase der letzten sechs, sieben Vorwahlwochen praktisch konstant, ja, es lassen sich von März 2002 an auf hohem Niveau keine merklichen Veränderungen feststellen: Die Kanzlerkandidaten werden den gesamten Wahlkampf hindurch gleichermaßen stark durch die Brille bestehender Parteiloyalitäten wahrgenommen. Gleichwohl ist der Filtereffekt der Parteiloyalität nicht vollkommen stabil. Denn betrachtet man die Kandidatenpräferenz im Jahr 2001 (nicht graphisch ausgewiesen) und 2002, erkennt man, dass der Parteibindungseffekt 2001 bei rund 0,6 lag, mit Stoibers Nominierung zum Unionskandidaten im Januar rapide auf über 0,7 anwuchs und auf diesem Niveau bis zur Wahl blieb. Offenbar wirkte die Nominierung

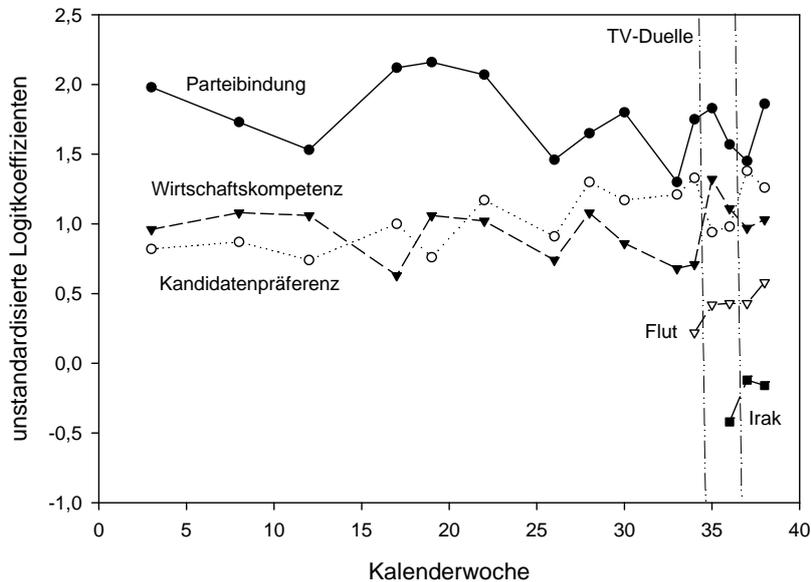
Stoibers auf die Kandidatenwahrnehmung deutlich polarisierend, und der weitere Wahlkampf konnte diesen Effekt nicht mehr steigern.

Bezogen auf die Fehlschlussproblematik deutet die weitgehende Konstanz des Parteibindungseffekts auf die Kandidatenpräferenz im Wahlkampf darauf hin, dass der in der bivariaten Analyse festgestellte Anstieg des Kandidateneffekts auf die Wahlabsicht in den letzten Wochen vor der Bundestagswahl auch unter Kontrolle der Parteiidentifikation erhalten bleiben könnte. Dagegen könnten sich andere Schwankungen bivariater Effekte als Scheinkorrelationen entpuppen. Das ist nun empirisch zu untersuchen.

### 5.1.2 Multivariate Befunde

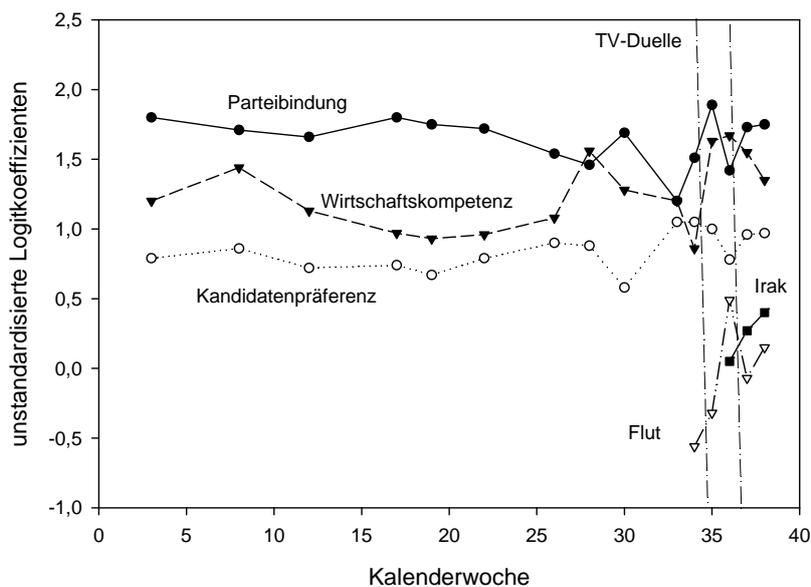
Die Frage, ob es sich bei den bivariaten Befunden lediglich um Scheinkorrelationen handelt, kann in multivariaten Analysen geklärt werden. Dabei werden die Parteiidentifikation, die Kandidatenorientierung, die ökonomische Kompetenzbewertung sowie – in der Schlussphase des Wahlkampfes – die Einstellungen zur Fluthilfe und zur Irakfrage simultan als Determinanten der Wahlabsicht verwendet (Abbildungen 4 und 5).

