

„Do they reflect the public interest?“

Eine Langzeituntersuchung der sachpolitischen Repräsentativität deutscher TV-Duelle und ihrer Effekte auf die politische Unterstützung

DISSERTATION

zur Erlangung des akademischen Grades einer
Doktorin der Staatswissenschaften (Dr. rer. pol)

am Fachbereich 6:

Kultur- und Sozialwissenschaften

der Universität Koblenz-Landau

vorgelegt im Promotionsfach Politikwissenschaft
Schwerpunkt Politische Kommunikation

vorgelegt am 16. März 2018
vorgelegt von Carolin R. Jansen
geboren am 22.08.1986 in Oberhausen

Erstgutachter: Prof. Dr. Jürgen Maier
Zweitgutachter: Prof. em. Dr. Ulrich Sarcinelli

Meiner Familie

Inhalt

Tabellenverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis.....	3
1. Einleitung	4
1.1 Problemaufriss	4
1.2 Analyseschema/Grundannahmen der Arbeit.....	7
1.3 Daten, Operationalisierung und empirisches Vorgehen.....	8
2. Umfeld und Handlungsmotive von Debattenakteuren – ein systemtheoretischer Zugang.....	12
2.1 Zum Stellenwert des politischen Systems für die Gesellschaft	12
2.2 Strukturelle Kopplung als Grundlage für politische Unterstützung und politisches Handeln: Begriffsdefinitionen von Responsivität und Persuasion	15
2.2.1 Begriffsdefinition und demokratiethoretische Bedeutung von Responsivität für die politische Unterstützung.....	16
2.2.2 Begriffsdefinition und demokratiethoretische Bedeutung von Persuasion für die politische Unterstützung.....	19
2.2.3 Objekte und Arten politischer Unterstützung nach Easton	21
2.3 Policies, Issues, politische Sachfragen – Kernbereich des Politischen	24
2.4 Zwischenfazit.....	26
3. Der Bürger im Umfeld des politischen Systems in der Mediengesellschaft	28
3.1 Zum Stellenwert politischer Sachfragen in Erklärungsmodellen des Wahlverhaltens.....	28
3.1.1 Implizite Berücksichtigung politischer Sachfragen: Sozialstrukturelles und Rational-Choice-Modell.....	29
3.1.2 Explizite Berücksichtigung politischer Sachfragen: Sozialpsychologisches Modell.....	31
3.2 Wirkungskonzepte zur Wahrnehmung politischer Sachfragen	48
3.2.1 Stabilität politischer Einstellungen	48
3.2.2 Responsivitätsbewertungen: Political Efficacy	50
3.2.3 Persuasion: Kompetenzbewertung der Kandidaten.....	53
3.3 Empirische Befunde und Operationalisierungen zur Sachfragenorientierung von Wählern.....	56
4. Akteure im politischen Diskurs der Mediengesellschaft.....	62
4.1 Zum Stellenwert politischer Sachfragen für politische Akteure in der Mediengesellschaft.....	62
4.1.1 Kommunikationswege und -management politischer Akteure	63
4.1.2 Responsivität und Persuasion: Zur Themenauswahl politischer Akteure.....	66
4.1.3 Ergänzende Determinanten des Themenmanagements politischer Akteure im Wahlkampf	70
4.2 Zum Stellenwert politischer Sachfragen im Mediensystem: mediale Agenda-Setting-Akteure und Prozesse	74
4.2.1 Rahmenbedingungen des medialen Systems für den politischen Vermittlungsprozess.....	75
4.2.2 Themenpräferenzen medialer Akteure	78
4.2.3 Wirkungsannahmen politischer Sachfragen in medialen Thematisierungsprozessen	81
4.3 Zwischenfazit: Politische Sachfragen im Kontext politischer und medialer Akteure	89
5. Funktionen, Strukturelemente und Effekte von TV-Debatten – Ein Wahlkampfformat mit Repräsentativitätspotential?	92
5.1 TV-Debatten – Rechtmäßiger Kanal für politische Botschaften?.....	93
5.2 TV-Debatten in Deutschland – ein Überblick	96
5.3 Zuspruch vs. Kritik – Empirische Befunde zum Format TV-Duell	102
5.3.1 Effekte von TV-Debatten auf Einstellungen und Mobilisierung der Rezipienten – Rückschlüsse auf Responsivitätspotential	102
5.3.2 Repräsentativität mittels TV-Debatten?	105
5.3.3 Themenauswahl politischer Akteure für TV-Duelle in Deutschland – Befunde aus der Kampagnenpraxis	108
5.4 Zwischenfazit Format TV-Duell	110

6. Zusammenführung: Agenda-Setting und Agenda-Building in TV-Debatten	112
6.1 Vorbemerkung.....	112
6.2 Zusammenfassung der theoretischen Konzepte – ein Modell zum Responsivitäts- und Persuasionspotential von TV-Debatten für politische Unterstützung	113
6.2.1 Modellkomponente 1: Die Wähleragenda vor dem Duell als Input für die TV-Duell-Agenda und Startpunkt politischer Unterstützung	113
6.2.2 Modellkomponente 2: Die TV-Duell-Agenda als Katalysator der Wähleragenda vor dem Duell, als Ort des Themenmanagements und der Genese politischer Unterstützung	115
6.2.3 Modellkomponente 3: Die Wähleragenda nach dem Duell als Determinante politischer Unterstützung.....	119
6.3 Forschungsfragen und Hypothesen.....	120
7. Operationalisierung.....	123
7.1 Vorstellung der verwendeten empirischen Verfahren	123
7.1.1 Repräsentative Bevölkerungsumfragen	123
7.1.2 Quantitative Inhaltsanalyse	124
7.1.3 Experimentaldaten	125
7.2 Operationalisierung der vorliegenden Untersuchung	126
7.2.1 Die Debattenagenda: Inhaltsanalyse der untersuchten TV-Duelle.....	126
7.2.2 Die Wähleragenda vor den TV-Duellen: Datenquellen und Operationalisierung	131
7.2.3 Die Veränderung der Wähleragenda durch Debattenrezeption: Experimentaldaten	142
7.2.4 Diskussion der verwendeten Methodenkombination und der Auswertungsstrategien.....	149
8. Wähler- und TV-Debattenagenda im Vergleich: Zur Responsivität von TV-Duellen.....	152
8.1 Aussagetypen im TV-Duell: Inhaltliche Struktur der Aussagen von Debattenakteuren	153
8.1.1 Politische versus unpolitische Aussagen im TV-Duell.....	153
8.1.2 Konkrete versus vage Aussagen im TV-Duell.....	157
8.1.3 Zwischenfazit zum demokratiethoretischen Potential von TV-Debatten.....	158
8.2 „Do they reflect the public interest?“ – Wähleragenda und Debattenagenda im Vergleich	159
8.2.1 Überblick über Wählerinteressen und TV-Duell-Inhalte	159
8.2.2 Responsivität von TV-Duell-Inhalten.....	164
8.2.3 Determinanten der Responsivität von TV-Duell-Inhalten	179
8.2.4 Zwischenfazit zu Determinanten des Themenmanagements in TV-Duellen.....	187
9. Responsivitäts- und Persuasionspotential von TV-Duellen: Debatteneffekte auf die Wähleragenda	189
9.1 Inhaltliches Responsivitäts- und Persuasionspotential der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013	189
9.2 Effekte der Responsivität und Persuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die politische Unterstützung der Debattenrezipienten	196
9.3 Zwischenfazit der Responsivitäts- und Persuasionseffekte von TV-Duellen	203
10. Diskussion der Ergebnisse.....	206
11. Fazit, Schlussfolgerungen, Ausblick.....	215
12. Anlage	219
13. Literatur	344
Lebenslauf der Autorin.....	368

