

Manuskript

Einstellungszugänglichkeit im Laufe von Wahlkämpfen:

Aktivierungseffekte im Kontext der Bundestagswahlen 2005, 2009 und 2013

Maria Preißinger (Universität Mannheim)

Marco Meyer (Universität Bamberg)

Erscheint 2015 im Sonderheft der Politischen Vierteljahresschrift „Politische Psychologie“.

Abstract

Der Artikel widmet sich der Frage, ob und inwiefern sich Aktivierungsprozesse mithilfe des Konzepts der Einstellungszugänglichkeit, operationalisiert über Antwortreaktionszeiten, aufspüren lassen. Anhand von Daten aus Rolling-Cross-Section-Erhebungen anlässlich der Bundestagswahlen 2005, 2009 und 2013 werden die Zugänglichkeiten von Parteiidentifikationen und Wahlabsichten für verschiedene Subgruppen analysiert. Während sich leichte Zugänglichkeitssteigerungen im Laufe von Wahlkämpfen bei Wahlabsichten nachweisen lassen, bleibt die Zugänglichkeit von Parteiidentifikationen unverändert. In Kontrast zu Untersuchungen in anderen Ländern ergibt sich somit der Befund, dass die untersuchten deutschen Bundestagswahlkämpfe nicht in der Lage waren, Parteibindungen von Wählern vielfach zu aktivieren.

Schlagwörter: Wahlkampfeffekte, Einstellungszugänglichkeit, Einstellungsstärke, Aktivierung, Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz

Attitude accessibility in political campaigns:

Activation effects in the German federal elections in 2005, 2009 and 2013

Maria Preißinger (University Mannheim)

Marco Meyer (University Bamberg)

In press. Politische Vierteljahresschrift 2015. Special Issue “Political Psychology”.

Abstract

This article deals with the question whether and how activation processes can be detected by utilizing the concept of attitude accessibility, measured by response time. On the basis of Rolling-Cross-Section-Data for the German Bundestag elections in 2005, 2009, and 2013 the accessibility of party identifications and vote intentions were analyzed for different sub-groups. While we find a slight increase in the accessibility of vote intentions over the course of the campaign, the accessibility of party identifications remains unchanged. In contrast to studies in other countries, we find that the analyzed German elections were not able to activate partisan ties in a substantial way.

Key Words: campaign effects, attitude accessibility, attitude strength, activation, attitude-behavior consistency

1. Einleitung

Die Frage nach der Wirksamkeit von Wahlkampagnen ist ein bedeutsamer Gegenstandsbereich der Wahlforschung und nicht zuletzt für politische Akteure hochgradig relevant. Die klassische Wahlstudie von Lazarsfeld et al. (1968) und nachfolgende Arbeiten sowohl in den USA als auch in anderen Staaten (Bartels 2006; Claassen 2011; Erikson et al. 2010; Finkel 1993; Finkel u. Schrott 1995) erbrachten allerdings den Befund, dass der Erfolg persuasiver Kommunikation, Einstellungen von Wählern grundsätzlich zu verändern (Konversionseffekt), begrenzt sei. Vielmehr bestärke die Wahlkampfkommunikation stark politisch involvierte Wähler in ihren „stehenden Entscheidungen“ für eine Partei (Verstärkungseffekt) oder aktiviere im Laufe des Wahlkampfes zuvor noch unbewusste Prädispositionen weniger involvierter Wähler und veranlasse diese Personen mit Nähe zum Wahltag auf diese Weise dazu, allmählich in Einklang mit ihren Prädispositionen abzustimmen (Aktivierungseffekt).

Die bisherige Forschung zu Aktivierungseffekten ist hauptsächlich geprägt von korrelativen Untersuchungen. Hier wird das mit Nähe zum Wahltag steigende Einflussgewicht politischer Prädispositionen bei der Erklärung von Wahlabsichten (etwa Bartels 2006; Erikson et al. 2010; Claassen 2011) oder die wachsende Güte solcher Modelle (Johnston et al. 2014) als Beleg für Aktivierungsprozesse interpretiert. Bei dieser Vorgehensweise bleibt offen, welcher psychologische Mechanismus zu der Konvergenz von Wahlabsichten führt. So argumentiert Peterson (Peterson 2004; 2009) in Anlehnung an Gelman u. King (1993), die Verarbeitung politischer Informationen seitens der Bürger erhöhe die Sicherheit ihrer politischen Einstellungen gegenüber Kandidaten, sodass sie erst im Verlauf des Wahlkampfes lernen, welcher Kandidat zu ihren Prädispositionen passe. Eine andere Richtung der Literatur sieht sogar die Möglichkeit eines Methodenartefakts: Wahlabsichten würden mit Nähe zum Wahltag kongruenter mit Prädispositionen, weil Befragte mit Nähe zum Wahltag, unabhängig davon wie viele Wahlkampfinformationen sie verarbeiten, die Frage nach der Wahlabsicht zunehmend ernst nehmen und motiviert seien, aufrichtig zu antworten (*Optimizing*), während sie zu Beginn des Wahlkampfes noch *Satisficing* (Krosnick 1999, S. 546–559) betrieben haben (Enns u. Richman 2013).

Der vorliegende Artikel soll prüfen, ob der von Lazarsfeld und Kollegen behauptete Mechanismus – Prädispositionen treten den Bürgern im Verlauf des Wahlkampfes immer stärker ins Bewusstsein und beeinflussen deswegen immer stärker Wahlabsichten – für das empirische Muster der konvergierenden Wahlabsichten verantwortlich ist. Dazu soll die klassische Aktivierungstheorie mit dem Konzept der Einstellungszugänglichkeit (Fazio 1995)

verknüpft werden, denn diese ist vereinbar mit der Vorstellung, dass Einstellungen im Laufe des Wahlkampfes kognitiv zugänglicher werden und deswegen einen größeren Einfluss auf das Verhalten ausüben (Grant et al. 2010). Zugänglichkeit beschreibt die Leichtigkeit, mit der eine Einstellung aus dem Gedächtnis abgerufen und bei einem Fragestimulus geäußert werden kann, weshalb für die Messung Antwortreaktionszeiten zur Anwendung kommen (Fazio 1995, S. 248). Je häufiger Einstellungen in der Vergangenheit aktiviert wurden und je kürzer die Zeitspanne nach der letzten Aktivierung, desto zugänglicher die Einstellungen (Fazio 1995, S. 252). Außerdem wissen wir, dass hochzugängliche Einstellungen einen größeren Einfluss auf Verhalten ausüben als schwach zugängliche Einstellungen (Fazio 1986). Trifft man die Annahme, dass der Wahlkampf mit seiner sich intensivierenden politischen Kommunikation die Prädispositionen der Bürger wiederholt aktiviert, folgt daraus die Erwartung, dass deren Zugänglichkeit mit Nähe zum Wahltag wächst und deswegen Wahlabsichten in zunehmendem Maße mit Voreinstellungen konvergieren. Erstmals wurde das Konzept der Zugänglichkeit von Grant et al. (2010) mit der Aktivierungstheorie verbunden: Sie haben die Zugänglichkeit von Parteibindungen im Laufe einer *Midterm*-Senats-Kampagne in einem amerikanischen Bundesstaat untersucht und hierbei gezeigt, dass diese sowohl zugänglicher werden als auch mit höherer Zugänglichkeit die Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz zunimmt. Der vorliegende Beitrag soll dieser Forschungsrichtung anhand von repräsentativen Umfragedaten zu den drei jüngsten deutschen Bundestagswahlen von 2013, 2009 und 2005 weitere empirische Evidenz hinzufügen. Durch die Analyse von drei in ihrer Intensität variierenden Wahlkämpfen bietet sich dabei erstmals die Möglichkeit zu klären, inwiefern das Ausmaß an Aktivierungseffekten von den konkreten Randbedingungen einer Wahl abhängt.

Während die Nutzung von Reaktionszeiten eine lange Tradition in Laboruntersuchungen hat (siehe zusammenfassend Fazio 1989, 1995), sind sie in repräsentativen Erhebungen und im politikwissenschaftlichen Bereich bisher vergleichsweise selten angewendet worden. Bislang fand das Konzept der Einstellungszugänglichkeit, operationalisiert über Reaktionszeiten, hauptsächlich im Bereich der Konsistenz zwischen Stimmabsichten und berichtetem Verhalten Anwendung (Bassili 1995a, 1995b; Faas u. Mayerl 2010; Meyer u. Schoen 2014). Weitaus seltener sind Untersuchungen, welche die Kampagnendynamik von Einstellungszugänglichkeiten thematisieren, da solche Vorhaben hohe Anforderungen an die verwendeten Daten stellen (Grant et al. 2010; Huckfeldt et al. 1998; Huckfeldt et al. 2000). Generell erscheint es daher geboten und vielversprechend, neben den inhaltlichen Forschungsinteressen, die Technik und Interpretation von erfassten Zeitmessungen in ihrem Potential in diesem Beitrag weiter zu erkunden. Denn die Berücksichtigung dreier Bundestagswahlen stellt zugleich

eine methodische Herausforderung dar, da sich in den drei Erhebungen die technische Erfassung und Genauigkeit der Zeitmessungen teilweise beträchtlich unterscheidet. Die vorliegende Untersuchung kann somit auch einen Beitrag zu der Frage leisten, inwiefern verschiedene Operationalisierungsvarianten zu substantiell relevanten Abweichungen führen, und somit wertvolle praktische Erkenntnisse für die weitere Nutzung und technische Implementation von Zeitmessungen liefern.

Der Artikel ist folgendermaßen gegliedert: Zunächst werden theoretisch-konzeptionelle Fragen diskutiert und darauf aufbauend Erwartungen für die empirische Analyse abgeleitet. Nach der Vorstellung der Datenbasis und Operationalisierung werden die Ergebnisse der empirischen Analyse dargestellt, die drei Ziele verfolgt: Erstens soll die Dynamik der Zugänglichkeit von Parteiidentifikationen sowie von Wahlabsichten im Laufe der drei Wahlkämpfe untersucht werden. Empirisch zeigt sich hierbei, dass Parteibindungen im Laufe der untersuchten Wahlkämpfe nicht zugänglicher werden, bei Wahlabsichten hingegen eine leichte Zugänglichkeitssteigerung erkennbar ist. Die drei betrachteten Bundestagswahlkämpfe waren offenbar nicht in der Lage, Parteibindungen von Wählern vielfach zu aktivieren. In einem zweiten Schritt wird analysiert, inwiefern individuelle Unterschiede hinsichtlich politischer Involvierung und Unterschiede zwischen den Wahlkämpfen einen Einfluss auf die Dynamik der Zugänglichkeiten ausüben. Hierbei resultiert eine gemischte empirische Evidenz, vornehmlich jedoch entgegen der theoretischen Erwartungen. Allerdings könnten diese Befunde zu Teilen auch durch methodische Limitationen entstanden sein, weshalb eine entsprechende Problematisierung erfolgt. Drittens wird die Einstellungszugänglichkeit explizit als Einstellungs-Verhaltens-Moderator aufgefasst und geprüft, ob schneller geäußerte Einstellungen Wahlverhalten besser voraussagen können als weniger zugängliche Einstellungen. Hierbei zeigt sich ein bedeutsamer Einfluss der Zugänglichkeit: Schneller geäußerte Parteibindungen führen, unabhängig vom Zeitpunkt des Wahlkampfes, eher zu einer kongruenten Wahlentscheidung. Abschließend werden die Befunde zusammenfassend diskutiert und Implikationen für die weitere Forschung aufgezeigt.

2. Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen

In diesem Abschnitt soll die klassische Aktivierungstheorie mit dem Konzept der Einstellungszugänglichkeit verknüpft werden. Dies soll insbesondere mit politisch-psychologischen Aspekten der Informationsverarbeitung geschehen. Zudem werden Erwartungen hinsichtlich individueller Unterschiede sowie kontextueller Eigenschaften der drei

untersuchten Bundestagswahlkämpfe formuliert und darauf aufbauend empirisch überprüfbare Hypothesen abgeleitet.

2.1 Eine Umformulierung der Aktivierungstheorie mithilfe des Zugänglichkeitskonzepts

Lazarsfeld und Kollegen argumentieren, dass der Aktivierungsprozess sich in vier Schritten entwickle. Während Kampagnen beim zunächst passiven Wähler in einem ersten Schritt Interesse wecken, beginnt er im zweiten Schritt selbst aktiv nach Informationen zu suchen (Lazarsfeld et al. 1968, S. 75), sodass politische Prädispositionen wiederholt aktiviert werden und dem Betroffenen verstärkt ins Bewusstsein treten. Diese Informationssuche, so Schritt drei, findet selektiv statt: Der Wähler setzt sich unbewusst solchen Informationen aus, die im Einklang mit seinen Prädispositionen stehen, und findet so immer mehr Argumente, die dafür sprechen, gemäß seinen Prädispositionen zu wählen. In einem vierten und letzten Schritt „kristallisiert“ sich deswegen eine mit diesen Prädispositionen kongruente Wahlentscheidung heraus (Lazarsfeld et al. 1968, S. 76). Aufgrund dieser selektiven Prozesse ist es somit auch nicht weiter verwunderlich, dass in der klassischen Untersuchung vor allem Verstärkungs- und Aktivierungsprozesse beobachtet wurden und keine Umschwünge, also Konversionseffekte (Lazarsfeld et al. 1968, S. 102).

Obwohl die Columbia-Forscher das Konzept der Einstellungszugänglichkeit noch nicht kennen konnten, lässt sich ihre klassische Aktivierungstheorie nahtlos in dieses Forschungsparadigma übersetzen. Mit den Messinstrumenten dieser Forschungsrichtung eröffnen sich genauere Einblicke in die Informationsverarbeitung von Wählern und somit in die kausalen Mechanismen hinter dem empirisch zu beobachteten Muster der konvergierenden Wahlabsichten. Das Konzept der Einstellungszugänglichkeit setzt eine gewisse Vorstellung über die kognitive Architektur voraus, die im Folgenden kurz erläutert werden soll. Es wird angenommen, dass das politische Wissen über verschiedene Objekte in assoziativen Netzwerken im Langzeitgedächtnis abgespeichert ist. Die Knoten oder Objekte dieses Netzwerkes sind mit Bewertungen versehen, mit positiven, neutralen oder negativen Affekten, die in ihrer Stärke variieren können (Lodge u. Taber 2000, S. 193). In dieser Modellvorstellung ist eine Einstellung definiert als Objekt-Bewertungs-Assoziation, also als die Verbindung zwischen einem Objekt und seiner affektiven Bewertung (Fazio 1995). Einstellungszugänglichkeit beschreibt nun die Leichtigkeit, mit der eine Einstellung, verstanden als jene Objekt-Bewertungs-Assoziation, aus dem Langzeitgedächtnis abgerufen werden kann. Je stärker die Verbindung zwischen Objekt und Bewertung, desto zugänglicher ist die Einstellung und desto schneller

kann sie bei einem Fragestimulus geäußert werden (Fazio 1995, S. 248). Liegt keine Einstellung zu dem gefragten Objekt im Gedächtnis vor ("non-attitude", Converse 1970), sind Individuen darauf angewiesen, eine Bewertung an Ort und Stelle kognitiv aufwändig zu generieren, was mehr Zeit in Anspruch nimmt. Deswegen wird die Zugänglichkeit von Einstellungen über Antwortreaktionszeiten gemessen (Fazio 1995, S. 248–250).

Als wesentliche Einflussgröße auf die Zugänglichkeit von Einstellungen kann das assoziative Lernen angeführt werden. Je häufiger Individuen eine Objekt-Bewertungs-Assoziation „trainieren“, d.h. je häufiger ihre Einstellung durch einen Stimulus aktiviert wird und je häufiger sie sich somit ihrer Einstellung bewusst werden, desto stärker wird die Verbindung zwischen dem Objekt und der Bewertung und kann bei erneuter Aktivierung schneller geäußert werden (Fazio 1995, S. 252). In Laboruntersuchungen wurde dieser Wiederholungscharakter durch eine wiederholte Konfrontation der Versuchspersonen mit einem Stimulus und der wiederholten Einstellungsabfrage umgesetzt (etwa Fazio 1995, S. 249; Lodge u. Taber 2000, S. 192), doch derartige Mechanismen lassen sich auch in der sozialen Wirklichkeit von Wahlkämpfen finden. Wahlkämpfe sind Zeitspannen intensiver politischer Kommunikation. Die Quantität politischer Kommunikation nimmt zu, doch auch die Qualität verändert sich, sie wird dezidiert persuasiv und ist darauf ausgerichtet, die Stimmen von Wählern zu gewinnen. Nimmt man an, dass mit Nähe zum Wahltag die Bürger verstärkt dieser persuasiven politischen Kommunikation ausgesetzt sind, werden innerhalb des Wahlkampfes ihre politischen Prädispositionen wiederholt aktiviert und sollten deswegen, gemäß der Logik des assoziativen Lernens, zugänglicher werden. Folgende empirisch zu prüfende Hypothese lässt sich daher formulieren:

H₁: Je näher der Wahltag rückt, desto zugänglicher werden politische Voreinstellungen.

Dieser erwartete Zusammenhang steht in Kontrast zu der eingangs ebenfalls erwähnten Vermutung, Befragte könnten gerade mit fortschreitendem Wahlkampf die Frage nach der Wahlabsicht zunehmend ernst nehmen und deshalb *Optimizing* (Krosnick 1999, S. 546–559) betreiben, im Gegensatz zu *Satisficing* im Vorfeld (Enns u. Richman 2013). Ist dies der Fall, so sollten Antwortreaktionszeiten gerade mit Nähe zum Wahltag langsamer ausfallen, da für *Optimizing* mehr Zeit benötigt wird (siehe Krosnick 1991; Malhotra 2008). Die Analyse kann somit auch darüber Aufschluss geben, welcher Mechanismus – wahlkampfinduzierte erhöhte Zugänglichkeit oder wachsendes *Optimizing* – empirisch anzutreffen ist.

H₁ bedarf noch einer Klarstellung. In der bisherigen Literatur wird implizit angenommen, dass sich Aktivierungseffekte linear entfalten (Grant et al. 2010). Es wird allerdings darüber geschwiegen, innerhalb welches Zeitfensters diese lineare Entwicklung vonstatten geht. Dies hängt vermutlich mit der schwierigen Fragen zusammen, wie lange ein Wahlkampf dauert bzw. zu welchem Zeitpunkt ein Wahlkampf beginnt (vgl. Schoen 2003). Einigkeit besteht allerdings darin, dass es eine „heiße Phase“ in Wahlkämpfen gibt, die in Deutschland etwa vier Wochen vor der Bundestagswahl beginnt. Ab jenem Zeitpunkt dürfen Parteien Wahlwerbepsots im Fernsehen senden und Wahplakate aufstellen und somit Kommunikationsmittel einsetzen, die es nur in Wahlkampfzeiten gibt.¹ Die Frage ist nun, ob sich Aktivierungsprozesse vor oder während dieser „heißen Phase“ ereignen. Es ist gut vorstellbar, dass viele Bürger den Wahlkampf erst bemerken, wenn die Wahlwerbung der Parteien präsent wird, und somit erst ab diesem Zeitpunkt Einstellungen wiederholt aktiviert werden. Demnach würden sich Aktivierungsprozesse erst ab knapp einem Monat vor der Wahl entwickeln.

Welche Auswirkung hat nun die wachsende Zugänglichkeit von politischen Einstellungen auf das Wahlverhalten? Wird eine Voreinstellung aktiviert, kann sie, durch Inangasetzung selektiver Wahrnehmung, die Verarbeitung von nachfolgenden Informationen verzerren (Fazio 1986, S. 212). Anders als von den Columbia-Forschern angeführt, betrifft diese Verzerrung allerdings nicht nur die selektive Aufmerksamkeit zugunsten einstellungskongruenter Informationen (Lazarsfeld et al. 1968, S. 76). Verzerrungen treten auch in nachfolgenden Phasen der kognitiven Verarbeitung auf, etwa bei der Interpretation von Informationen (Gaines et al. 2007; Redlawsk 2002; Taber et al. 2009). Dabei gilt: Je zugänglicher eine Einstellung, desto leichter gelangt sie ins Arbeitsgedächtnis und desto stärker kann sie dort nachfolgende politische Informationsverarbeitung verzerren (Fazio 1995, S. 258). Ist eine Einstellung jedoch nicht zugänglich, steht für ein situationsrelevantes Einstellungsobjekt, beispielsweise für die Frage nach der Wahl einer Partei, keine Voreinstellung zur Verfügung, weshalb eine Einstellung in der konkreten Situation erzeugt werden muss. Diese ad hoc generierte Einstellung sollte also stärker von Eigenschaften der unmittelbaren Situation als von bereits vorhandenen Einstellungen abhängen. Folglich ist im Vergleich zu automatisch aktivierbaren Einstellungen eine geringere Konsistenz zwischen Einstellungen und Verhalten zu erwarten (Fazio 1995, S. 257; siehe auch Mayerl 2009, S. 49–52). Dementsprechend lässt sich folgende Hypothese formulieren:

¹ Da diese Regelungen landesrechtlich oder sogar kommunalrechtlich festgelegt sind, unterscheiden sich die Zeitpunkte leicht, es handelt sich allerdings um 3-4 Wochen vor der Wahl.

H₂: Je zugänglicher politische Voreinstellungen, desto größer die Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz.

Wenn es zutrifft, dass politische Voreinstellungen im Laufe des Wahlkampfes zugänglicher werden (H₁), sollte auch die Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz mit Nähe zum Wahltag zunehmen und H₂ ebenso eine zeitliche Dynamik beinhalten.

Welche Voreinstellungen sollten nun im Laufe des Wahlkampfes zugänglicher werden? Parteienidentifikationen können als wichtige Prädispositionen gelten, die andere politische Einstellungen und politisches Verhalten entscheidend beeinflussen (Campbell et al. 1960). Während die affektive Bindung zu einer Partei langfristig stabil und nicht im Laufe des Wahlkampfgeschehens durch eine Identifikation mit einer anderen Partei ersetzt werden sollte (Campbell et al. 1960, S. 148), ist es dennoch vorstellbar, dass sich die Zugänglichkeit der Parteiidentifikation im Laufe des Wahlkampfes kurzfristig erhöht. Mit anderen Worten: Nicht der Inhalt der Parteiidentifikation sollte sich im Wahlkampf verändern, sondern die Leichtigkeit, mit der diese inhaltlich unveränderte Identifikation geäußert werden kann. Denn ein Aktivierungseffekt auf Wahlverhalten setzt definitionsgemäß voraus, dass latente Prädispositionen nur geweckt und nicht inhaltlich verändert werden (Lazarsfeld et al. 1968, S. 75–76). Anderenfalls handelte es sich nicht um einen Aktivierungs- sondern um einen Konversionseffekt (vgl. Lazarsfeld et al. 1968, S. 87–93). Im Prinzip lässt sich dieses Argument auf weitere Prädispositionen, wie z.B. Wertorientierungen, ideologische Einstellungen oder die Mitgliedschaft in sozialen Gruppen übertragen. Entscheidend ist, welche Konstrukte Bürger nutzen, um ihr politisches Überzeugungssystem zu strukturieren und um zu einer Wahlentscheidung zu gelangen. Dies hängt nicht zuletzt auch davon ab, welche Konstrukte politische Akteure in ihrem Wahlkampf versuchen zu aktivieren. Bei der Parteiidentifikation kann davon ausgegangen werden, dass es sich um eine sowohl für Individuen als auch für politische Eliten wichtige politische Prädisposition handelt. Die Entwicklung der Zugänglichkeit von Wahlabsichten ist ebenfalls von Interesse. Durch die steigende Beschäftigung mit Politik sollten auch Wahlabsichten mit Nähe zum Wahltag zugänglicher werden (Bassili 1995a, 1995b). Allerdings gilt hier, dass sich neben der Zugänglichkeit für einen großen Teil des Elektorats auch der Inhalt von Wahlabsichten im Laufe des Wahlkampfes ändert (für die Bundestagswahl 2009 siehe: Steinbrecher 2013), sodass eine Zugänglichkeitssteigerung von Wahlabsichten per se keinen Aktivierungseffekt darstellt. Allerdings kann die Zugänglichkeit von Wahlabsichten als guter Vergleichsmaßstab für Entwicklungen der Zugänglichkeit für Parteiidentifikationen dienen.