Abbildung 4: Effekte auf die Wahlabsicht für SPD und B'90/Grüne im Jahr 2002 (gesamtddeutsche multivariate Analyse)



Die Wirkung der Parteiidentifikation auf die Wahlabsicht zugunsten von SPD und B'90/Die Grünen durchläuft in beiden Landesteilen ähnliche Auf- und Ab-Bewegungen. Es dominieren dabei kurzfristige Oszillationen; wenn überhaupt, so lässt sich über das Wahljahr hinweg ein leichter Abwärtstrend erkennen. Ein ganz ähnliches Bild ergibt sich für die Wahl der Oppositionsparteien: Bei einem insgesamt leicht sinkenden Trend schwankt der Parteibindungseffekt zwischen 1,5 und 2 und weist keine signifikanten Veränderungen auf. Die These, mit der Nähe zum Wahltermin wollten die Bürger – ob nun wegen der polarisierten politischen Auseinandersetzung oder weil sie von sich aus mit schrumpfender zeitlicher Distanz zum Wahltag anders, d.h. stärker an fundamentalen Interessen orientiert über ihre Wahlabsicht nachdachten – zunehmend im Einklang mit ihren langfristigen Loyalitäten votieren, findet somit im Wahljahr 2002 keine Unterstützung.<sup>6</sup>

Abbildung 5: Effekte auf die Wahlabsicht für CDU/CSU und FDP im Jahr 2002 (gesamtddeutsche multivariate Analyse)



<sup>6</sup> Analoge Ergebnisse resultieren für die Wirkung der Links-Rechts-Selbsteinstufung. Dies spricht gegen die Vermutung, die Bürger hätten sich in zunehmendem Maße vor eine Wahl zwischen verschiedenen Gesellschaftsmodellen gestellt gesehen und daher ihre Werthaltungen bei der Wahlentscheidung stärker gewichtet (Hilmer 2003: 211ff.).

Die Wirkung der ökonomischen Kompetenzzuweisung auf die Wahlabsicht zugunsten der Regierungsparteien vollzieht ebenfalls hauptsächlich eine Seitwärtsbewegung: Der Effekt pendelt im Untersuchungszeitraum um den Wert 1 und bewegt sich damit auf einem deutlich niedrigeren Niveau als noch in der bivariaten Analyse. Erst von der 34. zur 35. Woche ist erstmals ein signifikanter, aber nur kurzzeitiger Anstieg des Effekts zu erkennen. Im Falle der Stimmabgabe für CDU/CSU und FDP unterliegt der Ökonomieeffekt bis zur Wahl merklichen Schwankungen. Von der 26. zur 28. Woche, vermutlich als Reaktion auf die ungünstigen Arbeitslosenzahlen für den Juni 2002, steigt er zunächst an, verliert bis zur 34. Woche aber rapide an Bedeutung. Dieser Trend, der unter anderem mit der Aufmerksamkeit für das Sommerhochwasser zusammenhängen könnte, kehrt sich von der 34. zur 35. Woche wieder um: Der Einfluss der Wirtschaftskompetenz nimmt – wie bereits in der bivariaten Analyse – in statistisch signifikantem Umfang zu. Dies spricht dafür, dass das erste Kandidatenduell und die öffentliche Diskussion darüber den Bürgern ökonomische Kompetenzurteile als Entscheidungskriterien nahe zu legen vermochten. Allerdings blieb dieser Zuwachs – wie bei der Regierungswahl – ein vorübergehendes Phänomen, und der Einfluss der wahrgenommenen Wirtschaftskompetenz verlor bald wieder an Stärke und pendelte sich auf einem mittleren Niveau ein. Im Endergebnis wirkte die ökonomische Kompetenzzuweisung am 22. September auf die Wahl der Regierungs- und Oppositionsparteien – trotz eines leicht steigenden Trends bei der Entscheidung für CDU/CSU und FDP – praktisch ebenso stark auf das Stimmverhalten wie zu jedem anderen Zeitpunkt des Wahljahres, nicht zuletzt aber zu dessen Beginn.

Die Irakfrage entfaltete auf die Wahlentscheidung zugunsten der Regierungsparteien in gesamtdeutscher Perspektive – anders als noch in der bivariaten Analyse – nur anfangs eine schwache eigenständige Wirkung. Bemerkenswerterweise bestand sie darin, dass Gegner eines militärischen Engagements nicht für SPD und die Grünen votieren wollten. Dieser gesamtdeutsche Effekt in der 36. Woche beruhte in erster Linie auf einer deutlich negativen Wirkung in den neuen Bundesländern: Ostdeutsche Gegner eines Militäreinsatzes, die andernfalls die Regierungsparteien gewählt hätten, enthielten diesen ihre Stimme vor, offenbar weil sie deren Glaubwürdigkeit in dieser Frage anzweifelten. In den beiden verbleibenden Wahlkampfwochen verlor die Irakfrage jedoch ihre eigenständige Wirkung, so dass die Regierungsparteien keine zusätzlichen Stimmenverluste unter den zahlreichen (ostdeutschen) Kriegsgegnern zu fürchten hatten.

Der Einfluss der Irakfrage auf die Wahl der bürgerlichen Oppositionsparteien entwickelte sich merklich anders. Er wuchs – gesamtdeutsch betrachtet – von der 36. Woche bis zur Vorwahlwoche systematisch an und erreichte in dieser Woche ein signifikantes Niveau; nun hemmte die Gegnerschaft zu einem solchen Engagement die Wahl der Oppositionsparteien deut-

lich.<sup>7</sup> Hinter diesem gesamtdeutschen Trend verbergen sich unterschiedliche Entwicklungen in beiden Landesteilen: In den alten Bundesländern nimmt der Effekt tendenziell zu, verharrt aber stets unter der statistischen Nachweisschwelle. In den neuen Bundesländern schnellte der Effekt nach dem zweiten Kandidatenduell über diese Schwelle und behält bis zum Wahltag seine Wirkung. Vor allem weil dieses Thema offenbar den Nerv vieler Ostdeutscher traf, verloren CDU/CSU und FDP wegen der Irakfrage Stimmen, die sie bei einer Abstimmung drei Wochen vor dem tatsächlichen Wahltermin erhalten hätten.