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über den Aufbau der Arbeit.....	10
Tabelle 2: Objekte und Arten politischer Unterstützung nach Easton	21
Tabelle 3: Effekte des Wahlkampfes auf Wahlverhalten	49
Tabelle 4: Messung und Untersuchung sachfragenorientierten Wählens als Bedingung für die Unterstützung des politischen Systems.....	59
Tabelle 5: Entwicklung der professionellen Wahlkampfberatung in der Bundesrepublik Deutschland, 2005-2013.....	66
Tabelle 6: Strategien des Themenmanagements politischer Akteure	68
Tabelle 7: Externe Einflüsse auf die Medienagenda	80
Tabelle 8: Klassifikation der Forschungsansätze des Agenda-Settings.....	85
Tabelle 9: Übersicht über TV-Debatten in Deutschland	99
Tabelle 10: Übersicht der verwendeten Bevölkerungsumfragen zur Bestimmung der Wähleragenda vor TV- Duellen	132
Tabelle 11: Übersicht über die Stichproben der TV-Duell-Studien.....	144
Tabelle 12: Übersicht der operationalisierten Items.....	145
Tabelle 13: TV-Duell-Agenda: Aussagen nach Inhalt.....	154
Tabelle 14: TV-Duell-Agenda: Politische Aussagen nach Politikdimension	155
Tabelle 15: Präzision politischer Kandidatenaussagen in TV-Duellen	158
Tabelle 16: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda im Vergleich	160
Tabelle 17: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda auf Bundesebene im Vergleich	162
Tabelle 18: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda auf Landesebene im Vergleich	163
Tabelle 19: Wähleragenda und Debattenagenda im Vergleich, Gesamtdifferenzen auf Bundes- und Landesebene	165
Tabelle 20: Korrelation zwischen Wähleragenda und Debattenagenda auf Bundes- und Landesebene.....	173
Tabelle 21: Determinanten des Themenmanagements	180
Tabelle 22: Determinanten des Themenmanagements nach Abweichungsgraden von Moderatorvorgaben ...	182
Tabelle 23: Determinanten des Themenmanagements nach Abweichungsgraden von Moderatorvorgaben (ohne 2. Herausforderer).....	183
Tabelle 24: Überblick über TV-Duelle mit Eingangs- und Schlussstatements	184
Tabelle 25: Ansprache der Top-3-Themen im Rahmen der Schlussstatements nach Wählerlager	186
Tabelle 26: Zwischenergebnisse der Hypothesenprüfung.....	187
Tabelle 27: Wähler- und Debattenagenda der Kanzlerduelle (Experimentaldaten)	190
Tabelle 28: Agenda-Setting-Effekte der Kanzlerduelle (Experimentaldaten)	192
Tabelle 29: Responsivitäts- und Persuasionsgehalt der Kanzlerduelle 2002, 2009 und 2013	193
Tabelle 30: Responsivitäts- und Persuasionsgehalt der Kanzlerduelle 2002, 2009 und 2013 nach Parteilagern.....	195
Tabelle 31: Regressionsmodelle zur Überprüfung der Persuasionsannahme	196
Tabelle 32: Veränderung der External Efficacy-Bewertung nach Rezeption der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013.....	197
Tabelle 33: Effekte von Kandidatenresponsivität der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauerbewertung der External Efficacy.....	198
Tabelle 34: Effekte von Kandidatenpersuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauer- bewertung der External Efficacy.....	199

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modell des Agenda-Settings und seinen Effekten im Kontext von TV-Debatten	8
Abbildung 2: Eastons Konzept politischer Unterstützung.....	15
Abbildung 3: Anteil der Parteianhänger in der Bundesrepublik Deutschland,	34
Abbildung 4: Wahlbeteiligung und wahlentscheidende Komponenten im Vergleich	37
Abbildung 5: Itebatterie zur Messung von Political Efficacy.....	52
Abbildung 6: Medieninhalte, Rezipienten und Medienwirkungen	82
Abbildung 7: Agenda-Setting-Längsschnittsdesign, zeitversetzte Kreuzkorrelation	86
Abbildung 8: Anteil der Wahlen mit TV-Duell nach Legislaturperioden des Deutschen Bundestags	98
Abbildung 9: Einfaches Agenda-Modell im Kontext von TV-Debatten	115
Abbildung 10: Agenda-Modell von TV-Debatten	118
Abbildung 11: Agenda-Modell und ihre Wirkung im Kontext von TV-Debatten	119
Abbildung 12: Darstellung der TV-Duell-Analyseeinheiten.....	129
Abbildung 13: Responsivitätsgrad nach Wertebereich der Rangkorrelationskoeffizienten.....	140
Abbildung 14: Responsivitätsgrad aller TV-Duell-Aussagen mit Policy-Bezug im Zeitverlauf	166
Abbildung 15: Akteursspezifischer Responsivitätsgrad aller TV-Duell-Aussagen mit Policy-Bezug im Zeitverlauf	167
Abbildung 16: Responsivitätsgrade der TV-Duell-Inhalte je Parteilager.....	170
Abbildung 17: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenagenda im Zeitverlauf	175
Abbildung 18: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenakteursagenda im Zeitverlauf	175
Abbildung 19: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Kandidatenagenda im Zeitverlauf	176
Abbildung 20: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenagenda je Parteilager.....	178
Abbildung 21: Effekte Debattenresponsivität auf die Bewertung der External Efficacy.....	201
Abbildung 22: Effekte der Debattenpersuasion auf die Bewertung der External Efficacy	203

1. Einleitung

*„What is an agenda:
it is a list of issues and events
that are viewed at a point in time
as ranked in a hierarchy of importance.“*
(Rogers & Dearing 1988: 565)

1.1 Problemaufriss

Mit Einzug des ‚Postfaktischen‘ in den Wortschatz der Öffentlichkeit ist seit einigen Jahren, seit seiner Wahl zum ‚Wort des Jahres‘ in 2016 jedoch im Besonderen die Warnung zu vernehmen, etablierte Demokratien und Rechtsstaatlichkeit seien in Gefahr. In einem Atemzug lässt sich die Frage formulieren, ob es gerade die etablierten Parteien seien, die den Kontakt zu den Wählern verloren hätten und so nicht nur (rechts-)populistische Tendenzen, sondern auch eine wachsende Polarisierung zwischen Meinungslagern und Gesellschaftsgruppen (Schweiger 2017: VI) befördern würden. Symptome dieses Auseinanderdriftens zeigen sich nicht nur daran, dass Fakten im politischen Diskurs als alternative Fakten verschiedentlich interpretiert werden, sondern auch daran, auf welche Art und Weise sich Bürger politisch informieren. Eine zunehmende Zahl an Bürgern verweigert sich des Kontakts mit klassischen Medien und sucht anstelle dessen politische Orientierung in Echokammern, die den Ansprüchen medialer Berichterstattung in Demokratien nicht gerecht werden können: die möglichst ausgewogene, pluralistische und objektive Weitergabe (politischer) Information zur Meinungs- und Willensbildung mündiger Bürger zur Stärkung demokratischen Zusammenlebens. In Erklärungsversuchen derartiger Entwicklungen lässt sich als Hauptursache – beinahe einhellig – vernehmen: die Wahrnehmung mangelnder Responsivität politischer wie medialer Akteure.

Informationssuche abseits klassischer Medienberichterstattung – als Ausgangspunkt oder parallel zum Meinungs Austausch in Echokammern – wird gern damit begründet, dass über Kommunikationskanäle wie etwa Facebook, Twitter und YouTube Botschaften politischer und medialer Akteure direkt – unter Umgehung jeglicher journalistischen Selektion und Interpretation – gesendet und vom Bürger empfangen werden können. Dass allerdings zumindest in Wahlkampfzeiten – einer Phase also, in der das Informationsbedürfnis besonders groß ist und der politische Willensbildungsprozess noch größere Relevanz für die Stabilität demokratischer Systeme einnimmt – bereits seit vielen Jahren ein mediales Format existiert, das einer ähnlichen Funktionslogik – direkter Vermittlung politischer Botschaften – folgt, gerät dabei in den Hintergrund. Denn nicht nur in den USA, auch in Deutschland sind TV-Debatten zwischenzeitlich seit zwei Jahrzehnten auf dem Vormarsch. Neben der Bundesebene gehört das Aufeinandertreffen der Spitzenkandidaten auch auf Senats- und Landesebene zu *den* Höhepunkten im Wahlkampf: TV-