Die Diskussion beinhaltet bislang die vereinfachte Vorstellung, dass alle Wahlkämpfe gleichermaßen die Voreinstellungen des gesamten Elektorats aktivieren. Im nächsten Abschnitt soll differenzierter argumentiert und dargelegt werden, inwiefern interindividuelle und kontextuelle Unterschiede von Wahlkämpfen Aktivierungsprozesse beeinflussen sollten.

2.2 Kontextuelle und interindividuelle Variation in Aktivierungsprozessen

Ob die Einstellungszugänglichkeit im Laufe von Wahlkämpfen wächst, hängt – ganz im Sinne des Arguments der wiederholten Aktivierung – davon ab, wie vielen und welchen Informationen Bürger ausgesetzt sind. Variation ist nun in zweierlei Hinsicht zu erwarten, einerseits aufgrund variierender Kampagnenintensität in den verschiedenen Wahlkämpfen, andererseits aufgrund interindividueller Unterschiede in der Rezeption und Verarbeitung politischer Informationen.

Bisher wurde vereinfacht vermutet, dass sich die Intensität von Wahlkämpfen, die Wahrscheinlichkeit von Informationskontakten und folglich die Zugänglichkeit von Einstellungen mit zeitlicher Nähe zum Wahltag erhöht. Neben einer generellen Intensitätszunahme zum Wahltag hin ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich Bundestagswahlkämpfe in der Quantität und Qualität ihrer politischen Kommunikation unterscheiden können. Beim Vergleich der hier interessierenden Bundestagswahlen sind, je nachdem welche Aspekte zugrunde gelegt werden, verschiedene Erwartungen plausibel. So könnte der Wahlkampf 2005 als vergleichsweise intensiv gelten, da sich insbesondere zwischen der CDU/CSU und der SPD ein lebhafter polarisierender Wahlkampf entzündete (Niedermayer 2007, S. 26–34). Obwohl die CDU/CSU Umfragen zufolge am Anfang des Wahlkampfes bereits als Wahlsiegerin erschien, gelang es der SPD in der heißen Wahlkampfphase durch Negativkampagnen insbesondere wirtschaftspolitischen Fragen eine sozialpolitische Dimension zu verleihen und somit den politischen Gegner als „Partei der sozialen Kälte“ zu diskreditieren (Niedermayer 2007, S. 34). Die SPD versuchte nach der umstrittenen Sozialgesetzgebung ihr „sozialdemokratisches Profil“ zu stärken, um enttäuschte Sozialdemokraten wieder zurückzugewinnen. Diese Strategie äußerte sich auch in dem Verzicht einer klaren Koalitionszusage an Bündnis‘90/Die Grünen (Jun 2007, S. 499). FDP und CDU/CSU hingegen führten einen Lagerwahlkampf, in dem sie sich den Wählern als geschlossenes bürgerliches Lager präsentierten und sogar eine Zweitstimmenkampagne starteten (Jun 2007, S. 500). Deswegen ist es gut vorstellbar, dass die Kommunikation der politischen Eliten im Wahlkampf 2005 die Parteiidentifikation der Bürger aktivierte.

Im Gegensatz dazu muss der Wahlkampf im Jahre 2009 als ein Wahlkampf mit geringer Polarisierung gelten. CDU/CSU und SPD konnten keinen Wahlkampf führen, in dem sich beide Parteien scharf kritisieren, weil sie in der vergangenen Legislaturperiode in einer Großen Koalition gemeinsam die Regierung gestellt hatten. Es kann insofern auch nicht überraschen, dass Tenscher (2013, S. 71) in einer Analyse von verschiedenen Kampagnenstrategien für alle Parteien zum Schluss kommt, dass der Wahlkampf 2009, unfreiwillig oder freiwillig, mit weniger Engagement angegangen wurde. Die Wahlkampfstrategie der CDU/CSU sah Beobachtern zufolge vor, die Führungsfähigkeiten von Angela Merkel in den Mittelpunkt zu stellen und den politischen Gegnern „keine Angriffsflächen und damit Polarisierungs- und Mobilisierungsmöglichkeiten“ (Weßels et al. 2013, S. 13) zu liefern. Der „Kanzlerinnenwahlkampf“ der Union (Krewel et al. 2011, S. 38) betonte die Person Angela Merkel und aktivierte vermutlich eher keine Parteizugehörigkeiten. Auch die SPD versuchte sich an einer Personalisierungsstrategie (Krewel et al. 2011, S. 40). Insgesamt betrachtet wurden im Wahlkampf 2009 deshalb vermutlich Parteiidentifikationen weniger aktiviert, sodass Aktivierungseffekte in geringerem Maße auftreten als 2005. Für den Wahlkampf 2013 scheinen sich ähnliche Schlüsse anzudeuten, allerdings wurde dieser, im Gegensatz zu 2009, nicht nach einer großen Koalition geführt. Insofern könnte man erwarten, dass Aktivierungseffekte 2013 in stärkerem Maße als 2009 auftreten. Allerdings kann auch 2013 nicht unbedingt von einem „heißen“ Wahlkampf zwischen den beiden großen Volksparteien gesprochen werden. Angela Merkel rückte erneut ihre positive Leistungsbilanz in wirtschaftspolitischen Fragen in den Mittelpunkt, während es der SPD nicht gelang, sozialpolitische Fragen zu ihrem Vorteil zu nutzen (Mader 2014, S. 354–355). In der öffentlichen Debatte herrschte die Auffassung, dass SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück als Vertreter der Agenda-2010-Politik nicht zum nach links gerückten Programm der SPD passe. Deswegen könnte es sein, dass gerade die SPD mit ihrem Wahlkampf Parteiidentifikationen nur schwerlich aktivieren konnte.

Trotz dieser verschiedenen Aspekte, die für potentielle Aktivierungsunterschiede ins Feld geführt werden können, erscheint es zu hoch gegriffen, eine explizite Erwartung zu formulieren, obgleich sich stärkere Aktivierungseffekte tendenziell für 2005 vermuten lassen. Diese möglichen Unterschiede sollen in der empirischen Analyse erkundet werden, weshalb sich folgende explorative Hypothese formulieren lässt:

H₃: Zugänglichkeitssteigerungen mit Nähe zum Wahltag unterscheiden sich zwischen den drei betrachteten Wahlkampagnen.

Neben diesen verschiedenen Eigenschaften von Wahlkämpfen sind individuelle Unterschiede in der Dynamik der Einstellungszugänglichkeit insbesondere bei Merkmalen zu erwarten, denen ein Einfluss auf politische Informationsverarbeitung unterstellt werden kann. Bei den generellen Dispositionen, sich mit politischen Fragen zu beschäftigen und sich mit einer Partei als verbunden zu betrachten, dürfte dies der Fall sein. Absolut gesehen sollten politisch stark involvierte Personen über eine höhere Einstellungszugänglichkeit verfügen als unpolitische Personen, weil ihre politischen Voreinstellungen durch ihre Beschäftigung mit Politik insgesamt häufiger aktiviert werden. Ebenso sollten starke Parteianhänger absolut gesehen über zugänglichere Einstellungen verfügen, weil sie sich häufiger politischen Informationen aussetzen (Grant et al. 2010; siehe Steenbergen u. Lodge 2003, S. 130). Da diese Personen jedoch so stark involviert sind, dass sie auch in Nichtwahlkampfzeiten das politische Geschehen verfolgen und relativ zugängliche Einstellungen haben, sollte der Zuwachs an Zugänglichkeit minimal sein („Deckeneffekt“). Die Prädispositionen dieser stark politisierten Personen können vom Wahlkampf also nicht geweckt werden, weil sie schon vorher „hellwach“ sind. Ein Zuwachs an Zugänglichkeit sollte also gerade für solche Personen zu beobachten sein, die zu Beginn des Wahlkampfes kein großes politisches Interesse und nur eine schwache Bindung zu einer Partei aufweisen, und erst durch die erhöhte Wahlkampfkommunikation zur Auseinandersetzung mit Politik angeregt werden. Entsprechend ergibt sich folgende zu prüfende Hypothese:

H₄: Je niedriger das politische Interesse und je schwächer die Parteiidentifikation, desto größer die Zugänglichkeitszuwächse im Wahlkampf.

3. Daten und Operationalisierung

Zur Untersuchung der aufgeworfenen Fragen werden Daten aus Rolling-Cross-Section-Erhebungen anlässlich der Bundestagswahlen 2005, 2009 und 2013 verwendet (Rattinger et al. 2013; Rattinger et al. 2014; Schmitt-Beck u. Faas 2009). Diese zeichnen sich dadurch aus, dass für einen bestimmten Zeitraum vor der Wahl jeden Tag voneinander unabhängige Stichproben mit etwa 100 Personen gezogen werden, womit sie beste Möglichkeiten eröffnen, die Wahlkampfdynamik zu erfassen. Für die Untersuchung der Einstellungszugänglichkeit ist diese Erhebungsform besser geeignet als Wahlkampfpaneldaten, denn in letzteren bestünde die Gefahr, dass Einstellungen nicht aufgrund des Wahlkampfgeschehens zugänglicher werden, sondern durch die wiederholte Befragung selbst. Zudem enthalten alle drei Er-

hebungen eine Nachwahl-Panelkomponente, sodass die Beziehung zwischen Voreinstellungen aus der Vorwählerhebung und berichtetem Verhalten untersucht werden kann.

In allen drei Erhebungen wurden Reaktionszeiten zur Parteiidentifikation und Wahlabsicht² erfasst. Die technische Umsetzung der Zeitmessung unterscheidet sich jedoch zwischen den Erhebungen (siehe Tabelle 1). In diesem Artikel soll für jedes Jahr die bestmögliche Operationalisierung der Reaktionszeiten verfolgt werden, auch wenn sich dadurch Operationalisierungen zwischen den Jahren unterscheiden. Robustheitstest mit einer über die Jahre vergleichbareren Operationalisierung zeigen, dass die substantiellen Ergebnisse der nachfolgenden Analysen nicht von der Art der Operationalisierung abhängen (siehe Anhang A5). Ein Umstand lässt sich allerdings nicht angleichen: So wurde die Zeitmessung 2009 und 2013 aktiv durchgeführt, das heißt der Interviewer löste die Messung nach Verlesen der Frage aus und stoppte sie, sobald der Befragte antwortete. Anschließend hielt er die inhaltliche Antwort fest. Im Gegensatz dazu wurde die Zeitmessung 2005 automatisch mit Eintragen der substantiellen Antwort gestoppt. Im Vergleich ergeben sich für 2005 somit systematisch längere Reaktionszeiten als für die beiden jüngeren Erhebungen.