Die Hochwasserfrage konnte bis zur Wahl beinahe kontinuierlich, wenn auch auf niedrigem Niveau, an Einfluss auf die Entscheidung zugunsten der Regierungsparteien gewinnen. In dieser Hinsicht änderten die Bürger dauerhaft ihre Entscheidungskriterien. Jedoch gilt dies in erster Linie für einen Landesteil: In Ostdeutschland büßt die Hochwasserfrage ihre anfängliche Wirkung auf die Wahl der Regierungsparteien vollends ein, gewinnt aber in den alten Bundesländern kontinuierlich an Bedeutung und entwickelt sich zu einer bedeutsamen Determinante des Wahlverhaltens. Ironischerweise profitierte die Bundesregierung von ihrem Engagement bei der Fluthilfe also nicht in den hauptsächlich betroffenen Regionen, sondern im Westen, der das Sommerhochwasser großenteils nur aus den Medien kannte.

Für CDU/CSU und FDP erwies sich die weithin als kompetent beurteilte Fluthilfe der Bundesregierung anfangs als elektoral unproblematisch, da in beiden Landesteilen Zufriedenheit mit der Fluthilfe auch die Wahl der beiden Oppositionsparteien begünstigte. Erst als die Debatte um die Finanzierung der Hilfsmaßnahmen die Bundestagsparteien spaltete, wirkte die Zufriedenheit mit der Leistung der Regierung einer Wahl der Oppositionsparteien entgegen. Da ein Großteil der Bürger die Leistung der Regierung goutierte, entwickelte sich diese Frage infolge der Parteipolitisierung zu einer echten Belastung für die bürgerliche Opposition. Insofern konnte sie es als Erfolg verbuchen, dass die Flutfrage in beiden Landesteilen bis zum Wahltag wieder jeglichen eigenständigen Einfluss auf das Stimmverhalten für CDU/CSU und FDP einbüßte.

Der Einfluss der Kandidatenorientierung auf die Regierungswahl unterliegt in der heißen Wahlkampfphase merklichen Schwankungen. Die deutlichsten Ausschläge fallen mit den beiden TV-Duellen zusammen: Der Effekt nimmt nach dem ersten sichtlich ab, gewinnt aber nach dem zweiten wieder an Stärke, wobei dieser Anstieg in Westdeutschland von 0,9 auf 1,6 besonders deutlich ausfällt. Offenbar hat das erste der beiden Medienereignisse und

---

7 In einer Analyse in der 37. Woche, also unmittelbar nach dem zweiten TV-Duell, wächst einem Interaktionsterm aus der Haltung zur Irakfrage und dem Konsum des zweiten TV-Duells eine signifikante Wirkung zu, was vereinbar ist mit der Vermutung, dass dieses Medienereignis zumindest einen kleinen und kurzzeitigen Beitrag leistete, dieses Thema für die bürgerlichen Oppositionsparteien zu einer elektoralen Hypothek werden zu lassen.

die Berichterstattung darüber die Aufmerksamkeit von Personen abgelenkt und Einstellungen zur Ökonomie in den Vordergrund gerückt, während die zweite Auseinandersetzung zwischen Schröder und Stoiber genau im Gegenteil die Kandidatenorientierungen als Entscheidungskriterien begünstigte.<sup>8</sup> Allerdings handelt es sich dabei – wie im Falle des Ökonomieeffekts – um eine temporäre Verschiebung, da die Kandidatenwirkung von der 37. zur 38. Woche – mit dem Schwinden des unmittelbaren Eindrucks von den Ereignissen – wieder etwas an Stärke verliert.

Über diese Schwankungen hinweg nimmt der Kandidateneffekt auf die Wahl der Regierungsparteien in beiden Landesteilen im Wahljahr leicht zu: Betrug er unmittelbar nach der Kür des CDU/CSU-Kandidaten rund 0,8, stieg er bis zum Wahltag auf rund 1,3 an. Auch wenn der Anstieg unterhalb der Grenze statistischer Signifikanz bleibt ( $\chi^2 = 4,72$ ;  $df = 1$ ; siehe zu dem Test Allison 1999: 188), zeichnet sich doch eine Personalisierungstendenz ab. Sie wird noch deutlicher, wenn man das gesamte Jahr ab der zweiten Woche betrachtet: Berechnet man für die Woche vor der Kandidatenkür der Unionsparteien einen hypothetischen Kandidateneffekt im Drei-Prädiktoren-Modell, indem man den Rückgang des Kandidateneffekts infolge der statistischen Kontrolle der Parteibindung und der ökonomischen Kompetenzzuweisung aus der dritten auf die zweite Woche überträgt, resultiert ein Effekt von rund 0,75; nun ist der Anstieg des Kandidateneffekts bis zur Vorwahlwoche auf dem 95%-Niveau signifikant ( $\chi^2 = 6,34$ ;  $df = 1$ ). Insgesamt ist das Wahlverhalten zugunsten von SPD und Grünen somit zunehmend stärker personalisiert worden, wozu jedoch nicht allein die Personalisierungsstrategie der Regierungsparteien beitrug, sondern durchaus auch die Medien und die Opposition – etwa mit der Kandidatennominierung oder den Fernsehdebatten.