Debatten zu Bundestagswahlen verzeichneten bis zu 20,98 Millionen Zuschauer und erzielten damit einen Marktanteil von 61,0 Prozent in West- bzw. 55,4 Prozent in Ostdeutschland (Geese et al. 2005: 619).¹ Seit der Einführung dieses Wahlkampfformats scheint kaum noch eine Wahl ohne ein Rededuell auszukommen: 53 TV-Duelle wurden bisher auf den verschiedenen politischen Ebenen durchgeführt. Daraus lässt sich offensichtlich eine bemerkenswerte Bedeutung der TV-Debatten für den politischen Willensbildungsprozess ableiten. Allein der Ausstrahlungstermin wird oftmals Monate im Voraus medial und politisch diskutiert (Süddeutsche Zeitung 2013a, 2013b). Die Relevanz des Formats wurde bereits vielfach durch empirische Untersuchungen belegt. So liegen beispielsweise Erkenntnisse darüber vor, welche Effekte die Performances der Kandidaten in den Duellen auf Wahlentscheidung oder Sympathiebewertung durch die Wähler haben (J. Maier 2007b; Katz & Feldman 1962: 196f.; Kraus 2000; Maier & Faas 2011a) oder auch, welche (verbalen) Strategien die einzelnen Kandidaten verfolgen (Benoit et al. 1998; Benoit et al. 2007; Benoit 2007; Benoit & Brazeal 2002; Benoit & Harthcock 1999; Benoit & Sheafer 2006; Benoit & Wells 1996; Maier & Jansen 2017a; Wells 1999). Aus kommunikationswissenschaftlichem Blickwinkel ist zudem bekannt, dass TV-Debatten durch festgelegte Fragenformate thematisch vorstrukturiert sind und zuvor festgelegten Regeln folgen (vgl. Donsbach 2002). TV-Debatten bieten den Wählern so eine Chance, Kandidaten und ihre Wahlprogramme (besser) kennenlernen und vergleichen zu können, indem allen Kandidaten (meist) die gleichen Fragen gestellt werden (vgl. Benoit & Hansen 2001). In relativ kurzer Zeit erfahren die Zuschauer also nicht nur etwas über die Kandidaten selbst, sondern auch über ihre Lösungsvorschläge, um wichtige Probleme der Gesellschaft zu lösen.

Eindeutig lässt sich diesem Format also ein gewisser Dienstleistungscharakter unterstellen, was – wie die Einschaltquoten zweifellos belegen – von Publikum und Wählerschaft entsprechend angenommen wird. Dies ist auch für die Stabilität des politischen Systems von besonderem Interesse, da „die Kräfte, die das Wahlverhalten über die Zeit stabilisieren, im Laufe der Zeit in zahlreichen westlichen Demokratien schwächer geworden sind. Bürger werden für die politischen Eliten damit unberechenbarer und wollen von den Eliten immer wieder von neuem umworben werden, ehe sie ihre Stimme für einen Kandidaten oder eine Partei abgeben“ (Schoen & Weins 2014: 302). Vor dem Spiegel demokratietheoretischer Überlegungen wie sie bereits Easton (1965) in seinem Konzept der politischen Unterstützung formuliert hat, nimmt diese Entwicklung an Relevanz zu, da es gerade die Bürger, ihre Anforderungen und Inputs sind, die politischen Akteuren den inhaltlichen Rahmen zur politischen Ausgestaltung vorgeben.² Politisches Handeln ist daher darauf angelegt, diese Anforderungen zu antizipieren und den Wähler durch Darstellung politischer Kompetenz in Form von konkreten Lösungsvorschlägen bestmöglich zu umwerben. Nur wenn dieses Umwerben gelingt, dessen Erfolg sich in diesem Kontext nur über gewonnene Wählerstimmen definieren lässt, wird politisches Handeln erst möglich und gemäß dem Unterstützungskonzept legitimiert. Schlägt somit der Versuch fehl, gesellschaftliche Anforder-

¹ Auch für die „kleinen Debatten“ zu Landtagswahlen wurde landesweit ein hohes Interesse erzielt: bis zu 1,18 Millionen wurden beim zweiten TV-Duell anlässlich der Landtagswahl im bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen im Jahr 2005 erzielt, was einem landesweiten Marktanteil von 16,2 Prozent entspricht (vgl. Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, Stand: 03.03.2018); das Duell zur rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016 erzielte sogar einen landesweiten Marktanteil von rund 19,7 Prozent.

² Dabei verstand Easton den Input weniger als Determination, sondern vielmehr als Irritation oder auch Sensibilisierung politischen Handelns; so auch Luhmann (2000: 372).

rungen zu erkennen und praktikable Lösungsvorschläge zu präsentieren, droht kurzfristig der Wahlerfolg politischer Kandidaten, die Wählerinteressen vollständig ignorieren, und langfristig die Unterstützung des politischen Systems in unerreichbare Ferne zu rücken. Somit existiert für das politische Spitzenpersonal im Wahlkampf eine potentiell erfolgsversprechende Option, die eigenen politischen Pläne einem möglichst breiten Publikum auf kurzem und direktem Wege zu präsentieren und dafür – gemessen am Zuschauerinteresse – an medialen Großereignissen wie TV-Debatten teilzunehmen, um an der politischen Willensbildung erheblichen Anteil zu haben und diese im besten Falle zu den eigenen Gunsten zu beeinflussen.

Die Teilnahme am TV-Duell muss jedoch nicht gleichsam eine Garantie darstellen, sich als politischer Spitzenkandidat ausschließlich im Lichterglanz des eigens präferierten Themenkanons zu präsentieren. Erst im jüngsten Kanzlerduell anlässlich der Bundestagswahl 2017 wurde deutlich, dass die Möglichkeiten, als Kandidaten eigene Themen zu setzen, begrenzt sein können und gerade der generelle Umgang mit politisch relevanten Sachfragen, die für den Bürger als Wähler Relevanz haben, von großer Tragweite für die mediale wie wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Wahlkampfformat TV-Duell ist: So fasste der Media Tenor in einer ersten Themenanalyse der Berichterstattung über den Wahlkampf 2017 zusammen, dass „[b]ei Themen, die seit langem den Bürgern wichtig sind, [...] dem Souverän die Unterschiede zwischen den Parteien unklar [bleiben]. Denn zu Recht sahen sich die Fernsehsender nach dem TV-Duell von Merkel und Schulz der Kritik ausgesetzt, dass viele drängende Fragen auf der Strecke geblieben sind, insbesondere solche, die den Alltag in Deutschland bestimmen: Rente, Pflege, Familie, Bildung“ (Schatz 2017: 2). Mit diesem ersten Aufschlag der Bundestagswahl(kampf)analysen 2017 demonstrierte das Medienforschungsinstitut implizit auch die Anregung, dass der ausgewogene Umgang aller Debattenakteure mit wählerrelevanten Themen zur Disposition steht, wenn es darum geht, ein Urteil über die Funktionalität von Wahlkämpfen insgesamt und Wahlkampfausgestaltung im Besonderen für den Wähler zu treffen.

Es stellt sich daher die Frage, ob bzw. inwiefern mediale Angebote wie TV-Debatten dem Auftrag repräsentativer Demokratien, zur politischen Willensbildung beizutragen, nachkommen (vgl. Benoit & Hansen 2001) und eine – zumindest situative – Chance bieten, eine Alternative zu ungefilterter Kommunikation zu bieten oder ob sie eher Ausdruck des sogenannten *Politainment* sind, einer „fiktionalisierten Realität des Politischen“ (Dörner 2002: 2) bzw. eine *Joint Press Conference* (Lanoue & Schrott 1991), in der Kandidaten (als Akteure des politischen Systems) und Moderatoren (als Akteure des Mediensystems) lediglich ein ‚Frage-Antwort-Schauspiel‘ aufführen, das einerseits keinen kommunikativen Diskurs zwischen Bürgern und Politikern und andererseits keine politische Diskussion zwischen den Kandidaten zulässt, weshalb ihnen somit nur geringe demokratiethoretische Leistungsfähigkeit attestiert werden kann. Daraus ergeben sich auch die systemtheoretischen Fragen, (1) ob und inwiefern TV-Debatten dazu in der Lage sind, spiegelbildlich die in der Gesellschaft präsenten Problemlagen aufgreifen zu können, (2) ob es tatsächlich gelingt, den Wähler im Rahmen dieses medialen Formats zu informieren, politische Inhalte zu kontrollieren, diese zu kritisieren sowie Transparenz und Orientierung zu schaffen, also *die* Anforderungen zu erfüllen, die demokratiethoretisch an mediale Angebote gestellt werden (Ruß-Mohl 2010: 24ff.) und schließlich (3) inwiefern TV-Debatten als Fernsehformat insgesamt dazu beitragen können, dass die von Easton beschriebenen Demands der Wähler tat-

sächlich von den politischen Akteuren aufgegriffen werden und im Ergebnis zu einem Anstieg wahrgenommener Responsivität und damit ferner zu breiterer politischer Unterstützung führen.