Bevor Reaktionszeiten als inhaltlich interessierende Konstrukte verwendet werden können, sind sie von potentiellen Störgrößen zu bereinigen, wofür die bisherige Forschung drei Schritte kennt: Der Ausschluss von ungültigen Messungen, die Bestimmung einer individuellen Basisgeschwindigkeit sowie die Bereinigung der interessierenden Reaktionszeiten um diese Basisgeschwindigkeit (Mayerl u. Urban 2008, S. 57–58). Ungültige Messungen können zunächst über Interviewvalidierungen ausgeschlossen werden, das heißt, der Interviewer gibt nach der aktiven Zeitmessung an, ob diese in gewünschter Weise erfolgte oder nicht. 2005 war keine Interviewvalidierung implementiert (siehe Tabelle 1 zur Übersicht). In diesem Fall bleibt nur die Identifikation von Ausreißerwerten, also auffallend kurzen und langen Reaktionszeiten (Mayerl u. Urban 2008, S. 58). Ein derartiges Vorgehen ist auch für die Erhebungen 2009 und 2013 ratsam, denn selbst nach Entfernen von als invalid gekennzeichneten Messungen verbleiben unplausibel lange Zeiten im Datensatz.

_____ Tabelle 1 ungefähr hier _____

² Die Messung der Wahlabsichtslatenz bezieht sich auf die Zweitstimme. Da die Reaktionszeitmessung 2009 und 2013 keine Wahlentscheidungen von Briefwählern und hypothetische Wählern enthalten (wurde separat abgefragt), werden diese Fälle 2005 der Vergleichbarkeit wegen ebenfalls ausgeschlossen. „Weiß nicht“-Antworten bleiben in allen Jahren für die Zeitmessungen erhalten. 2009 und 2013 haben die Befragten, bevor sie zu ihrer Zweitstimme befragt wurden, zuvor schon eine Frage nach ihrer Erststimme beantwortet. Die Antwortreaktionszeiten 2009 und 2013 könnten also absolut gesehen schneller sein als 2005, weil durch die Fragenreihenfolge die Wahlabsicht möglicherweise bereits aktiviert wurde. Es besteht jedoch kein Anlass aus diesem Grund für 2009 und 2013 eine andere relative Entwicklung dieser Latenzzeiten über den beobachteten Zeitraum zu erwarten als 2005.

In der Literatur findet sich eine große Vielfalt an Vorschlägen für eine solche Ausreißerbereinigung, was nicht zuletzt daran liegt, dass je nach inhaltlichem Forschungsinteresse sehr unterschiedliche Spannweiten als plausible Bereiche angenommen werden können (Mayerl u. Urban 2008, S. 59). Entscheidend sollte somit nicht eine gewisse Standardprozedur sein, sondern vielmehr die Frage, ob ein bestimmter Wertebereich inhaltlich sinnvoll erscheint (siehe Meyer u. Schoen 2014, S. 433). In der vorliegenden Untersuchung wurden zwei Verfahren angewandt und auf ihre inhaltliche Plausibilität geprüft: Der Ausschluss von Messwerten, die sich zwei beziehungsweise drei Standardabweichungen über oder unter dem Mittelwert der Verteilung befinden.³ Empirisch resultieren aus diesen Verfahren für 2009 und 2013 Reaktionszeiten, die unter zehn Sekunden bleiben (zwei Standardabweichungen) und zehn Sekunden leicht übersteigen (drei Standardabweichungen). Für 2005 ergeben sich aufgrund der differierenden Zeitmessung noch längere Zeiten. Hinsichtlich der Antwortzeit in einer CATI-Erhebung auf die Fragen nach der Wahlabsicht, Parteiidentifikation und kurzfristigen Einstellungen wird eine Reaktionszeit als plausibler angenommen, die aus dem Verfahren von zwei Standardabweichungen resultiert, weshalb die Befunde im Folgenden für dieses Verfahren berichtet werden.⁴

Neben der Ausreißerbereinigung gilt es zu berücksichtigen, dass sich Befragte individuell in ihrer kognitiven Basisgeschwindigkeit unterscheiden. Die reine Reaktionszeit ist deshalb um die Basisgeschwindigkeit zu bereinigen (Mayerl u. Urban 2008, S. 63). Im Idealfall sollte diese Basisgeschwindigkeit mit Reaktionszeiten zu Fragen ermittelt werden, die relativ einfach zu beantworten sind und die nicht mit den inhaltlich interessierenden Reaktionszeiten zusammenhängen, etwa Fragen zur Soziodemographie. Für die Erhebung 2013 ist dies mit Fragen zum Geschlecht, Alter und der Gewerkschaftsmitgliedschaft möglich. Für die Erhebungen 2005 und 2009 stehen dagegen nur Reaktionszeitmessungen zu Fragen zur Verfügung, die politische Einstellungen zum Gegenstand haben. Da davon ausgegangen werden kann, dass diese politischen Einstellungen selbst von Wahlkampfdynamik beeinflusst werden, kann damit schwerlich eine mittlere kognitive Basisgeschwindigkeit ermittelt werden. Stattdessen wird die gesamte Interviewdauer im Verhältnis zu den gestellten Fragen als Basisgeschwindigkeit verwendet.

³ Sofern Einstellungen im Laufe von Wahlkämpfen zugänglicher werden, dürfte sich auch der Mittelwert im Laufe der Zeit verändern. Dies muss berücksichtigt werden. Zur Ausreißerbereinigung wurden daher wochenspezifische Mittelwerte und Standardabweichungen berechnet.

⁴ Inhaltlich ergeben sich mit dem Verfahren von drei Standardabweichungen keine drastisch abweichenden Befunde. Dies ist ein Hinweis darauf, dass längere Reaktionszeiten als ein gewisses „Rauschen“ gelten können, die nicht mit den inhaltlich interessierenden Konzepten korreliert sind.

In einem letzten Schritt gilt es, die interessierenden Reaktionszeiten um die individuelle Basisgeschwindigkeit zu bereinigen. Die Forschung hat hierbei ebenfalls verschiedene Verfahren vorgeschlagen und verglichen (Mayerl et al. 2005). Sie alle fußen auf der Logik der „Verrechnung“ der individuellen Basisgeschwindigkeit mit der interessierenden Reaktionszeit, mit dem Ziel, den Zusammenhang zwischen Reaktionszeit und Basisgeschwindigkeit zu minimieren. Verfahren wie der Differenz-, Ratio- und Rate-Amount-Index (Mayerl 2003, S. 12) sind jedoch nicht in der Lage den Zusammenhang zu reduzieren (ähnlich Mayerl u. Urban, S. 80). Zur Bereinigung um die Basisgeschwindigkeit wird daher ein Residualindex angewendet, wie ihn Mayerl und Kollegen (2005, S. 5–6) vorgeschlagen haben. Hierbei werden die Residuen verwendet, die bei einer linearen Regression der interessierenden Reaktionszeit auf die Basisgeschwindigkeit entstehen.⁵ Positive Residuen ergeben sich für Befragte, die eine längere Reaktionszeit aufweisen als wir es anhand ihrer Basisgeschwindigkeit prognostizieren würden. Umgekehrt erhalten Befragte negative Werte, wenn ihre interessierende Reaktionszeit in Relation zu ihrer Basisgeschwindigkeit schneller ausfällt (siehe auch Mayerl u. Urban 2008, S. 74–75). Diese Indexwerte werden in der folgenden Analyse als relative Zugänglichkeit im Laufe des Wahlkampfes interpretiert (siehe Anhang A1 für deskriptive Kennzahlen dieser Indizes). In Anhang A2 ist die Operationalisierung weiterer in der Analyse verwendeter Variablen beschrieben.

4. Empirische Befunde

Bevor die Einstellungszugänglichkeit von Parteiidentifikationen und Wahlabsichten untersucht wird, soll zunächst ein deskriptiver Blick auf die Entwicklung des politischen Interesses und der Rezeption von Informationen geworfen werden (4.1). Anschließend werden die Dynamik der interessierenden Zugänglichkeiten während der Wahlkämpfe (4.2) und die Wirkung von individuellen Unterschieden (4.3) untersucht. Abschnitt 4.4 widmet sich der Konsistenz zwischen Einstellungen und berichtetem Wahlverhalten aus der Nachwahlwelle.

4.1 Die Dynamik politischen Interesses und politischer Rezeption

Wie anhand der Aktivierungstheorie diskutiert, sollten Einstellungen im Wahlkampf deshalb zugänglicher werden, weil durch erhöhte politische Kommunikation das politische Interesse zunimmt, die Bürger aktiv nach Informationen suchen und es folglich zu wiederhol-

⁵ Diese Regression wird mit gewichteten Daten durchgeführt. Das Gewicht ist in jedem Jahr eine Kombination aus Transformations- und sozialstrukturellem Anpassungsgewicht, das wochenweise berechnet wurde.

ten Einstellungsaktivierungen kommt. Es lohnt sich daher zunächst eine deskriptive Übersicht über derartige Involvierungs- und Rezeptionsvariablen. Zwar kann mit den zur Verfügung stehenden Daten, wiederholten Querschnitten, kein intraindividuellere Wandel beobachtet werden. Allerdings können aggregierte Maßzahlen verschiedener Wochenstichproben miteinander verglichen werden. So kann ein Anstieg von Mittelwerten im Aggregat darauf hinweisen, dass das politische Interesse und die Rezeption von Informationen für bestimmte Wählergruppen zunimmt oder zumindest stabil bleibt.⁶ In Abbildung 1 sind die Mittelwerte des politischen Interesses und der Rezeptionsvariable nach der Erhebungswoche dargestellt. Die Woche 0 bezeichnet die Kalenderwoche, in der die Bundestagswahl stattfand. Empirisch zeigt sich, dass das politische Interesse und die Rezeption verschiedener politischer Medien während des Wahlkampfes in allen drei Jahren fast unverändert bleiben. Einzig die Häufigkeit politischer Gespräche und die Rezeption von unpersönlicher Parteiwerbung steigen etwa zwei bis drei Wochen vor der Wahl leicht an. Dieser Befund dämpft die Erwartung, in der nachfolgenden Analyse große Zugänglichkeitszuwächse zu finden.

_____ Abbildung 1 ungefähr hier _____

4.2. Entwicklung der Einstellungszugänglichkeiten im Wahlkampf

Zur Erklärung der Latenzzeiten im Zeitverlauf werden lineare Regressionsmodelle geschätzt. Da wir bereits die Vermutung gewonnen haben, dass Aktivierungseffekte erst wenige Wochen vor der Wahl auftreten und somit ein linearer Effekt über einen langen Beobachtungsraum wie in 2009 und 2013 unangemessen wäre, wird in den Modellen für jede außer der letzten Erhebungswoche (=Referenz) eine Dummyvariable in die Regression eingeführt.⁷ Die letzte Erhebungswoche wird als Referenz gewählt, damit ein Vergleich über die Bundestagswahlen mit ihrem unterschiedlichen Erhebungsbeginn aber identischem Erhebungsende möglich ist.⁸ Die ausführlichen Modelle finden sich in Anhang A3. An dieser Stelle sollen für einen anschaulicheren Zugang vorhergesagte Werte der abhängigen Variablen graphisch dar-

⁶ Es wird nicht vermutet, dass politisches Interesse und Rezeption für bestimmte Wählergruppen sinken sollte.