Die Wirkung der Kandidatenorientierung auf die CDU/CSU-FDP-Wahl entwickelt sich merklich kontinuierlicher. Sie reagiert schwächer auf Kampagnenereignisse: Parallel zum ersten TV-Duell lässt sich überhaupt keine Veränderung nachweisen, und der leichte Zuwachs nach dem zweiten Duell ist allenfalls ein matter Abglanz des sprunghaften Anstiegs bei der Wahl der Regierungsparteien. Über diese Schwankungen hinweg nimmt sie der Tendenz nach – bei gesamtdeutscher Analyse wie auch bei getrennter Betrachtung beider Landesteile – im Laufe des Jahres 2002 zu: Von rund 0,8 steigt der Effekt auf etwa 1 an. Im Vergleich zur bivariaten Analyse hat sich der Aufwärtstrend also erheblich auf ein statistisch nicht signifikantes Maß abgeschwächt, so dass im Ergebnis deutlich weniger als im Falle der Regierungsparteien von einer zunehmenden Personalisierung des Wahlverhaltens die Rede sein kann.

---

<sup>8</sup> Die wichtige Rolle der Rezeption des zweiten TV-Duells wird dadurch unterstrichen, dass Zuschauer dieses Ereignisses in der 37. Woche bei der Wahlentscheidung für die Regierungsparteien signifikant stärker kandidatenorientiert entschieden als Nicht-Zuschauer.

Insgesamt kann damit Folgendes festgehalten werden. Erstens sprechen die deutlich unterschiedlichen Entwicklungspfade der verschiedenen Effektkoeffizienten gegen einen generellen Trend zur Harmonisierung von politischen Einstellungen und Verhaltensabsichten bei abnehmender zeitlicher Distanz zum Wahltag. Vor allem trifft aber die Vermutung, Wahlkämpfe sorgten für eine wachsende Polarisierung des Stimmverhaltens im Sinne langfristiger Parteiloyalitäten, 2002 nicht zu. Zweitens scheinen die TV-Duelle und die öffentliche Diskussion darüber durchaus die Kriterien der Wähler beeinflusst zu haben, allerdings nur kurzzeitig: Nachdem der unmittelbare Eindruck des Fernsehereignisses und dessen medialer Inszenierung gewichen ist, verliert es offenbar wieder an Wirkung. Drittens konnten sich Einstellungen zu beiden Überraschungsthemen des Sommers 2002, der Flut und der Irakfrage, im Kriterienkatalog der Stimmbürger etablieren, allerdings erst, nachdem sie parteipolitisiert worden waren.

Viertens verfielen die langfristigen Thematisierungsstrategien von Regierung und Opposition in unterschiedlichem Maße. Der Kandidateneffekt auf die Oppositionswahl blieb ebenso konstant wie der Ökonomieeffekt auf die Regierungswahl. Tendenziell wuchs der Einfluss der ökonomischen Kompetenzzuweisung auf die Wahl von CDU/CSU und FDP, und sogar in signifikantem Umfang nahm der Kandidateneffekt auf die Entscheidung für SPD und B'90/Grüne zu. Die Wahlentscheidung zugunsten der Regierungsparteien hat sich somit im Laufe des Wahlkampfes in Richtung eines Kandidatenvotums entwickelt. Dagegen nahm das Votum für die bürgerlichen Oppositionsparteien ansatzweise stärker Züge eines wirtschaftspolitischen Sachreferendums an. Gleichwohl haben die stärker gewichteten Faktoren selbst am Ende der Kampagne die Wahlentscheidung nicht dominiert. Denn zu Beginn wie am Schluss des Wahlkampfes beeinflusste – gemessen anhand der standardisierten Logit-Koeffizienten (nicht tabellarisch ausgewiesen) – die Parteiidentifikation die Wahlentscheidung für Regierung und Opposition am deutlichsten. In Bezug auf die Entscheidung für CDU/CSU und FDP liegen in der 38. Woche die Wirtschaftskompetenz und Kandidatenorientierung praktisch gleichauf an zweiter Stelle, während bei der Regierungswahl die Kandidatenpräferenz zu diesem Zeitpunkt die ökonomische Kompetenzzuweisung deutlich distanziert. Die Gewichte zwischen den Determinanten haben sich also verschoben, ohne jedoch den Charakter des Stimmverhaltens im Kern zu verändern.

## *5.2 Der Wandel der Wählermotive und der Wahlausgang 2002*

Für die politischen Parteien sind Verschiebungen der Entscheidungskriterien in der Regel nicht an sich interessant, sondern vor allem dann, wenn sie die Stimmenverteilung zwischen den Parteien verändern. Daher soll nun unter-

sucht werden, ob die dargestellten Veränderungen der Kriterien den Wahlausgang beeinflusst haben. Dazu wird in Simulationen ermittelt, ob die rot-grüne Koalition oder die Opposition aus CDU/CSU und FDP ein merklich anderes Ergebnis erzielt hätten, wenn die Wähler die Entscheidungskriterien in einer anderen als der tatsächlichen Gewichtung angelegt hätten. Die Analyse konzentriert sich dabei auf jene Fälle, in denen die Effektkoeffizienten in der 38. Woche signifikant von jenen in einer vorangegangenen differieren, denn nur dann kann überhaupt sinnvoll von einem Kriterienwandel gesprochen werden.