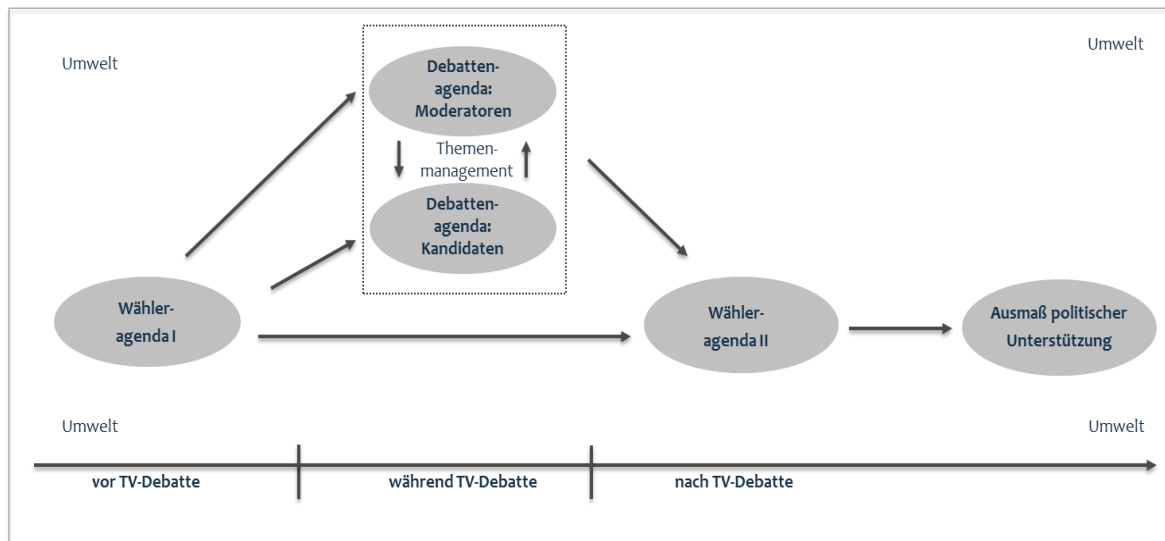
1.2 Analyseschema/Grundannahmen der Arbeit

Mit Hilfe der vorliegenden Arbeit soll daher die demokratietheoretische Leistungsfähigkeit des Formats TV-Debatten in Deutschland überprüft werden. Dies ist allein aus Gründen der fehlenden Verallgemeinerbarkeit relevant, da bisherige Analysen meist nur als Fallstudie *eines* TV-Duells durchgeführt wurden und somit kein generalisierbares Bild auf Grundlage einer diachronisch angelegten Studie gezeichnet werden kann. Die Aspekte, die grundlegend im Vordergrund stehen, sind daher (1) welche Inhalte in den Debatten vermittelt und diskutiert werden, (2) inwiefern sich diese mit den Anforderungen decken, die aus der Bevölkerung an das politische System grundsätzlich und wahlspezifisch herangetragen werden, (3) ob es einzelne Wählergruppen gibt, die von den teilnehmenden politischen Spitzenkandidaten durch die Ansprache spezifischer Inhalte eher repräsentiert werden, (4) welche Strategien des Themenmanagements Kandidaten zur Ansprache spezifischer Inhalte zur Verfügung stehen, (5) welche Effekte die Ansprache der jeweiligen Themen auf die Einschätzung der Zuschauer bzgl. ihrer individuellen Themenstruktur und (6) welche Wirkung dies auf die Bewertung politischer Effektivität (External Efficacy) – als Ausdruck politischer Unterstützung – durch die Zuschauer hat.

Mit Rikers (1996) Ausführungen liegt dem Projekt die Prämisse zugrunde, dass politische Spitzenkandidaten und Moderatoren als zentrale Akteure des Willensbildungsprozesses im TV-Duell die Wahrnehmungen und Interessen der Bürger (Wähleragenda) in der strategischen Ausrichtung ihrer inhaltlichen Agenda (Debattenagenda: Kandidaten- bzw. Moderatorenagenda) im Blick haben und mithilfe verschiedenster Strategien des Themenmanagements zu beeinflussen versuchen (grundsätzlich: McCombs & Shaw 1972; u.a. auch Brettschneider 2002a; Petrocik 1996; Riker 1996; Sides 2006; Walgrave & van Aelst 2016). Dabei gilt vor allem für politische Spitzenkandidaten: Entsprechend ihrer Ausgangsposition (Amtsinhaber vs. Herausforderer) und ihrer durch den Wähler zugesprochenen Kompetenzen zur Lösung wichtiger politischer Probleme und Umfragewerte (Vorteile vs. Nachteile gegenüber dem politischen Gegner) liegen mit der Entscheidung, die Wähleragenda nach dem TV-Duell zu beeinflussen, konkrete Strategien vor, die ansatzweise bereits in Studien zu einzelnen TV-Duellen nachgewiesen werden konnten (vgl. hierzu u.a. Maier & Maier 2013): Während nach dem Dominanzprinzip (Agenda-Setting/Agenda-Cutting) entsprechend der eigenen Kompetenzen argumentiert wird, ist nach dem Dispersionsprinzip (Agenda-Surfing/Riding the public wave) die Orientierung an der Wähleragenda der handlungsleitende Ansatz. Welche demokratietheoretisch bedeutsamen Folgen diese Strategien des Themenmanagements jedoch für die wahrgenommene Responsivität und damit letztlich auch für die Funktionalität und Stabilität des politischen Systems mit sich bringen, ist in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung noch unklar. Zur Klärung dieser Fragen wird daher ein Analyseschema entwickelt, das sich strukturell an der Lasswell-Formel (*"Who says what*

in which channel to whom with what effect?"; (Lasswell 1963: 117) orientiert (siehe Tabelle 1)³ und sich für die empirische Untersuchung eines mehrstufigen Analyserasters bedient (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Modell des Agenda-Settings und seinen Effekten im Kontext von TV-Debatten



Quelle: eigene Darstellung.

1.3 Daten, Operationalisierung und empirisches Vorgehen

In der Untersuchung der demokratiethoretischen Leistungsfähigkeit – das Responsivitäts- und Persuasionspotential – von TV-Debatten in Deutschland, wird auf drei verschiedene Datenquellen zurückgegriffen. Um die von Easton (1965) postulierte Annahme zu prüfen, politisches Handeln sei nur möglich durch die Berücksichtigung gesellschaftlicher Interessen, wird die Wähleragenda vor den TV-Debatten mittels repräsentativer Bevölkerungsumfragen wahl- bzw. debattenspezifisch erhoben, indem das Antwortverhalten der Bürger bezüglich der Frage nach den derzeit wichtigsten politischen Problemen extrahiert wird (Befragte: N=33.942). Gleichzeitig lassen sich durch ein solches Vorgehen auch Aussagen darüber treffen, inwieweit TV-Debatteninhalte persuasiv wirken können. Dazu finden weitere Prädispositionen Berücksichtigung, um einen Abgleich hinsichtlich verschiedener Wählersegmente vornehmen zu können. Hierzu zählen etwa die den Kandidaten zugesprochene Kompetenz zur Lösung politischer Probleme, die Parteiidentifikation sowie im Besonderen die politische Responsivität (External Efficacy).

³ Zu ähnlichem Vorgehen im Zuge der Analyse der „Elefantenrunden“ vor den Bundestagswahlen 1972-1987 vgl. Tenscher (1998), der allerdings das Rollenverhalten von Moderatoren fokussierte, die teilnehmenden Kandidaten weitgehend ausklammerte und insbesondere die Frage nach dem Publikum (bei Lasswell: „to whom?“) vollkommen ignorierte.