⁷ Diese Modelle werden ohne das politische Interesse und die politische Rezeption geschätzt. Selbstverständlich entfaltet nicht das Fortschreiten der Zeit an sich einen kausalen Effekt auf die Zugänglichkeit, sondern das in dieser Zeit theoretisch vermutete ansteigende Interesse und Informationsverhalten. Wie bereits gezeigt (4.1), steigt jedoch nur die Häufigkeit politischer Gespräche und die Parteiwerbungsrezeption. Nähmen wir die Zeit und diese Rezeptionsvariablen gleichzeitig in ein Modell auf, würden wir unser Modell gewissermaßen „überkontrollieren“ und so – technisch gesprochen – Multikollinearität produzieren.

⁸ Im Gegensatz zur Spezifizierung von Polynomen der Zeitvariable hat die Modellierung mit Zeitdummies den Vorteil, dass die gewonnenen Koeffizienten für die unterschiedlich langen Untersuchungszeiträume besser vergleichbar sind.

gestellt werden. Wenden wir uns zunächst der Zugänglichkeit von langfristigen Prädispositionen zu: In Abbildung 2 sind die aus den Regressionen vorhergesagten Werte der Parteiidentifikationslatenzzeiten mit 95%-Konfidenzintervall abgetragen.⁹ Entgegen den Vermutungen sind in keinem Jahr große Zugänglichkeitsgewinne mit Nähe zum Wahltag zu beobachten.

_____ Abbildung 2 ungefähr hier _____

Die Entwicklungen 2005 verheißen auf den ersten Blick die größte Dynamik, doch zugleich ist die Unsicherheit der Schätzung relativ groß (siehe Konfidenzintervalle), was der schlechteren Messqualität der Antwortreaktionszeiten zuzuschreiben ist. Zudem nehmen 2005 vor der Wahl die Antwortlatenzen entgegen der Erwartung noch einmal zu, was bedeutet, dass Parteiidentifikationen weniger zugänglich werden. 2013 ist ebenfalls keine Abnahme der Latenzzeiten zu beobachten, die Latenzen wachsen sogar ab vier Wochen vor der Wahl an. Die entsprechenden Regressionskoeffizienten sind jedoch 2005 niemals und 2013 nur vereinzelt statistisch signifikant von 0 verschieden ($p < 0.05$, siehe Anhang A3). Die zaghafte Abnahme der Latenzzeiten 2009 knapp zwei Wochen vor der Wahl entspricht noch nicht einmal einer halben Sekunde, sodass die praktische Relevanz dieser Entwicklung bezweifelt werden kann. Es erscheint daher geboten, insgesamt von Stabilität der Latenzzeiten in den drei Wahlkämpfen auszugehen. Wir können somit feststellen, dass in allen drei untersuchten Wahlkämpfen keine Aktivierungseffekte für die langfristige Prädisposition der Parteiidentifikation festzustellen sind (H_1). Während für die Bundestagswahlen 2009 und 2013 aufgrund der geringen Intensität des Wahlkampfes keine große Dynamik erwartet wurde, findet sich selbst im von Beobachtern als polarisierend bezeichneten Wahlkampf 2005 kein klarer Aktivierungsprozesses.

_____ Abbildung 3 ungefähr hier _____

Wie entwickelt sich im Vergleich dazu die Zugänglichkeit von Wahlabsichten? 2005 finden wir für die Entwicklung dieser Latenzzeiten erneut ein unerwartetes Muster: Die Wahlabsichten werden zunächst zugänglicher, um ab der zweiten Woche vor der Wahl auf ihr Ursprungsniveau anzuwachsen. Die entsprechenden Koeffizienten sind statistisch signifikant von 0 verschieden ($p < 0.05$, siehe Anhang A3). Während Wähler 2005 also zunächst klarer in

⁹ Alle Graphiken sind auf der y-Achse auf den gleichen Wertebereich skaliert. Es gilt dabei zu bedenken, dass Vergleiche zwischen 2005 und den anderen Jahren aufgrund der technischen Unterschiede in der Antwortzeitmessung nur eingeschränkt möglich sind. Insbesondere verfügen die Latenzzeiten 2005 über einen weitaus größeren Wertebereich als in den anderen beiden Jahren.

ihrer Wahlabsicht werden, scheinen sie kurz vor der Wahl wieder länger zu brauchen, diese mental zu konstruieren. Dagegen sinken die Latenzzeiten 2009 und 2013 mit Nähe zum Wahltag leicht. 2009 beginnt die Abnahme der Latenzen vier Wochen vor der Wahl, ab jenem Zeitpunkt also, an welchem wir die „heiße Phase“ des Wahlkampfes verortet haben. Ähnlich wie schon bei den Parteiidentifikationen in diesem Jahr spielen sich diese Veränderungen aber nur in einem sehr kleinen Bereich ab. 2013 ist die Abnahme etwas größer, allerdings schwanken die Latenzen innerhalb der heißen Wahlkampfphase noch und sind keiner monotonen Abnahme unterworfen. In den Jahren 2009 und 2013 kann also von Stabilität bzw. einer leichten Zugänglichkeitssteigerung hin zum Wahltag gesprochen werden. Dieser Befund zeigt, dass mit Reaktionszeiten zumindest keine *Optimizing*- und *Satisficing*-Prozesse im Laufe des Wahlkampfes gemessen werden. Denn wäre dies der Fall, so hätte *Optimizing*-Verhalten mit Nähe zum Wahltag, im Vergleich zu früheren Zeitpunkten, für längere Reaktionszeiten sorgen müssen. Das eigentümliche V-Muster bei der Wahlabsicht 2005 ist weder mit dem Zugänglichkeits- noch mit dem *Optimizing*-Argument vereinbar, denn ersteres kann nicht erklären, warum die Latenzen kurz vor der Wahl noch einmal auf ihr Niveau von fünf Wochen vor der Wahl anwachsen, letzteres hingegen kann nicht erklären, warum die Befragten zwei Wochen vor der Wahl über so kurze Latenzzeiten verfügen.

4.3. Interindividuelle Unterschiede in der Entwicklung der Einstellungszugänglichkeiten im Wahlkampf

Die bisherige Analyse bezog sich auf das gesamte Elektorat. Der Umstand, dass wir bislang keine Zugänglichkeitszuwächse der Parteibindungen finden konnten, könnte interindividuellen Unterschieden in der Wirkung des Wahlkampfes geschuldet sein. Wie theoretisch diskutiert, ist es plausibel anzunehmen, dass die Zugänglichkeit in bestimmten Wählersegmenten unterschiedlich vorhanden ist und sich unterschiedlich entwickelt. Schwache Parteianhänger und wenig politisch Interessierte sollten demnach den stärksten Zugänglichkeitszuwachs im Wahlkampf erfahren. Deswegen werden Interaktionsterme zwischen der Erhebungswoche und der Parteiidentifikationsstärke einerseits, und dem politischen Interesse andererseits berechnet.

In Tabelle 2 sind die Ergebnisse für die Untersuchung interindividueller Unterschiede in der Entwicklung der Parteiidentifikationszeiten dargestellt. Da die Erhebungswoche als Menge von Dummyvariablen in die Regression einbezogen wurde, muss mit jeder dieser Variablen ein Interaktionsterm berechnet werden. Die konditionalen Effekte der Erhebungswo-

chen-Dummys, also der Effekt, wenn die Parteiidentifikation oder das politische Interesse gleich 0 sind, sollten positiv sein: Das heißt, die Latenzzeiten sollten größer sein als in der Wahlwoche (Referenzkategorie). Die Interaktionsterme sollten entsprechend ein negatives Vorzeichen tragen: Je stärker politisch involviert eine Person ist, desto unbedeutender sollte der Effekt der Erhebungswoche auf ihre Latenzzeiten werden, der totale Effekt der Erhebungswoche also gegen Null gehen. Tabelle 2 zeigt dieses Modell für die Zugänglichkeitsmessung der Parteiidentifikation (siehe Anhang A4 für Modelle mit Wahlabsicht).

Die Befunde stützen die Erwartungen allerdings nicht. 2005 erfahren die Interaktionseffekte niemals statistische Signifikanz, 2009 und 2013 nur so vereinzelt und substantiell schwach, dass von keinem systematischen Unterschied zwischen Gering- und Hochinteressierten oder zwischen schwachen und starken Parteianhängern die Rede sein kann. Prädispositionen treten also – entgegen der theoretischen Erwartung – auch niedrig involvierten Personen mit Nähe zum Wahltag nicht stärker ins Bewusstsein. Das Gleiche gilt für die Wahlabsichten – auch hier gibt es keine systematischen Unterschiede in der Entwicklung der Latenzzeiten von Niedrig- und Hochinvolvierten.

___ Tabelle 2 ungefähr hier _____

Bei der Erklärung dieses Nichtbefundes wird jedoch ein weiteres methodisches Problem offenkundig. Denn der nicht existente Zusammenhang – zumindest was den Fall der Parteiidentifikationszugänglichkeit anbetrifft – könnte auch durch die querschnittliche Datenstruktur verursacht worden sein. Denn der Zusammenhang zwischen Parteibindungsstärke und Latenzzeit der Parteiidentifikation liegt nur zu einem gemeinsamen Zeitpunkt vor. Es könnte sein, dass ein Befragter die Stärke der Parteiidentifikation gerade aufgrund einer Zugänglichkeitssteigerung plötzlich als ‚stark‘ einschätzt, während sie zu einem früheren Zeitpunkt noch als ‚schwach‘ angegeben wurde. Die verwendeten RCS-Daten haben zwar den Vorteil, dass Einstellungen nicht allein durch die wiederholte Befragung derselben Personen zugänglicher werden können. Allerdings haben sie den Nachteil, dass Unterschiede im intraindividuellen Zugänglichkeitswandel nicht adäquat untersucht werden können. Reaktionszeitmessungen in einer Panelerhebung mit wenigen, weit auseinanderliegenden Wellen im Wahlkampf und Kontrollquerschnitten, um mögliches Panelconditioning auf Zugänglichkeiten testen zu können, wären geeignet, um einen derartigen intraindividuellen Wandel untersuchen zu können. Basierend auf den in dieser Analyse erbrachten Befunden muss H_4 also zunächst als widerlegt angesehen werden. Aufgrund der methodischen Problematik ist es jedoch

nicht auszuschließen, dass man mit einem alternativen Paneldesign zu einer empirischen Bestätigung der Hypothese gelangen könnte.

4.4. Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz

Zwar werden, wie gezeigt, Parteiidentifikationen mit Nähe zum Wahltag nicht zugänglicher, dennoch ist in einem letzten Schritt zu fragen, ob deren Zugänglichkeit in entscheidendem Maße für eine kongruente Wahlentscheidung sorgt. Zur Beantwortung dieser Frage greifen wir auf logistische Regressionsmodelle zurück, in welchen die abhängige Variable die Information beinhaltet, ob ein Befragter in der Nachwahlwelle berichtet hat, kongruent zur Parteibindung, die in der Vorwahlwelle gemessen wurde, gestimmt zu haben (=1), oder nicht (=0).¹⁰ Die Erwartung ist nun, dass je kleiner die Latenzzeit für die Parteiidentifikation ausfällt, die Wahrscheinlichkeit, dass Parteiidentifikation und Wahlentscheidung übereinstimmen, umso größer ist (negativer Effekt). Wie in Tabelle 3 zu sehen ist, zeigt sich der erwartete negative Effekt der Latenzzeiten. Darüber hinaus ergeben sich plausible Befunde für die Stärke der Parteibindung und das politische Interesse: Je stärker diese ausfallen, desto größer ist auch die Wahrscheinlichkeit einer kongruenten Wahlentscheidung.