Zunächst ist zu klären, ob die Personalisierungstendenz der Regierungswahl von der zweiten bis zur Vorwahlwoche die Stimmenverteilung beeinflusst hat. Dazu wird der Stimmenanteil für SPD und B'90/Grüne in der Stichprobe aus der 38. Woche verglichen mit dem Stimmenanteil, den beide erzielt hätten, wenn der Personalisierungstrend ausgeblieben wäre. Um dieses hypothetische Ergebnis zu errechnen, wird die logistische Regressionsgleichung aus der 38. Woche verwendet, in die jedoch anstelle des Kandidateneffekts aus dieser Woche jener aus der zweiten Woche eingesetzt wird. Mit Hilfe dieser Gleichung wird für jeden einzelnen Befragten aus der Stichprobe in der 38. Woche die Wahlwahrscheinlichkeit zugunsten von SPD und Grünen ermittelt. Anschließend wird über die Stichprobe hinweg das arithmetische Mittel gebildet. Auf diesem Weg errechnet sich ein Stimmenanteil von 43,4 Prozent für die Regierungsparteien, der signifikant unter dem empirischen Anteil von 46,6 Prozent liegt. Deshalb kann gefolgert werden, dass der wachsende Kandidateneffekt auf das Wahlverhalten den Stimmenanteil der rot-grünen Koalition signifikant gesteigert hat (Tabelle 1).

*Tabelle 1:* Vergleich der Stimmenanteile für SPD und B'90/Grüne sowie für CDU/CSU und FDP in der Vorwahlwoche mit Simulationsergebnissen (in %)

	Wahl von SPD und B'90/Grünen	Wahl von CDU/CSU und FDP
Woche 38	46,6	39,9
Modell W38, Kandidateneffekt W 2*	43,4 <sup>a</sup>	-
Modell W 38, Flut = 0	42,8 <sup>a</sup>	-
Modell W 38, Irak = 0	-	42,0 <sup>a</sup>

a: Differenz zum tatsächlichen Anteil ist auf dem 99,9%-Niveau signifikant (Test für abhängige Stichproben) \*: Für die Kandidatenorientierung wurde der Wert 0,75 eingesetzt. Er wurde ermittelt, indem die Differenz des Kandidateneffekts zwischen dem Parteiidentifikation-Kandidaten-Modell und dem Drei-Prädiktoren-Modell aus der dritten Woche auf die zweite übertragen und vom Kandidateneffekt im Zwei-Prädiktoren-Modell subtrahiert wird.

Die Einstellungen zum Krisenmanagement der Bundesregierung im Zusammenhang mit dem Jahrhunderthochwasser entwickelten binnen kurzer Zeit eine signifikante Wirkung auf das Stimmverhalten. Um zu prüfen, ob diese Verschiebung der Entscheidungskriterien den Wahlausgang merklich beeinflusst hat, wird ganz ähnlich wie im Falle der Kandidatenorientierungen vorgegangen: Es wird mit Hilfe der logistischen Regressionsgleichung aus der 38. Woche ein hypothetischer Stimmenanteil errechnet, wobei jedoch der Effektkoeffizient der Einstellungen zum Sommerhochwasser auf Null, also auf den Wert vor der heißen Wahlkampfphase gesetzt wird. Wie Tabelle 1 zu entnehmen ist, hätten SPD und B'90/Grüne unter diesen Bedingungen 42,8 Prozent und damit ein signifikant schlechteres Ergebnis als tatsächlich erzielt. Folglich hat der Bedeutungszuwachs der Flutfrage der rot-grünen Koalition einen Stimmengewinn eingebracht.

Eine kritische Haltung zu einem deutschen Irak-Engagement wirkt in der Vorwahlwoche der Wahlentscheidung für CDU/CSU und FDP entgegen. Daher ist nun der Stimmenanteil für diese beiden Parteien mit jenem Anteil zu vergleichen, den sie erreicht hätten, falls diese Frage wie einige Wochen vor der Wahl ohne Wirkung auf das Stimmverhalten geblieben wäre. Empirisch ist hier ebenfalls ein signifikanter Unterschied festzustellen: Die bürgerlichen Oppositionsparteien hätten deutlich besser abgeschnitten, wenn es ihnen gelungen wäre, dieses Thema am Wahltag parteipolitisch zu neutralisieren und um seinen Einfluss auf die Stimmabgabe zu bringen. Wie im Falle der Fluthilfe verdankt sich dabei der deutliche Aggregateffekt einer Änderung des Effektkoeffizienten auf der Individualebene nicht zuletzt der sehr schiefen Verteilung der öffentlichen Meinung zugunsten der Regierung.

Die Regierungsparteien profitierten – dies zeigen die Simulationen – vom wachsenden Kandidateneffekt und von der Thematisierung der Fluthilfe, während CDU/CSU und FDP wegen des Irakthemas Stimmen einbüßten. Der Umfang der Verschiebungen im tatsächlichen Wahlgesehene lässt sich zwar nicht exakt beziffern, doch scheinen Aussagen über die praktische Bedeutung der Priming-Effekte trotzdem möglich. Da die Wahl am 22. September 2002 denkbar knapp ausging, könnten die dargestellten Priming-Effekte der rot-grünen Koalition die relative Stimmenmehrheit eingebracht und damit eine allein aus Überhangmandaten resultierende Parlamentsmehrheit – und damit womöglich eine Wahlsystemkrise – verhindert haben. Ja, es scheint nicht einmal unplausibel, anzunehmen, dass es ohne sie zu einem Regierungswechsel gekommen wäre. Mit anderen Worten: Ein gelungenes Themenmanagement kann sich für eine Partei am Wahltag durchaus handfest in Wählerstimmen auszahlen.