Um die Wähleragenda mit der Debattenagenda kontrastieren zu können, wird als zweite Datenquelle auf eine umfangreiche Inhaltsanalyse zurückgegriffen, die die bis zum Jahr 2016 in Deutschland auf Bundes- und Landesebene ausgestrahlten TV-Duelle berücksichtigt (N=50).⁴ Die Auswertung erfolgt auf Grundlage der einzelnen Aussagen der beteiligten Akteure (Analyseeinheit Aussage: N=23.798), für die jeweils der thematische Inhalt der Aussage vercodet wurde. Somit kann sowohl die Agenda der Moderatoren (als Vertreter des medialen Systems) als auch der politischen Spitzenkandidaten (als Vertreter des politischen Systems) empirisch analysiert und die Fragen beantwortet werden, (1) welche Themen in den Debatten vermittelt und diskutiert werden, (2) wie responsiv sich die Debattenagenda akteurspezifisch darstellt und (3) ob einzelne Wählergruppen durch die Ansprache spezifischer Inhalte stärker oder schwächer repräsentiert werden. Ausgangspunkt der Analyse ist der Anteil politischer Inhalte in TV-Debatten in Deutschland, um grundsätzliche Aussagen über den Informationsgehalt dieses Wahlkampfformats treffen zu können. Anschließend wird sowohl insgesamt, aber auch debattenspezifisch ein Differenzmaßindex entwickelt, der den Vergleich über alle Debatten und die verschiedenen Akteure hinweg (Moderatoren vs. Kandidaten; Amtsinhaber vs. Herausforderer) bezüglich der Wählerschaft insgesamt, aber auch zu den verschiedenen Wählersegmenten (parteiliche Lager; Lager des Amtsinhabers; Lager des Herausforderers; Lager der unentschiedenen Wähler) ermöglicht. Hier gilt: je geringer der gemessene Differenzbetrag ausfällt, desto responsiver verhält sich der entsprechende Akteur dem Wähler gegenüber; je höher der Betrag ausfällt, desto weniger responsiv verhält sich der jeweilige Akteur in der entsprechenden Debatte. Darüber hinaus finden verschiedene Kontextinformationen (wie vor dem Duell zugesprochene Kompetenzen, Umfragewerte) Berücksichtigung, die das von den Kandidaten im Duell gewählte Themenmanagement (Dominanz- vs. Dispersionsprinzip) und die aus Responsivität resultierenden Effekte auf Grundlage zuvor entwickelter Hypothesen (siehe Anlage 2) erklären können.

Durch die Verwendung von Experimentaldaten, die zu den Debatten auf Bundesebene⁵ der Jahre 2002 (zwei Duelle), 2009 und 2013 vorliegen, erfolgt schließlich eine fallspezifische Untersuchung der Effekte der über die Debatteninhalte vermittelten Responsivität auf die Wähleragenda *nach* dem Duell, die ihrerseits Einfluss auf das Ausmaß der politischen Unterstützung der Kandidaten hat (Befragte: N=859). Mittels Experimentaldaten lassen sich auch Aussagen darüber treffen, welches persuasive Potential in der Teilnahme an TV-Debatten steckt. Die bereits vor dem Duell erhobenen Dispositionen (vgl. Wähleragenda vor dem Duell) werden mit den Dispositionen nach dem Duell verglichen. Berücksichtigung finden hier im Besonderen die Stabilität und Veränderung der Wähleragenda, aber auch politische Einstellungen abhängig vom Ausmaß wahrgenommener Responsivität bzw. Veränderung (Persuasion). Dabei gilt für beide potentiellen

⁴ Da für das Jahr 2017 zum Abschluss der Dissertation im Frühjahr 2018 noch keine vollständigen repräsentativen Bevölkerungsumfragen vorlagen, die analog zur vorliegenden Untersuchung operationalisiert werden können (fehlt: Saarland 2017), wurde darauf verzichtet, die Daten der TV-Debatten dieses Jahres in der Analyse zu berücksichtigen.

⁵ Im Zuge der TV-Duell-Studie 2005 wurde die Frage nach dem wichtigsten politischen Problem nicht erhoben, weshalb kein Abgleich zwischen Wähleragenda und Debattenagenda mithilfe von Experimentaldaten erfolgen kann. Für das Kanzlerduell in diesem Jahr erfolgt der Abgleich somit nur zwischen der Wähleragenda vor dem Duell (Bevölkerungsumfragedaten) und des TV-Duells selbst.

Effektgrößen (Responsivität und Persuasion) die Annahme, dass als responsiv wahrgenommenes Verhalten sowie erfolgreiche Persuasion der Debattenakteure (der politischen Spitzenkandidaten im Besonderen) zu positiven Effekten auf das Ausmaß der politischen Unterstützung (gefühlte politische Responsivität) führt, nicht responsives Verhalten zu negativen Effekten. Dies ermöglicht abschließend Aussagen darüber, welches demokratietheoretische Leistungspotential in TV-Debatten steckt und inwieweit sich dieses Wahlkampfformat eignet, die von Zuschauern als fehlend wahrgenommene Responsivität politischer Akteure zu veri- oder falsifizieren.

Tabelle 1: Übersicht über den Aufbau der Arbeit

Fragestellung	Warum wird kommuniziert	Für wen wird kommuniziert?	Wer kommuniziert?	Wo wird kommuniziert?	Welche Inhalte werden kommuniziert?	Welche Effekte haben die kommunizierten Inhalte?
Kapitel	2	3	4	5		6
Inhalt	Systemtheoretische Annäherung	Debattenrezipienten und ihre Erwartungen	Debattenakteure und ihre Motive	Vorstellung des Formats TV-Debatten		Hypothesen
Kapitel	7					
Inhalt	Operationalisierung					
Kapitel					8	9
Inhalt					Analysen zur Debattenresponsivität	Wirkungsstudien
Kapitel	10 und 11					
Inhalt	Ergebnisdiskussion und Fazit					

Das *zweite Kapitel* widmet sich dem systemtheoretischen Rahmen der Arbeit. Dazu erfolgt mit der Vorstellung des Konzepts politischer Unterstützung nach Easton eine systemtheoretische Annäherung, die den Stellenwert gesellschaftlicher Inputs, wie er durch die Berücksichtigung von gesellschaftlichen Themenagenden in TV-Debatten erfolgen kann, für das politische System erklärt und die daraus abzuleitende Legitimierung politischen Handelns darlegt. Das *dritte Kapitel* nimmt die Rezipienten selbst in den Fokus und beinhaltet sowohl den Stellenwert von politischen Sachfragen in Erklärungsmodellen des Wahlverhaltens als auch die Bedingungen, die für sachfragenorientiertes Wahlverhalten vorliegen müssen. Dazu zählt eine Vorstellung der Faktoren, die die Themenorientierung beeinflussen und welche Wirkungen sich durch eine wahrgenommene Responsivität beim Wähler entfalten können. Im anschließenden *Kapitel 4* erfolgt ein Überblick über den Stellenwert und das Ausmaß politischer Inhalte, die politische Akteure (politische Spitzenkandidaten; Parteien) ihrem politischen Handeln im Allgemeinen, aber besonders im Wahlkampf zuweisen. Zudem erfolgt ein analoges Vorgehen für die Darstellung journalistischer Akteure (Moderatoren), indem ihre Funktion als Vermittlungsinstanz im politischen System sowie darauf einwirkende Aspekte und mögliche mediale Strategien nachgezeichnet werden. Schließlich werden die gewonnenen Erkenntnisse vereint, indem mit der Vorstellung der Kommunikationsstrategien Agenda-Setting, Agenda-Surfing und Agenda-Cutting eine Einordnung dazu erfolgt, wie und in welchem Umfang politische Inhalte im Rahmen von TV-Debatten transportiert werden können, um die Wähleragenda politischer Inhalte in ihrem Sinne zu beeinflussen. Im *fünften Kapitel* schließlich wird das konkrete Format TV-Debatte im deutschen Kontext seine Erläuterung finden. Dabei stehen Fragen nach den gesetzlichen Regelungen, die zunehmende Bedeutung anhand der Vorstellung der bisher durchgeführten Debatten in Deutschland