_____Tabelle 3 ungefähr hier_____

_____Abbildung 4 ungefähr hier_____

In Abbildung 4 ist die Entwicklung der Wahrscheinlichkeit einer kongruenten Wahlentscheidung in Abhängigkeit von verschiedenen Werten der PID-Latenz dargestellt.¹¹ In jedem Jahr variiert die Latenz auf der horizontalen Achse von ihrem jeweiligen Minimal- bis zum Maximalwert. Die Personen mit den geringsten Latenzen in den Stichproben haben mit 70-80% eine sehr hohe Wahrscheinlichkeit, Wahlentscheidungen in Einklang mit ihrer Parteiidentifikation zu treffen, die sich 2005 und 2009 bis zur größten Latenzzeit beinahe halbiert. 2013 hingegen haben Personen mit der größten Latenzzeit eine immer noch knapp 60%ige Chance, „ihre“ Partei zu wählen.

¹⁰ Befragte ohne Parteiidentifikation werden von dieser Analyse ausgeschlossen, da für sie – unabhängig davon wie schnell sie antworten – keine Kongruenz zwischen „Nicht-Identifikation“ und berichtetem Wahlverhalten ermittelt werden kann.

¹¹ Es handelt sich hierbei um mittlere Wahrscheinlichkeiten und nicht um Wahrscheinlichkeiten, die am Mittelwert der übrigen unabhängigen Variablen berechnet werden. Für eine Diskussion über den Unterschied zwischen diesen beiden Verfahren zur Errechnung von Wahrscheinlichkeiten siehe Bartus (2005).

Es zeigt sich also, dass die Zugänglichkeit von Parteiidentifikationen die Konsistenz zwischen Einstellung und Verhalten moderiert und H_2 bestätigt werden kann. Da Parteiidentifikationen aber über den Wahlkampf hinweg nicht zugänglicher werden, ändert sich auch an der Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz, anders als in der Aktivierungstheorie vermutet, im Zeitverlauf nichts. Allerdings zerstreut dieser Befund erneut mögliche Bedenken, dass die unerwarteten Entwicklungsmuster der Parteiidentifikationslatenzzeiten daher rühren, dass wir mit den Latenzzeiten etwas anderes als die Einstellungszugänglichkeit messen, beispielsweise die Antwortmotivation der Befragten. Denn würden schnell geäußerte Parteibindungen für *Satisficing* sprechen, so sollte sich gerade bei diesen empirisch eine geringere Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz zeigen.

5. Schlussfolgerung

Dieser Artikel ist der Frage nachgegangen, ob und inwiefern sich Aktivierungsprozesse mithilfe des Konzepts der Einstellungszugänglichkeit, operationalisiert über Antwortreaktionszeiten, aufspüren lassen. Im Gegensatz zu vielen Untersuchungen, die die psychologischen Mechanismen hinter dem vielfach beobachteten Muster der mit Prädispositionen konvergierenden Wahlabsichten nur annehmen, anstatt sie zu testen, oder diese Frage gar nicht thematisieren, wurde hier mit der Einstellungszugänglichkeit ein Konstrukt angewandt, das explizit auf der Ebene der kognitiven Informationsverarbeitung angesiedelt ist.

In der Untersuchung der Bundestagswahlkämpfe 2005, 2009 und 2013 konnte der Artikel zumindest für das Jahr 2013 eine leicht zunehmende Zugänglichkeit für Wahlabsichten als vergleichsweise kurzfristige Einstellungen nachweisen. Da sich diese Intentionen inhaltlich jedoch während des Wahlkampfes verändern, kann dies nicht als Beleg für einen genuine Aktivierungsprozess gelten. Ein derartiger Prozess könnte eher unterstellt werden, sofern sich die Zugänglichkeit von Parteiidentifikationen – und somit von Prädispositionen, deren Inhalt langfristig stabiler sein sollte – erhöht. Empirisch traf dies jedoch für keinen Bundestagswahlkampf zu.

Für die Jahre 2009 und 2013 wurden vorab aufgrund des wenig polarisierenden Wahlkampfes keine großen Zugänglichkeitssteigerungen der Parteiidentifikation erwartet. Der Wahlkampf 2005 kann allerdings als einer der intensivsten Wahlkämpfe der jüngeren deutschen Geschichte gelten, in dem Parteien ausdrücklich versuchten, an die Parteibindungen der Wählerschaft zu appellieren. Dennoch vermochte er es nicht, die Zugänglichkeit derselben steigen zu lassen. Der über drei Bundestagswahlkämpfe konstante Nichtbefund könnte als

Indiz dafür interpretiert werden, dass deutsche Bundestagswahlkämpfe anscheinend nicht in der Lage sind, die Parteibindungen von Wählern vielfach zu aktivieren und sie ihnen dadurch stärker ins Bewusstsein zu rufen. Dieser Schluss würde allerdings die Frage nach sich ziehen, welche Faktoren dafür verantwortlich sind, dass wachsende Parteibindungszugänglichkeiten in einem wenig intensiven Mid-Term-Election-Wahlkampf in den USA beobachtet werden konnten (Grant et al. 2010), dies für drei nationale Hauptwahlen in Deutschland allerdings nicht möglich war. Um die Ursache für diese Unterschiede zu verstehen, erscheint es wünschenswert, dass künftige Forschung Aktivierungsprozesse verstärkt vergleichend untersucht – sowohl anhand verschiedener Wahlen innerhalb eines politischen Systems als auch zwischen verschiedenen Systemen.

Es muss darauf hingewiesen werden, dass wir 2005, dem einzigen Jahr, in dem wir deutliche Aktivierungsprozesse erwarteten, gleichzeitig die schlechteste Qualität der Reaktionszeitmessungen antreffen: Die Zeiten wurden nicht aktiv durch den Interviewer gestoppt und es fehlten eine Interviewvalidierung sowie Reaktionszeiten zu soziodemographischen Fragen zur Erstellung der Basisgeschwindigkeit. Dadurch transportieren die generierten Latenzindizes im erheblichen Maße Störfaktoren mit, die vielmehr den Gegebenheiten des Interviews als der Zugänglichkeit der Einstellungen der Befragten geschuldet sind. Diesem unsystematischen Rauschen entspricht die große Unsicherheit der Schätzungen für 2005, die sich in breiten Konfidenzintervallen äußert. Diese Mängel könnten ein Grund dafür sein, dass wir gerade in einem Wahlkampf mit günstigen Randbedingungen für Aktivierungseffekte keine Aktivierungsprozesse beobachten konnten. In einem Robustheitstest wurden die Reaktionszeitmessungen von 2009 und 2013 ähnlich „unrein“ gemacht wie für 2005 – die Basisgeschwindigkeit wurde über die Interviewlänge generiert und Messungen, die von den Interviewern als ungültig markiert wurden, nicht ausgeschlossen. An den substantiellen Ergebnissen für die beiden Jahre änderte sich jedoch nichts (Anhang A5). Dies ist eine gute Nachricht für Erhebungen, die auf Reaktionszeiten ohne Interviewvalidierung und adäquate Basiszeiten zurückgreifen müssen. Auf den ersten Blick würde dieser Robustheitsbefund dafür sprechen, auch die Ergebnisse von 2005 – kein Zuwachs von Parteibindungs- und Wahlabsichtszugänglichkeit – als inhaltlich substantiell zu akzeptieren. Doch ein Aspekt der unsaubereren Messung 2005 ist nicht auf die anderen Jahre übertragbar, und zwar der Umstand, dass 2005 die Reaktionszeitmessungen nicht aktiv gestoppt wurden. Prinzipiell zeigt die Notwendigkeit dieser Robustheitstests auf, dass es wünschenswert erscheint, technische Details zumindest in der deutschen Wahlforschung in künftigen Erhebungen übereinstimmend zu handhaben. Dies betrifft beispielsweise die Integration von inhaltlich unabhängigen Reaktionszeitmessungen

für die Basisgeschwindigkeitsberechnung, wie sie in der Erhebung 2013 implementiert wurde. Derartige Maßnahmen dürften dazu beitragen, die Anwendung von Antwortreaktionszeiten für politikwissenschaftliche Fragen weiter voranzutreiben und die Evidenz auf eine noch solidere empirische Basis zu stellen.

Bei der Untersuchung der Reaktionszeiten bestand generell die Möglichkeit, dass ein anderer psychologischer Mechanismus als die erhöhte Einstellungszugänglichkeit für Aktivierungseffekte verantwortlich ist, nämlich die mit Nähe zum Wahltag wachsende Motivation der Befragten, Surveyfragen ernsthaft zu beantworten (Enns u. Richman 2013). Die im Verlauf des Wahlkampfes sinkenden Latenzzeiten von Wahlabsichten 2009 und 2013 und der Umstand, dass schneller geäußerte Parteiidentifikationen zu einer größeren Einstellungsverhaltens-Konsistenz führen, sprechen allerdings gegen die Präsenz dieses Mechanismus. Das Argument von Peterson (2004; 2009), Aktivierungseffekte kämen zustande, weil Wähler mit Nähe zum Wahltag sicherer in ihren Einstellungen würden, wurde hier nicht direkt getestet. Es ist ohnehin fraglich, ob der von Peterson vorgenommenen strikten Unterscheidung zwischen Einstellungssicherheit und -zugänglichkeit zu folgen ist (vgl. dazu Gross et al. 1995, S. 221–222) und es sich also um substantiell verschiedene Mechanismen handelt. Folgt man jedoch dieser Unterscheidung, müssen sich die beiden Mechanismen dennoch nicht zwangsläufig gegenseitig ausschließen, da sie sich auf unterschiedliche Einstellungsobjekte beziehen können: So ist es vorstellbar, dass der Wahlkampf einerseits die Zugänglichkeit von langfristigen Einstellungen gegenüber Parteien erhöht, andererseits Bürger in ihren kurzfristigen Einstellungen gegenüber anfangs ihnen noch unbekanntem Kandidaten sicherer werden lässt.

Wie jede empirische Untersuchung ist auch die vorliegende nicht frei von Limitationen. Einerseits war die querschnittliche Struktur der RCS-Erhebungen gut geeignet, potentielles *Panel Conditioning* und systematische Ausfälle auszuschließen. Reaktionszeiten hätten ansonsten beispielsweise durch die Befragung selbst und nicht durch das Wahlkampfgeschehen schneller werden können. Andererseits konnte in der vorliegenden Untersuchung individueller Wandel nicht direkt beobachtet werden. Eine Analyse von Reaktionszeiten in Verbindung mit wenigen Panelwellen, die weit auseinanderliegen, und Kontrollquerschnitten, die die Überprüfung von *Panel Conditioning* ermöglichen, könnte in dieser Hinsicht wertvolle Befunde liefern.

Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1: Überblick über technische Unterschiede der Antwortreaktionszeitmessungen zwischen RCS 2005, 2009 und 2013

	2005	2009	2013
N Vorwahl:	3583	6008	7882
N Panel:	2420	4027	5353
Startzeitpunkt vor Wahl	41 Tage	60 Tage	76 Tage
Erhebungseinheit	Sekunden	Hundertstelsekunden	Millisekunden
Interviewvalidierung	nein	ja	ja
Ausreißerbereinigung	2 Standardabweichungen vom Mittelwert	2 Standardabweichungen vom Mittelwert	2 Standardabweichungen vom Mittelwert
Errechnung der Basisgeschwindigkeit	Interviewlänge / respondentenspezifische Anzahl von Fragen	Interviewlänge / respondentenspezifische Anzahl von Fragen	mittlere Reaktionszeit zu drei soziodemograph. Merkmalen
Bereinigung um Basisgeschwindigkeit	Residualindex	Residualindex	Residualindex

Daten: ZA4991, ZA5303, ZA5703.