## 6. Schlussbemerkungen

Die vorliegende Analyse ging der Frage nach, ob sich im Wahljahr 2002 die Gewichtung der Bestimmungsgrößen der Wahlabsicht – womöglich wahlkampfbedingt – verändert hat. Sie wurde mit Hilfe eines einfachen Erklärungsmodells untersucht, in dem die Parteiidentifikation, die Kandidatenpräferenz und die Kompetenzzuweisung auf dem Gebiet der Ökonomie als Bestimmungsgrößen der Wahlabsicht aufgefasst wurden. Zusätzlich zu Gewichtsverlagerungen in dieser Determinatentrias wurde untersucht, ob die Überraschungsthemen „Hochwasserhilfe“ und „Irakkrieg“ einen Einfluss auf das Wahlverhalten erlangen konnten.

In der empirischen Analyse konnten merkbare kurzfristige Schwankungen der Effekte der Wahlabsichtsdeterminanten nachgewiesen werden. Besonders zahlreich und deutlich waren die Ausschläge im zeitlichen Zusammenhang mit den so genannten TV-Duellen. Diese Ereignisse, die die Aufmerksamkeit der politischen Elite und der Medien bündeln, scheinen also ein erhebliches Potenzial zu besitzen, die Entscheidungskriterien der Bürger in die eine oder andere Richtung zu lenken. Jedoch lässt dieser Effekt offenkundig parallel zum Schwinden des unmittelbaren Eindrucks wieder deutlich nach, so dass die Effektkoeffizienten auf ein „Normalmaß“ zurückkehren. Möchte man vermeiden, dass die Entscheidungskriterien am Wahltag allzu sehr von Zufälligkeiten dieser Medienereignisse beeinflusst werden, empfiehlt es sich daher, Fernsehduelle – deren Etablierung außer Frage zu stehen scheint – in angemessenem Abstand vor einer Wahl zu veranstalten.

Dauerhafte Änderungen der Wirkung von Einflussgrößen waren vergleichsweise selten festzustellen. Der Effekt der Parteiidentifikation bleibt durch das gesamte Wahljahr 2002 hindurch praktisch konstant, so dass die Vermutung, mit zunehmender Nähe zum Wahltermin favorisierten die Bürger fundamentale Interessen und Loyalitäten als Entscheidungskriterien, zurückgewiesen werden muss. Die wirtschaftspolitische Kompetenzzuweisung gewinnt nur bei der Entscheidung für CDU/CSU und FDP tendenziell an Einfluss. Die Thematisierungsstrategie dieser beiden Oppositionsparteien verfiel also vor allem insofern, als sie einen Bedeutungsverlust dieses Themas verhindern konnten. Der Effekt der Kandidatenorientierung stieg dagegen – bezogen auf die Regierungswahl – im Jahr 2002 deutlich an, so dass die Personalisierungsstrategie der Regierungsparteien eher aufging, wenngleich nicht sie allein für die Entwicklung des Kandidateneffekts verantwortlich sein dürfte. Schließlich gelang es der Hochwasser- und der Irakfrage, wie aus heiterem Himmel bis zum Wahltag einen Einfluss auf das Stimmverhalten zu entwickeln.

Diese Verschiebungen in der Determinantengewichtung änderten zum einen den Charakter der Wahl: Sie entwickelte sich tendenziell in Richtung einer Personalentscheidung und eines Referendums über den Umgang mit

dem Sommerhochwasser und der Irakfrage. Der Kriterienwandel trug also nicht dazu bei, dass die am Wahltag siegreiche Seite für sich ein wirtschafts- und sozialpolitisches Policy-Mandat für die folgende Legislaturperiode reklamieren konnte, wie es etwa der Bundeskanzler in seiner Regierungserklärung vom 29.10.2002 versuchte.

Zum anderen, und das ist für die politischen Akteure vermutlich interessanter, haben die Gewichtsverlagerungen unter den Determinanten hin zur Kandidatenorientierung und den beiden Sommerthemen der rot-grünen Koalition bei ihrer Aufholjagd in der öffentlichen Meinung und zu ihrer Wiederwahl nachweisbar geholfen. Insoweit bestätigt die vorliegende Untersuchung einen Teil der eingangs angeführten Wahlanalysen (Jung 2003: 25ff.; Norpoth/Gschwend 2003).<sup>9</sup> Allgemeiner kann gefolgert werden: Veränderungen der Determinanteneffekte können die Wahlchancen der Parteien merklich beeinflussen, und die Parteien scheinen in gewissem Maße Einfluss darauf zu haben, in welche Richtung sich die Gewichte verschieben. Deshalb ist es für Parteien und Kandidaten, die bei einer Wahl möglichst gut abschneiden wollen, lohnenswert, in Wahlkampagnen auf ein gelungenes Themenmanagement zu achten. Erst recht gilt dies, wenn man zusätzlich indirekte Effekte berücksichtigt, die hier nicht untersucht wurden. Daher würde es nicht erstaunen, wenn sich Wahlkämpfe in Zukunft weiter von einem Parteiendialog über ein und dasselbe Thema in Richtung einer Kakophonie zahlreicher Partei-monologe entwickelten.