sowie ein kritischer Überblick über die bisherigen Erkenntnisse wissenschaftlicher Auseinandersetzung im Vordergrund, die sowohl bisher aufgetretene Wirkungen von TV-Debatten als auch Kritik an der demokratiethoretischen Leistungsfähigkeit beleuchten. Zum anderen werden Erkenntnisse darüber zusammengestellt, welche Wirkung sich durch die Debattenrezeption auf die individuelle Wähleragenda sowie die Bewertung politischer Spitzenkandidaten entfalten kann. Das sich daran anschließende *Kapitel 6* dient als direkte Hinleitung zum empirischen Teil der Arbeit. Hier werden anhand der theoretischen Aspekte der Arbeit (*Kapitel 2, 3, 4 und 5*) empirisch überprüfbare Hypothesen zu möglichen TV-Debatteninhalten sowie Forschungsfragen zum Kommunikationsverhalten der beteiligten Akteure und ihren Effekten auf die Rezipienten der Debatten abgeleitet. *Kapitel 7* wird nach einer Erläuterung inhaltsanalytischer Verfahren in der Debattenforschung auf die Operationalisierung der im Kontext der vorliegenden Untersuchung relevanten Fragestellungen und die Methodik der hier angewandten Analyse eingehen, die erhobenen inhaltsanalytischen Daten mit Umfragedaten zu verknüpfen, mit der die jeweilige Wähleragenda ermittelt wurde. In *Kapitel 8* folgt der Kern der vorliegenden Arbeit: die Untersuchung der in den Jahren 1997-2016 in Deutschland auf Bundes- und Landesebene durchgeführten TV-Debatten (N=5 auf Bundes-, N=45 auf Landesebene) hinsichtlich der durch die beteiligten Akteure transportierten Debatteninhalte und ihrer Kongruenz mit der Wähleragenda. Der zweite Teil der empirischen Analyse erfolgt schließlich in *Kapitel 9*, indem mit Hilfe von Experimentaldaten, die zu den Debatten auf Bundesebene vorliegen, eine fallspezifische Untersuchung der Effekte der Debatteninhalte auf die Wähleragenda und Bewertungen der Spitzenkandidaten vorgenommen wird. Zum Abschluss der Untersuchung (*Kapitel 10*) werden dann die theoretischen Erkenntnisse mit den empirischen Ergebnissen verknüpft und diskutiert. *Kapitel 11* zieht schließlich das Fazit der vorliegenden Untersuchung, unterzieht die gewonnenen Erkenntnisse einer kritischen Reflexion und wagt einen Ausblick für die weitere wissenschaftliche Auseinandersetzung.

Sarcinelli (2011) formulierte mit seinem Wunsch nach (mehr) Kontextualisierung der politikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung bereits die Forderung nach diachron vergleichenden Betrachtungen, die auch vor TV-Duellen nicht Halt machen sollten: „Kandidatenduelle hat es auch früher schon gegeben, auch wenn sich Plattformen, Formate und Wirkungsweisen geändert haben. Der Vergleich über eine Zeitreihe hinweg ist natürlich mühsam, forschungspraktisch schwierig, aber dennoch ratsam und aufschlussreich, weil er vor so mancher aufgeregten Einschätzung vermeintlich dynamischer Veränderung schützt“ (Sarcinelli 2011: 32). Mit der vorliegenden Untersuchung wird nicht der Anspruch erhoben, diese Forderung in Gänze zu erfüllen. Es wird allerdings der Versuch unternommen, Aspekte der politikwissenschaftlichen Wahlforschung mit Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaft zusammenzubringen. Diese werden zwar meist in den bisher vorliegenden (Einzelfall-)Studien zu TV-Duellen thematisiert, können aber letztlich nicht vollständig getroffen werden: möglichst vollständige und generalisierbare Aussagen über ein Format zu treffen, das derzeit zu den wichtigsten Einzelereignissen im Wahlkampf gehört. Über den Erfolg dieses Versuchs entscheidet allein der Leser.⁶

⁶ Zur leichteren Orientierung stehen in der digitalen Version dieser Untersuchung immer dort, wo im Text auf ein Kapitel, eine Tabelle, eine Abbildung oder einen Anhang innerhalb dieser Arbeit verwiesen wird, Links zur Verfügung, mit denen direkt zu dem entsprechenden Verweis navigiert werden kann.

2. Umfeld und Handlungsmotive von Debattenakteuren – ein systemtheoretischer Zugang

2.1 Zum Stellenwert des politischen Systems für die Gesellschaft

Das gesellschaftliche Zusammenleben hat sich im Laufe des letzten Jahrhunderts nicht nur neu strukturiert, sondern auch funktional ausdifferenziert. So wurde die hierarchische Ständegesellschaft nach und nach hin von horizontalen Teilsystemen – Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Kunst und ähnliche Teilsysteme – abgelöst. Wesentliche Bestandteile dieser Ausdifferenzierung sind sowohl jedem Teilsystem immanente Funktionen, die maßgeblich für die Leistungssteigerung einer Gesellschaft verantwortlich sind (Jamieson 1992) als auch Interdependenzen, die zwischen den Teilsystemen bestehen. Luhmann als Begründer der Systemtheorie (1984) liefert eine solche Beschreibung der Zusammenhänge, an denen sich moderne Gesellschaften orientieren (Donsbach et al. 2004: 22ff.). Sein Ansatz wird gerade dann zu Rate gezogen, wenn es zum einen darum geht, die jeweils systemeigenen Grundmerkmale eines jeden Teilsystems zu erfassen, wie sie nachfolgend genannt werden

- die Spezialisierung auf eine Funktion,
- die Entwicklung einer spezifischen Sinnstruktur mittels eines binären Codes (etwa Macht/keine Macht → Regierung/Opposition)
- die strukturelle Absicherung des Systems durch spezifische Leistungsrollen,
- deren Einbindung in Organisationen einerseits und die Ausdifferenzierung von Publikumsrollen andererseits,
- die Verknüpfung der verschiedenen Teilsysteme durch Leistungsbezüge zwischen ihnen

und zum anderen, wenn die Abhängigkeiten und Kommunikationswege ergründet werden sollen, die zwischen den Teilsystemen bestehen bzw. genutzt werden.⁷

Hier schließt die Frage an, inwiefern ein gesellschaftliches System, das aus mehreren – parallel existierenden – Teilsystemen (wie beispielsweise der Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst etc.) besteht, ein Steuerungsorgan benötigt, das das gesellschaftliche Zusammenleben ordnet und insofern hierarchisch anderen Teilsystemen übergeordnet ist. Anders als in der frühen Ideengeschichte, die diese Aufgabe ausschließlich dem politischen System bzw. dem Staat als solches zugewiesen hat, haben sich im Zuge der Weiterentwicklung moderner Gesellschaften die Funktion, Ausgestaltung und Arbeitsweise, aber gerade auch die Definition des politischen Systems stark gewandelt. Rückblickend hat sich von der Monarchie über die Aristokratie und die Oligar-

⁷ Einen ähnlich systemischen Ansatz bietet der von Parsons begründete Strukturfunktionalismus, der in Anknüpfung an Hobbes' Idee aus dem Leviathan eine utilitaristische Lösung in Form von gesellschaftlicher Ordnung vorschlägt; vgl. Jamieson (1996).

chie in der modernen westlichen Welt die Demokratie als konventionelle Staatsform herausgebildet. Der Fokus liegt nunmehr weniger auf dem Staat, als vielmehr aus den vielgestaltigen Elementen des politischen Systems als Ganzem (Luhmann 2000; Reinemann & Wilke 2007). Insofern bleibt das politische System grundlegend für die Gesellschaft als umfassendstes aller Sozialsysteme (Luhmann 1981: 19-20; Rhomberg 2008: 21).

Die Demokratie scheint – was ihre Strukturen, Verfahren und politischen Arrangements betrifft – am ehesten dazu in der Lage zu sein, die Funktion eines *politischen Systems*, das Zusammenleben moderner Gesellschaften durch das Formulieren gesetzlich bindender Entscheidungen zu ordnen, zu erfüllen.⁸ Denn trotz der umfassenden funktionalisierten Ausdifferenzierung in hochspezialisierte Bereiche und der Öffentlichkeit als Kontrolleur für die Gesellschaft (Tenscher 1998: 17) ist es unabkömmlich, Regeln zu finden und Absprachen zu treffen, die das gesellschaftliche Zusammenleben erst ermöglichen. David Easton hat dieses System mit seinem *Konzept der politischen Unterstützung* überzeugend analysiert und sich ausführlich mit den Interdependenzen, die dieses gesellschaftliche Teilsystem umfasst, beschäftigt. Gerade die Politik – im Speziellen im Sinne einer Demokratie⁹ – soll das Zusammenleben der Menschen ordnen; sie besteht insofern aus „those interactions through which values are authoritatively allocated for a society“ (Easton 1965: 21). Das politische System hat daher eine herausgehobene Stellung als zentraler Problemadressat und ein Steuerungsrecht auf alle anderen Teilsysteme, über das die anderen Systeme nicht verfügen (Gerhards & Neidhardt 1993: 56). Dem politischen System kommt daher besondere Bedeutung und Aufmerksamkeit zu, wenn es darum geht, die (demokratische) Funktionsfähigkeit einer Gesellschaft zu ergründen.