Tabelle 2: Zugänglichkeitsdynamik der Parteiidentifikation für Subgruppen (OLS)

Abhängige Variable	(1) 2005 PID- Latenz	(2) 2005 PID- Latenz	(3) 2009 PID- Latenz	(4) 2009 PID- Latenz	(5) 2013 PID- Latenz	(6) 2013 PID- Latenz
Moderator	PID-Stärke	Politisches Interesse	PID-Stärke	Politisches Interesse	PID-Stärke	Politisches Interesse
Konstante	0.60 (0.40)	0.23 (0.52)	-0.31** (0.11)	-0.23 (0.16)	0.16 (0.25)	0.34 (0.35)
Woche 1	-0.25 (0.48)	0.01 (0.68)	0.24 (0.16)	0.20 (0.24)	0.09 (0.32)	-0.00 (0.47)
Woche 2	-0.23 (0.48)	-0.37 (0.67)	0.22 (0.18)	0.42 (0.29)	-0.51 (0.28)	-0.51 (0.46)
Woche 3	-0.17 (0.55)	-1.30 (0.72)	0.15 (0.17)	0.07 (0.27)	-0.42 (0.29)	-0.88* (0.40)
Woche 4	0.04 (0.55)	-0.57 (0.71)	0.18 (0.16)	-0.04 (0.24)	-0.31 (0.28)	-0.47 (0.39)
Woche 5	0.09 (0.67)	0.78 (0.88)	0.21 (0.18)	0.33 (0.32)	-0.29 (0.29)	-0.53 (0.41)
Woche 6			0.22 (0.19)	-0.09 (0.27)	-0.20 (0.28)	-0.56 (0.41)
Woche 7			0.29 (0.18)	-0.08 (0.25)	-0.36 (0.30)	-0.29 (0.44)
Woche 8					-0.37 (0.28)	-0.52 (0.42)
Woche 9					-0.34 (0.28)	-0.09 (0.43)
Woche 10					-0.54 (0.29)	-0.95* (0.40)
Moderator	-0.19 (0.16)	0.01 (0.21)	0.01 (0.05)	-0.01 (0.06)	-0.04 (0.09)	-0.11 (0.13)
Woche1*Moderator	-0.07 (0.20)	-0.17 (0.27)	-0.02 (0.07)	-0.01 (0.09)	0.01 (0.12)	0.05 (0.17)
Woche 2*Moderator	-0.12 (0.20)	-0.04 (0.27)	0.09 (0.08)	-0.03 (0.12)	0.22* (0.10)	0.18 (0.17)
Woche 3*Moderator	0.04	0.50	0.07	0.08	0.10	0.28

	(0.22)	(0.31)	(0.07)	(0.11)	(0.10)	(0.15)
Woche 4*Moderator	-0.23	0.15	0.07	0.13	0.03	0.09
	(0.22)	(0.29)	(0.07)	(0.10)	(0.10)	(0.15)
Woche 5*Moderator	-0.24	-0.47	0.15	0.08	0.08	0.17
	(0.27)	(0.34)	(0.08)	(0.14)	(0.11)	(0.15)
Woche 6*Moderator			0.08	0.17	0.07	0.23
			(0.09)	(0.10)	(0.10)	(0.15)
Woche 7*Moderator			0.00	0.15	0.21	0.14
			(0.08)	(0.10)	(0.11)	(0.16)
Woche 8*Moderator					0.15	0.19
					(0.11)	(0.16)
Woche 9*Moderator					0.16	0.00
					(0.11)	(0.16)
Woche 10*Moderator					0.17	0.32*
					(0.11)	(0.15)
<i>N</i>	3157	3284	4373	4566	5935	6190
<i>R</i> ²	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01

Unstandardisierte Regressionskoeffizienten mit robusten Standardfehlern. Daten: Rolling-Cross-Section-Wahlkampfstudien 2005 (ZA4991), 2009 (ZA5303) und 2013 (ZA5703). Daten wurden gewichtet. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

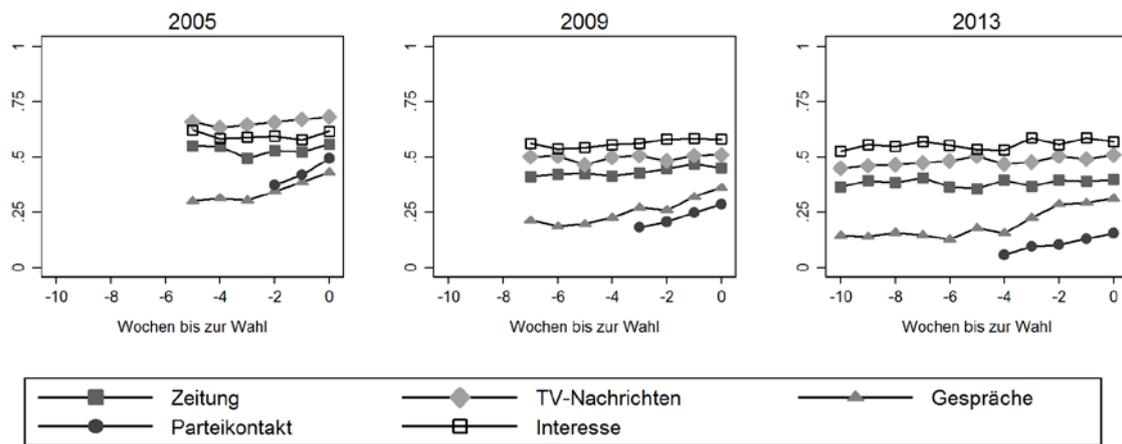
Tabelle 3: Zugänglichkeit als Moderator der Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz? Logistische Regression der Übereinstimmung zwischen Parteiidentifikation und Wahlabsicht

	2005	2009	2013
Konstante	-0.29 (0.29)	-1.30*** (0.32)	-0.89** (0.27)
Latenz PID	-0.07*** (0.02)	-0.13*** (0.04)	-0.09** (0.03)
Stärke PID	0.33*** (0.10)	0.67*** (0.10)	0.53*** (0.10)
Politisches Interesse	0.16* (0.07)	0.11 (0.07)	0.23*** (0.07)
<i>N</i>	1578	2077	2952
McFaddens <i>R</i> ²	0.03	0.06	0.04

Unstandardisierte Regressionskoeffizienten mit robusten Standardfehlern. Daten: Rolling-Cross-Section-Wahlkampfstudien 2005 (ZA4991), 2009 (ZA5303) und 2013 (ZA5703). Daten wurden gewichtet.

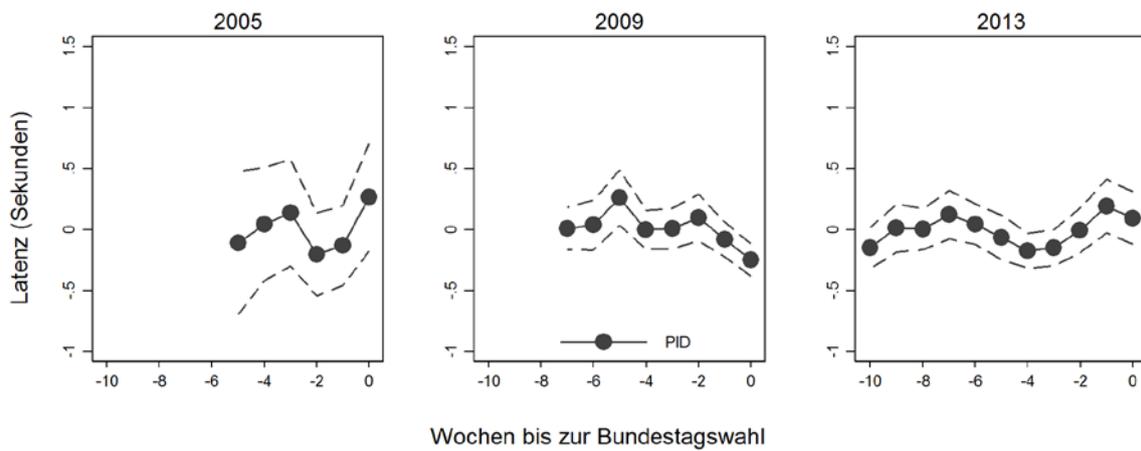
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Abbildung 1: Dynamik politischer Involvierung und Rezeption



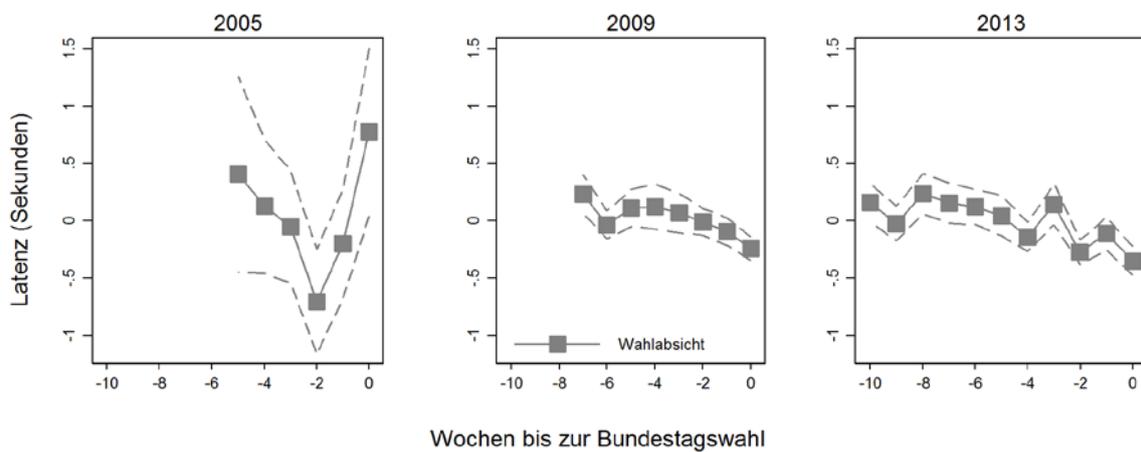
Dargestellt sind Mittelwerte. Alle Variablen wurden für diese Darstellung auf einem Wertebereich von 0 bis 1 rekodiert. Daten: ZA4991, ZA5303, ZA5703.

Abbildung 2: Dynamik der Parteiidentifikationslatenzzeiten



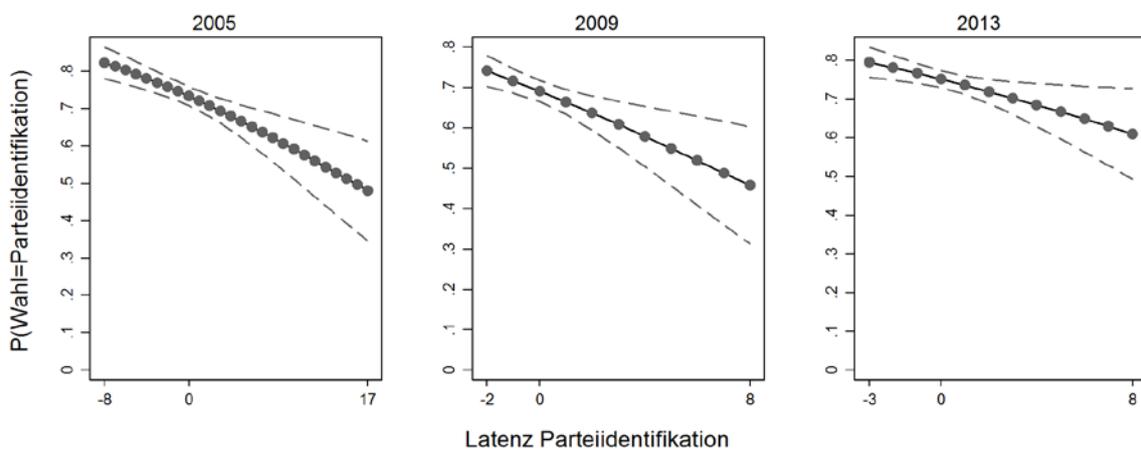
Dargestellt sind vorhergesagte Werte aus einer linearen Regression der Latenzzeiten auf die Erhebungswoche mit 95%-Konfidenzintervall. Daten: ZA4991, ZA5303, ZA5703.