Die vorliegende Analyse hat einige Fragen zu Veränderungen der Bewertungs- und Entscheidungskriterien zu beantworten versucht, zahlreiche andere aber allenfalls implizit angesprochen. So wurden Priming-Effekte auf die Determinanten und die Verteilung wahlverhaltensrelevanter Einstellungen nicht untersucht. Dabei scheint es beispielsweise nicht unplausibel, dass die Thematisierung der Hochwasserhilfe die öffentliche Aufmerksamkeit auf Tatkraft und Entschlossenheit als Kriterium bei der Beurteilung der Kanzlerkandidaten gelenkt, damit den Charakter der Kandidatenpräferenz verändert und den Popularitätsvorsprung Gerhard Schröders vergrößert hat. Wenn gleich die Datenlage die Möglichkeiten, diese und ähnliche Fragen zu untersuchen, merklich restringiert, dürfte es sich daher bei der Priming-Forschung um ein ausgesprochen fruchtbares Feld der Wahlkampfforschung handeln.

---

9 Allerdings sprechen hier nicht berichtete Analysen dagegen, den Anstieg des Kandidateneffekts als Hinweis auf eine Zunahme des Einflusses der Zufriedenheit mit der Regierung zu lesen.

### Anhang – Frageformulierungen und Operationalisierungen

#### Wahlabsicht

Regierungswahl: 1: SPD, B'90/Grüne; 0: alle anderen Parteien, Nichtwahl.

CDU/CSU-FDP-Wahl: 1: CDU/CSU, FDP; 0: alle anderen Parteien, Nichtwahl.

#### Parteiidentifikation

„In Deutschland neigen viele Leute längere Zeit einer bestimmten politischen Partei zu, obwohl sie ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie – ganz allgemein gesprochen – einer bestimmten Partei zu?“

-1: CDU/CSU, FDP; 0: PDS, REP, andere, keine Identifikation; 1: SPD, B'90/Grüne.

#### Kandidatenpräferenz

„Bitte sagen Sie mir wieder mit dem Thermometer von +5 bis -5, was Sie von einigen führenden Politikern halten.“ Vergleich der Skalometerwerte für Schröder und Stoiber.

-1: Stoiber-Präferenz; 0: Indifferenz; 1: Schröder-Präferenz

#### Wirtschaftskompetenz

„Welche Partei kann ihrer Meinung nach am besten die momentanen wirtschaftlichen Probleme in Deutschland lösen?“

-1: CDU/CSU, FDP; 0: PDS, REP, DVU, sonstige, keine; 1: SPD, B'90/Grüne.

#### Hochwasserhilfe

Woche 34-35: „Was meinen Sie, tut die Bundesregierung genug, um den Opfern der Flutkatastrophe zu helfen, oder tut sie nicht genug?“ 0: nicht genug; 1: genug

Woche 36-38: „Was meinen Sie, tut die Bundesregierung genug, um den Opfern der Flutkatastrophe zu helfen, tut sie nicht genug, oder tut sie zuviel?“ 0: nicht genug, zu viel; 1: genug.

#### Militärintervention im Irak

„Falls es zu Militäraktionen der USA gegen den Irak kommt, sollte sich Deutschland dann auf jeden Fall beteiligen, sollte sich Deutschland nur beteiligen, wenn es einen entsprechenden Beschluss der Vereinten Nationen gibt, oder sollte sich Deutschland auf keinen Fall beteiligen?“ -1: auf jeden Fall; 0: mit UN-Beschluss; 1: auf keinen Fall.

Für die Analysen der Wahl von CDU/CSU und FDP wurden alle unabhängigen Variablen genau spiegelverkehrt codiert.

### Literatur

Allison, Paul D.: Comparing Logit and Probit Coefficients Across Groups, in: Sociological Methods & Research 28 (1999), S. 186-208.

Bowler, Shaun/Broughton, David/Donovan, Todd/Snipp, Joseph: The Informed Electorate? Voter Responsiveness to Campaigns in Britain and Germany. In: Bowler, Shaun/Farrell, David M. (Hrsg.): Electoral Strategies and Political Marketing. Basingstoke: Macmillan, 1992, S. 204-222.

Brettschneider, Frank: Candidate Voting. Die Bedeutung von Spitzenkandidaten für das Wählerverhalten in Deutschland, Großbritannien und den USA von 1960 bis 1998. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001, S. 351-400.