Zwar sind demokratische Systeme durch ein hohes Maß an Subsystemautonomie gekennzeichnet und in der Lage „to transform themselves, their goals, practices, and the very structure of their internal organization“ (Easton 1965: 99). Wesentlich ist aber der Aspekt, dass das politische System der Demokratie als nichts außerhalb der Gesellschaft Liegendes zu begreifen ist (Rhomberg 2008), wie es die frühe Ideengeschichte getan hat, sondern als Teil- bzw. Subsystem der Gesellschaft; denn zum politischen System gehören mit den politischen Akteuren, dem Parteiensystem, der politischen Öffentlichkeit etc. viele weitere Subsysteme, so dass sich hieraus zwangsläufig (Inter-) Abhängigkeiten ergeben, die das politische System nicht von der Gesellschaft abgrenzen können. Hieran schließt sich erneut der Ausgangspunkt systemtheoretischer Überlegungen an, der eine grundsätzliche Differenzierung zwischen System und Umwelt voraussetzt.

Auch Easton selbst sieht Politik als ein „system of behavior imbedded in an environment to the influences of which the political system itself is exposed and in turn reacts“ (Easton 1965: 18). Easton unterscheidet grundsätzlich in eine innergesellschaftliche („intra-societal“, also die nationale Gesellschaft) und eine außergesellschaftliche („extra-societal“, also die internationale Ge-

⁸ Dies steht in starkem Kontrast zur frühen Ideengeschichte, die die Demokratie als ‚entartete‘ Staatsform angesehen hat (vgl. etwa Aristoteles [POLITIK III 6-7, 1279a 17-b 10]).

⁹ Zur zweifelhaften Neigung der Systemtheorien, das „politische“ System grundsätzlich und ohne weitere Einschränkung/Differenzierung mit „Demokratie“ gleichzusetzen und jegliche weiteren Ausformierungen politischer Systeme zu ignorieren siehe Czerwick (2008: 22f.). Für diese Arbeit wird jedoch angenommen, dass die Demokratie im Zuge der gesellschaftlichen Modernisierung Ausdruck westlicher politischer Systeme (und somit auch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland) ist und somit begrifflich gleichgesetzt werden kann. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden die Begrifflichkeiten „politisches System“ und „Demokratie“ daher synonym verwendet.

sellschaft) Umwelt, die sich darüber hinaus aus einzelnen Subsystemen zusammensetzt (Easton 1965: 22). Zu den innergesellschaftlichen Subsystemen zählt Easton das ökologische, das biologische und vor allem das soziale System, also u.a. das kulturelle System, die Sozialstruktur, die Wirtschaft oder auch das demographische System. Diese Systeme bilden ein individuelles Set aus Verhaltensweisen, Einstellungen und Ideen, die das jeweilige Subsystem charakterisieren und in der Summe die Umwelt des politischen Systems bildet, die die Bedingungen schafft und formt, unter denen das politische System agiert (Easton 1965: 22). *Politische* Systeme haben dabei also die Aufgabe, ihre Umwelt kontinuierlich abzutasten, indem sie sich gegenüber dieser behaupten sowie Überlegungen darüber anstellen, wie sie mit den an sie gestellten Anforderungen umgehen, wie sie auf die Umwelt einwirken, welche Reaktionen sie in dieser Umwelt mit ihren Entscheidungen hervorrufen und letztlich die Akzeptanz dieser Entscheidungen in der Gesellschaft bewirken (Easton 1965: 28). Das politische System besteht nach Easton also aus kommunikativen Prozessen des Inputs in Form von *Demands* und *support*¹⁰ und aus ebenso kommunikativen Prozessen des Outputs in Form von politischen Entscheidungen und Handlungen (vgl. Easton 1965: 29ff.), die sich wie folgt zusammenfassen lassen:

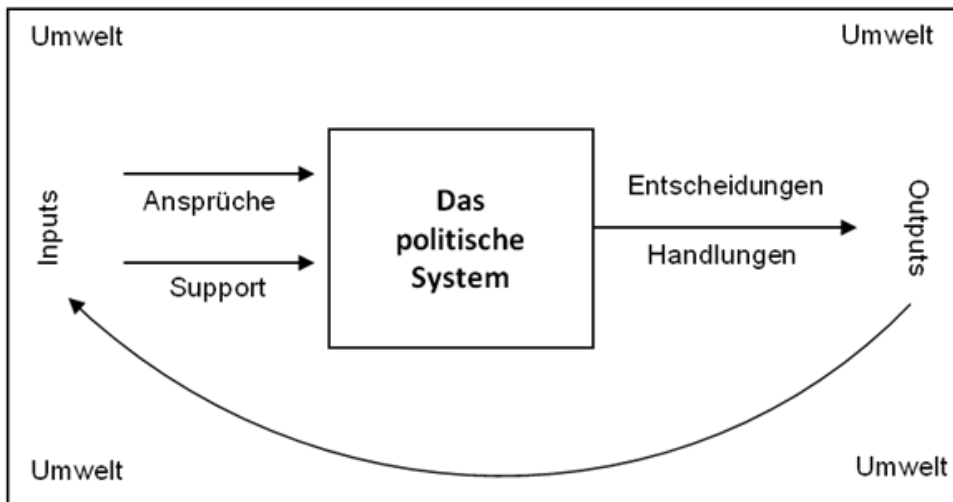
- *Input*, also die Anforderungen/Erwartungen (*demands*) und die Unterstützung (*support*), die aus der Umwelt an das politische System gestellt und ihm entgegengebracht werden;
- *Konversion, Transformation*, also die Umwandlung dieser Umweltanforderungen in politische Entscheidungen (*decisions*);
- *Output*, also die Durchsetzung von politischen Entscheidungen und Handlungen (*actions*)
- *Rückkopplung*, also die Auswirkung der Entscheidungen auf System und Umwelt.

Die zentrale gesellschaftliche Funktion politischer Systeme liegt also in der Vorbereitung, Durchsetzung und Rechtfertigung allgemeinverbindlicher Entscheidungen, die auf die Lösung politischer und/oder gesellschaftlicher Probleme gerichtet sind. Oberstes Ziel dieser Entscheidungen ist die Stabilisierung der politischen Systeme im Sinne einer dynamischen Selbsterhaltung, die auf die Sicherstellung der Funktionen gerichtet ist, die die politischen Systeme für die Gesellschaft und für sich selbst erbringen. Solange dies dem politischen System gelingt, so lange gilt seine Existenz als gesichert – unabhängig davon, wie sehr sich im Laufe der Zeit seine Strukturen und Ideologien auch verändern mögen. Demokratische Systeme als Ausformung des politischen Systems unterscheiden sich von autoritären oder totalitären Systemen auch dadurch, wie offen sie gegenüber ihrer Umwelt sind. Dies wird dem Anspruch demokratischer Systeme gerecht, vielfältige Zugangskanäle zum politischen Entscheidungsfindungsprozess zu bieten, politische Führungsämter durch freie, gleiche, allgemeine und geheime Wahlen zu besetzen und offene sowie verschiedene Möglichkeiten zu bieten, aus der Umwelt (also die Gesellschaft) heraus auf das politische System ein- und mitzuwirken (Czerwick 2008: 20f.). Der Input aus der Gesellschaft nimmt demnach entscheidenden Einfluss auf politisches Handeln und stellt das Kernelement demokratischer politischer Systeme dar (vgl. Abbildung 2). Die Prozesse, die die Implementie-

¹⁰ Unterstützung definiert Easton (1979: 437), später auch Kaid (2004: 436), als „an attitude by which a person orients himself to an object either favorably or unfavorably, positively or negatively“.

nung gesellschaftlicher Ansprüche ermöglichen und aus Sicht politischer Akteure erklären, beschreibt Luhmann mit Hilfe des Systems struktureller Kopplung, auf das im Folgenden näher eingegangen wird. Zudem wird die Frage geklärt, wie es dem politischen System gelingen kann, die Anforderungen aus der Umwelt wahrzunehmen, welche Institutionen und vor allem welche konkreten Akteure dazu vorhanden sein sollten, Inputs wahrzunehmen, abzuwägen und umzusetzen.