Abbildung 3: Dynamik der Wahlabsichtslatenzzeiten



Dargestellt sind vorhergesagte Werte aus einer linearen Regression der Latenzzeiten auf die Erhebungswoche mit 95%-Konfidenzintervall. Daten: ZA4991, ZA5303, ZA5703.

Abbildung 4: Einfluss der Parteiidentifikationszugänglichkeit auf die Einstellungs-Verhaltens-Konsistenz



Vorhergesagte Wahrscheinlichkeiten aus logistischer Regression mit 95%-Konfidenzintervall. Daten: ZA4991, ZA5303, ZA5703.

Literaturverzeichnis

- Bartels, Larry M. 2006. Priming and Persuasion in Presidential Campaigns. In *Capturing campaign effects*, Hrsg. Henry E. Brady, und Richard Johnston, 78–112. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Bartus, Tamás. 2005. Estimation of marginal effects using *margeff*. *The Stata Journal* 5: 309–329.
- Bassili, John N. 1995a. On the psychological reality of party identification: Evidence from the accessibility of voting intentions and of partisan feelings. *Political Behavior* 17: 339–358.
- Bassili, John N. 1995b. Response Latency and the Accessibility of Voting Intentions: What Contributes to Accessibility and How it Affects Vote Choice. *Personality and Social Psychology Bulletin* 21: 686–695.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, und Donald E. Stokes. 1960. *The American voter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Claassen, Ryan L. 2011. Political Awareness and Electoral Campaigns: Maximum Effects for Minimum Citizens? *Political Behavior* 33: 203–223.
- Converse, Philip E. 1970. Attitudes and Non-Attitudes: Continuation of a Dialogue. In *The quantitative analysis of social problems*, Hrsg. Edward R. Tufte, 168–189. Reading: Addison-Wesley.
- Enns, Peter K., und Brian Richman. 2013. Presidential Campaigns and the Fundamentals Reconsidered. *The Journal of Politics* 75: 803–820.
- Erikson, Robert S., Costas Panagopoulos, und Christopher Wlezien. 2010. The Crystallization of Voter Preferences during the 2008 Presidential Campaign. *Presidential Studies Quarterly* 40: 482–496.
- Faas, Thorsten, und Jochen Mayerl. 2010. Michigan reloaded: Antwortlatenzzeiten als Moderatorvariablen in Modellen des Wahlverhaltens. In *Information - Wahrnehmung - Emotion. Politische Psychologie in der Wahl- und Einstellungsforschung*, Hrsg. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, und Sigrid Roßteutscher, 259–276. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fazio, Russell H. 1986. How do attitudes guide behavior? In *Handbook of motivation and cognition. Foundations of social behavior*, Hrsg. Richard M. Sorrentino, und E. Tory Higgins, 204–243. New York: Guilford Press.
- Fazio, Russell H. 1989. On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility. In *Attitude structure and function*, Hrsg. Anthony R. Pratkanis, Steven James Breckler, und Anthony G. Greenwald, 153–180. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Fazio, Russell H. 1995. Attitudes as object-evaluation associations. Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. In *Attitude strength. Antecedents and consequences*, Hrsg. Richard E. Petty, und Jon A. Krosnick, 247–282. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Finkel, Steven E. 1993. Reexamining the “Minimal Effects” Model in Recent Presidential Campaigns. *The Journal of Politics* 55: 1–21.
- Finkel, Steven E., und Peter R. Schrott. 1995. Campaign Effects on Voter Choice in the German Election of 1990. *British Journal of Political Science* 25: 349–377.
- Gaines, Brian J., James H. Kuklinski, Paul J. Quirk, Buddy Peyton, und Jay Verkuilen. 2007. Same Facts, Different Interpretations: Partisan Motivation and Opinion on Iraq. *The Journal of Politics* 69: 957–974.

- Gelman, Andrew, and Gary King. 1993. Why Are American Presidential Election Campaign Polls so Variable When Votes Are so Predictable? *British Journal of Political Science* 23: 409–451.
- Grant, J. Tobin, Stephen T. Mockabee, and J. Quin Monson. 2010. Campaign Effects on the Accessibility of Party Identification. *Political Research Quarterly* 63: 811–821.
- Gross, Sharon Ruth, Rolf Holtz, and Norman Miller. 1995. Attitude Certainty. In *Attitude strength. Antecedents and consequences*, Hrsg. Richard E. Petty, and Jon A. Krosnick, 215–245. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Huckfeldt, Robert, Jeffrey Levine, William Morgan, and John Sprague. 1998. Election Campaigns, Social Communication, and the Accessibility of perceived Discussant Preference. *Political Behavior* 20: 263–294.
- Huckfeldt, Robert, John Sprague, and Jeffrey Levine. 2000. The Dynamics of Collective Deliberation in the 1996 Election: Campaign Effects on Accessibility, Certainty, and Accuracy. *The American Political Science Review* 94: 641–651.
- Johnston, Richard, Julia Partheymüller, and Rüdiger Schmitt-Beck. 2014. Activation of Fundamentals in German Campaigns. In *Voters on the Move or on the Run?*, Hrsg. Bernhard Weßels, Hans Rattinger, Sigrid Roßteutscher, and Rüdiger Schmitt-Beck, 217–237. Oxford: Oxford University Press.
- Jun, Uwe. 2007. Parteiensystem und Koalitionskonstellationen vor und nach der Bundestagswahl 2005. In *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*, Hrsg. Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer, and Bernhard Wessels, 491–515. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krewel, Mona, Rüdiger Schmitt-Beck, and Ansgar Wolsing. 2011. Geringe Polarisierung, unklare Mehrheiten und starke Personalisierung: Parteien und Wähler im Wahlkampf. In *Zwischen Langeweile und Extremen: Die Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Hans Rattinger, Sigrid Roßteutscher, Rüdiger Schmitt-Beck, and Bernhard Weßels, 33–57. Baden-Baden: Nomos.
- Krosnick, Jon A. 1991. Response Strategies for Coping with the Cognitive Demands of Attitude Measures in Surveys. *Applied Cognitive Psychology* 5: 213–236.
- Krosnick, Jon A. 1999. Survey research. *Annual Review of Psychology* 50: 537–567.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. 1968. *The people's choice*. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University Press.
- Lodge, Milton, and Charles Taber. 2000. Three Steps toward a Theory of Motivated Political Reasoning. In *Elements of reason. Cognition, choice, and the bounds of rationality*, Hrsg. Arthur Lupia, Mathew D. McCubbins, and Samuel L. Popkin, 183–213. Cambridge/New York: Cambridge University Press.
- Mader, Matthias. 2014. The German federal election, September 2013. *Electoral Studies* 34: 353–356.
- Malhotra, Neil. 2008. Completion Time and Response Order Effects in Web Surveys. *Public Opinion Quarterly* 72: 914–934.
- Mayerl, Jochen, Piet Sellke, and Dieter Urban. 2005. Analyzing cognitive processes in CATI-Surveys with response latencies. An empirical evaluation of the consequences of using different baseline speed measures. *Schriftenreihe des Instituts für Sozialwissenschaften an der Universität Stuttgart, SISS No. 2/2005*. Stuttgart: Universität Stuttgart.
- Mayerl, Jochen, and Dieter Urban. 2008. *Antwortreaktionszeiten in Survey-Analysen*. Messung, Auswertung und Anwendungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage.
- Mayerl, Jochen. 2003. Können Nonattitudes durch die Messung von Antwortreaktionszeiten ermittelt werden? Eine empirische Analyse computergestützter Telefoninterviews. *Schriften-*

- reihe des Instituts für Sozialwissenschaften an der Universität Stuttgart, SISS No. 2/2003. Stuttgart: Universität Stuttgart.
- Mayerl, Jochen. 2009. *Kognitive Grundlagen sozialen Verhaltens*. Framing, Einstellungen und Rationalität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage.
- Meyer, Marco, und Harald Schoen. 2014. Response Latencies and Attitude-Behavior Consistency in a Direct Democratic Setting: Evidence from a Subnational Referendum in Germany. *Political Psychology* 35: 431–440.
- Niedermayer, Oskar. 2007. Der Wahlkampf zur Bundestagswahl 2005. Parteistrategien und Kampagnenverlauf. In *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*, Hrsg. Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer, und Bernhard Weßels, 21–42. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Peterson, David A. M. 2004. Certainty or Accessibility: Attitude Strength in Candidate Evaluations. *American Journal of Political Science* 48: 513–520.
- Peterson, David A. M. 2009. Campaign Learning and Vote Determinants. *American Journal of Political Science* 53: 445–460.
- Rattinger, Hans, Sigrid Roßteutscher, Rüdiger Schmitt-Beck, Bernhard Weßels, und Christoph Wolf. 2014. *Rolling Cross-Section Campaign Survey with Post-election Panel Wave (GLES 2013)*. Köln: GESIS Data Archive ZA5703.
- Rattinger, Hans, Sigrid Roßteutscher, Rüdiger Schmitt-Beck, und Bernhard Weßels. 2013. *Rolling Cross-Section Campaign Survey with Post-election Panel Wave (GLES 2009)*. Köln: GESIS Data Archive ZA5303.
- Redlawsk, David P. 2002. Hot Cognition or Cool Consideration? Testing the Effects of Motivated Reasoning on Political Decision Making. *The Journal of Politics* 64: 1021–1044.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, und Thorsten Faas. 2009. *Bundestagswahl 2005 Kampagnendynamik - Vor- und Nachwahlstudie*. Köln: GESIS Datenarchiv ZA4991.
- Schoen, Harald. 2003. Ein Wahlkampf ist ein Wahlkampf ist ein Wahlkampf? Anmerkungen zu Konzepten und Problemen der Wahlkampfforschung. In *Wahlkämpfe in Deutschland. Fallstudien zur Wahlkampfkommunikation 1912-2005*, Hrsg. Nikolaus Jakob, 34–44. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Steenbergen, Marco R., und Milton Lodge. 2003. Process Matters. Cognitive Models of Candidate Evaluation. In *Electoral democracy*, Hrsg. Michael MacKuen, und George Rabinowitz, 125–171. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Steinbrecher, Markus. 2013. Die Qual der Wahl: Entscheidertypen bei der Bundestagswahl 2009. In *Koalitionen, Kandidaten, Kommunikation*, Hrsg. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, Sigrid Roßteutscher, und Bernhard Weßels, 247–267. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Taber, Charles S., Damon Cann, und Simona Kucsova. 2009. The Motivated Processing of Political Arguments. *Political Behavior* 31: 137–155.
- Tenscher, Jens. 2013. Ein Hauch von Wahlkampf. In *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Bernhard Weßels, Harald Schoen, und Oscar W. Gabriel, 63–78. Wiesbaden: Springer VS.
- Weßels, Bernhard, Harald Schoen, und Oscar W. Gabriel. 2013. Die Bundestagswahl 2009 - Rückschau und Vorschau. In dies.: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009*, 13–29. Wiesbaden: Springer VS.