- Brettschneider, Frank: Die Medienwahl 2002: Themenmanagement und Berichterstattung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* B49-50 (2002), S. 36-47.
- Brunner, Wolfram: Bundestagswahlkämpfe und ihre Effekte: Der Traditionsbruch 1998. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 30 (1999), S. 268-296.
- Budge, Ian/Farlie, Dennis J.: *Explaining and Predicting Elections*. London: Allen & Unwin, 1983.
- Campbell, Angus/Converse, Philip E./Miller, Warren E./Stokes, Donald E., 1960: *The American Voter*, New York: John Wiley.
- Dalton, Russell J./Beck, Paul Allen/Huckfeldt, Robert/Koetzle, William, 1998: A Test of Media-Centered Agenda-Setting: Newspaper Context and Public Interest in a Presidential Election, in: *Political Communication* 15, S. 463-481.
- Dörner, Christine: Do Media Matter? – Zur Reichweite des Agenda Settings. In: Dörner, Christine/Erhardt, Klaudia (Hrsg.): *Politische Meinungsbildung und Wahlverhalten. Analysen zum „Superwahljahr“ 1994*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998, S. 119-149.
- Driescher, Frank: Vier Wahlforscher, vier Ansichten. In: *Die Zeit* 40/2002, S. 5.
- Finkel, Steven E.: The Effects of the 1980 and 1984 Campaigns on Mass Ideological Orientations: Testing the Salience Hypothesis. In: *Western Political Quarterly* 42 (1989), S. 325-346.
- Finkel, Steven E./Schrott, Peter: Wählerstimmen durch Wahlkämpfe? Eine Analyse der Bundestagswahl 1990. In: *ZUMA-Nachrichten* 34 (1994), S. 7-34.
- Finkel, Steven E./Schrott, Peter R.: Campaign Effects on Voter Choice in the German Election of 1990. In: *British Journal of Political Science* 25 (1995), S. 349-377.
- Forschungsgruppe Wahlen e.V.: *Bundestagswahl. Eine Analyse der Wahl vom 22. September 2002*. Mannheim: Forschungsgruppe Wahlen.
- Gelman, Andrew/King, Gary: Why are american election polls so variable when votes are so predictable? In: *British Journal of Political Science* 23 (1993), S. 409-451.
- Gidengil, Elisabeth/Blais, André/Nevitte, Neil/Nadeau, Richard: Priming and Campaign Context. In: Farrell, David M./Schmitt-Beck, Rüdiger (Hrsg.): *Do Political Campaigns Matter?* London: Routledge, 2002, S. 76-91.
- Hartenstein, Wolfgang/Müller-Hilmer, Rita: Die Bundestagswahl 2002: Neue Themen – neue Allianzen, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B49-50 (2002), S. 18-26.
- Hilmer, Richard: Bundestagswahl 2002: eine zweite Chance für Rot-Grün. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 34 (2003), S. 187-219.
- Infratest dimap: *Deutschland Trend August 2002 III*, Berlin, 2002 ([http://www.infratest-dimap.de/politik/deutschlandtrend/dt0208\\_3/dt0208\\_3home.html](http://www.infratest-dimap.de/politik/deutschlandtrend/dt0208_3/dt0208_3home.html)).
- Iyengar, Shanto: *Is Anyone Responsible?* Chicago: University of Chicago Press, 1991.
- Iyengar, Shanto/Simon, Adam: News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. In: *Communication Research* 20 (1993), S. 365-383.
- Iyengar, Shanto/Kinder, Donald R.: *News That Matters*. Chicago-London: University of Chicago Press, 1987.
- Iyengar, Shanto/Peters, Mark D./Kinder, Donald R.: Experimental Demonstrations of the ‚Not-So-Minimal‘ Consequences of Television News Programs. In: *American Political Science Review* 76 (1982), S. 848-858.
- Johnston, Richard/Blais, André/Brady, Henry E./Crête, Jean, 1992: *Letting the People Decide*, Stanford: Stanford University Press.
- Jung, Helmut: Analyse der Bundestagswahl 2002, in: *Politische Studien* 54, Januar/Februar 2003, Heft 387 (2003), S. 21-33.
- Kepplinger, Hans Mathias: Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* B15/89 (1989), S. 3-16.
- Key, Valdimer O.: *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936-1960*, New York: Vintage, 1966.
- Krosnick, Jon A./Kinder, Donald R.: Altering the Foundations of Support for the President through Priming. In: *American Political Science Review* 84 (1990), S. 497-512.

- Lau, Richard R.: Construct Accessibility and Electoral Choice. In: *Political Behavior* 11 (1989), S. 5-32.
- Mendelsohn, Matthew: The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders, and Party Identification. In: *Journal of Politics* 58 (1996), S. 112-125.
- Norpoth, Helmut/Gschwend, Thomas: The Red-Green Victory: Against All Odds, in: *German Politics and Society* 21 (2003), S. 15-34.
- Norris, Pippa/Curtice, John/Sanders, David/Scammell, Margaret/Semetko, Holli: *On Message*. London: Sage, 1999.
- Petrocik, John R., Divided Government: Is It All in the Campaigns?, in: Gary W. Cox, Samuel Kernell (Hrsg.), *The Politics of Divided Government*. Boulder: Westview Press, 1991, S. 13-38.
- Petrocik, John R.: Issue Ownership in Presidential Elections, with a Case Study, in: *American Journal of Political Science* 40 (1996), S. 825-850.
- Popescu, Marina/Tóka, Gábor, Campaign Effects and Media Monopoly. In: Farrell, David M./Schmitt-Beck, Rüdiger (Hrsg.): *Do Political Campaigns Matter?* London: Routledge, 2002, S. 58-75.
- Popkin, Samuel L.: Campaigns That Matter. In: McCubbins, Matthew D. (Hrsg.), *Under the Watchful Eye. Managing Presidential Campaigns in the Television Era*, Washington: *Congressional Quarterly*, 1992, S. 153-170.
- Roth, Dieter/Jung, Matthias: Ablösung der Regierung vertagt: Eine Analyse der Bundestagswahl 2002, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* B49-50 (2002), S. 3-17.
- Schoenbach, Klaus/Semetko, Holli A., 1992: Agenda-Setting, Agenda-Reinforcing of Agenda-Deflating? A Study of the 1990 German National Election, in: *Journalism Quarterly* 69, S. 837-846.
- Simon, Adam: *The Winning Message*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- Sullivan, John L./Fried, Amy/Dietz, Mary G.: Patriotism, Politics, and the Presidential Election of 1988. In: *American Journal of Political Science* 36 (1992), S. 200-234.
- Valentino, Nicholas A./Hutchings, Vincent L./White, Ismail K.: Cues that Matter: How Political Ads Prime Racial Attitudes During Campaigns. In: *American Political Science Review* 96 (2002), S. 75-90.
- Westyle, Mark: *Senate Elections and Campaign Intensity*. Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1991.
- [www.wahlrecht.de](http://www.wahlrecht.de)
- Zaller, John R.: *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.