Abbildung 2: Eastons Konzept politischer Unterstützung



Quelle: Easton (1965: 74), eigene Darstellung

2.2 Strukturelle Kopplung als Grundlage für politische Unterstützung und politisches Handeln: Begriffsdefinitionen von Responsivität und Persuasion

Für Luhmann (2000: 372f.) ist die strukturelle Kopplung *der* Vermittlungsprozess, der es auto-poietischen Systemen wie dem politischen ermöglicht, sich an Umweltbedingungen anzupassen. Für demokratisch organisierte Verfassungsstaaten nimmt das Repräsentationsprinzip zentralen Stellenwert ein, das politische Macht kontrolliert und Kommunikation zwischen Wählern und Gewählten ermöglicht, ebenso wie Prozesse der Repräsentation der Problemfindung, Prioritätensetzung, Kompromissfindung und Mehrheitsbildung demokratischer Institutionen dienen sollen (Kevenhörster 1998: 292). Repräsentation stelle zudem sicher, dass „*politische Information als Steuerungsfaktor*“ (Kevenhörster 1998: 293, Hervorhebung im Original) genutzt wird, mithilfe dessen „Signale aus seiner Außen- und Innenwelt in zielgerichtete Handlungsstrategien umgesetzt werden. Dazu bedarf es eines Kommunikationsnetzes zwischen Repräsentanten und Repräsentierten“ (Kevenhörster 1998: 293). Nur durch Kommunikation ist Repräsentation gewährleistet, die als Konzept eng mit der Volkssouveränität verbunden ist (Kevenhörster 1998: 292), wie sie Fraenkel (1964: 81; zitiert nach Kevenhörster 1998) definiert: Repräsentation ist demnach „die rechtlich autorisierte Ausübung von Herrschaftsfunktionen durch verfassungsmäßig bestellte, im Namen des Volkes, jedoch ohne dessen bindenden Auftrag handelnde Organe eines Staates oder sonstigen Trägers öffentlicher Gewalt, die ihre Autorität mittelbar oder unmittelbar vom

Volk ableiten und mit dem Anspruch legitimieren, dem Gesamtinteresse des Volkes zu dienen und dergestalt dessen wahren Willen zu vollziehen“.

Für Demokratien ist hier der Aspekt von besonderer Bedeutung, dass diese kommunikativen, kognitiven Austauschprozesse das politische System nicht determinieren, sondern nur irritieren, also sensibilisieren: die Umwelt (die zu repräsentierenden Wähler) macht ihre Erwartungen zwar in Form von konkreten Anforderungen, Bedürfnissen und Ansprüchen bemerkbar, sie legt aber nicht den künftigen Zustand des politischen Systems konkret fest.¹¹ Der Akzent systemtheoretischer Analysen liegt – neben den Konstruktionsmerkmalen politischer Systeme – also vor allem auf den Prozessen, die das Verhältnis zwischen dem System und seiner Umwelt überbrücken und über den Grad an Offenheit und Responsivität entscheiden: „In democracies outputs of regulation, extraction, and distribution are more affected by inputs of demands from groups in the society. Thus we may speak of democracies as having a higher responsive capability“ (Lazarsfeld et al. 1944: 409). Systemtheoretiker gehen deshalb auch mehr oder weniger explizit davon aus, dass in demokratischen Systemen der für das Operieren und das Überleben politischer Systeme so entscheidende (ebenfalls strukturelle) Rückkopplungsprozess zwischen Bürgern und Politik am besten funktioniert (Sorzano 1975: 103-105). Pointiert ließe sich sogar sagen, dass ein politisches System umso demokratischer ist, je responsiver es gegenüber Umweltanforderungen und -einflüssen ist, die von der Mehrheit der Gesellschaftsmitglieder getragen und unterstützt werden und je mehr im Konversionsprozess diesen Anforderungen und Einflüssen Rechnung getragen wird: „Individuals who are content with current policies and who support incumbent officials are more likely to perceive political institutions as responsive to their preferences. Satisfaction with official policy and approval of incumbents serve as reality-testing experiences through which individuals formulate overall assessments of institutional responsiveness“ (Iyengar 1980: 250).¹² Es ist andererseits aber auch anfälliger, da der Entzug derartiger In- und Outputs und daran anknüpfend der Unterstützung durch die Gesellschaft des Systems langfristig zur Instabilität des Systems führen kann.

2.2.1 Begriffsdefinition und demokratietheoretische Bedeutung von Responsivität für die politische Unterstützung

Derartige Interpretationen bilden ein Verständnis von Responsivität ab, das noch in den 1970er Jahren etwa von Clausen angesetzt wurde und Responsivität stärker mit „*Repräsentation*“ gleichsetzt (Clausen 1973: 128). Dem gegenüber steht jedoch ein Verständnis, das Responsivität als nur eine der zwei Komponenten von Repräsentation ansieht. In ihrer klassischen Auseinandersetzung argumentiert Pitkin (1972: 209), dass sich Repräsentation aus dem Zusammenspiel von responsivem Handeln *und* politischer Führung zusammensetzt. Politisches Handeln ist somit eine Kombination daraus, sowohl im Interesse der Wähler (der Repräsentierten) zu handeln und

¹¹ Dazu auch Habermas (1990: 44): „Diskurse herrschen nicht. Sie erzeugen eine kommunikative Macht, die die administrative nicht ersetzen, sondern nur beeinflussen kann. Dieser Einfluss beschränkt sich auf die Beschaffung und den Entzug von Legitimation“.

¹² Dazu auch Fuchs (1998: 162): „Unter den strukturellen Bedingungen einer Liberalen Demokratie gilt, je größer die Responsivität der Politie auf die Präferenzen des Demos, desto demokratischer ist ein konkretes politisches System“.

dies durch responsives Handeln zum Ausdruck zu bringen, als auch das politischen Akteuren übertragene Mandat im Sinne politischer Führung zu nutzen, indem sich diese entgegen des Wählerwillens verhalten, wenn die Einschätzung überwiege, dass dieses entgegengesetzte Handeln den tatsächlichen Interessen der Wähler entgegen komme (Pitkin 1972: 209). Die aus diesem – dem Wählerwillen entgegengesetzte – Verhalten resultierenden Konflikte dürften allerdings nicht zu lang andauern, um den Zustand der Repräsentation erhalten zu können (Pitkin 1972: 210).

Dieser Einschätzung der Responsivität als erster Komponente von Repräsentation schließt sich auch Herzog (1998: 298) an. Er betont in seiner Definition von Responsivität die „Fähigkeit von Repräsentanten, vor allem von Parlamentsabgeordneten [...], aufgeschlossen zu sein gegenüber den Wünschen, Erwartungen oder Interessen der Wählerschaft, diese zur Kenntnis zu nehmen und in die politischen Entscheidungen einfließen zu lassen“, die darüber hinaus als Begrifflichkeit dadurch an Bedeutung gewinnt, dass es mit ihr gelinge, „gewisse populistisch-simplifizierende Vorstellungen über die gegenwärtigen Prozesse der politischen Interessenvermittlung zu überwinden und zu einem realistischen Verständnis moderner parlamentarischer Repräsentativsysteme vorzustoßen“ (Herzog 1998: 298). Zudem eigne sich das Konzept der Responsivität dazu, die tatsächliche Funktionsweise demokratisch-repräsentativer Systeme kritisch zu diskutieren und im Rahmen der Parlamentarismusforschung zu untersuchen. Eulau und Karps (1977: 241-247) schlagen für derartige Untersuchungen vier Komponenten vor, in die sich responsives Verhalten politischer Akteure einordnen lasse:

(1) *Policy-Responsivität*: In dieser Logik richten politische Akteure ihr Handeln (Erklärungen, Anträge, Gesetze) entsprechend der Einstellungen der Wählerschaft aus.

(2) *Service Responsivität*. Abgeordnete intervenieren in spezifischen Fällen wie Quasi-Anwälte, z.B. bei Schwierigkeiten mit dem Finanzamt, Verzögerungen bei der Auszahlung von Sozialleistungen, Sicherstellung von Arbeitsplätzen bei der Regierung usw.

(3) *Zuweisungsresponsivität* – bezeichnet eine Politik, in der das Gemeinwohl zu Gunsten von Klientelpolitik ausgeklammert wird. In dieser Form von Responsivität werden demnach Entscheidungen getroffen, die zu Lasten der Allgemeinheit und zu ökonomischen Vorteilen des eigenen Wahlkreises gehen können, z. B. durch spezifische Finanzzuweisungen.

(4) *Symbolische Responsivität* – hierzu zählen symbolische Handlungen, die keine bindenden Entscheidungen nach sich ziehen, aber über das Potential verfügen, Vertrauen und Unterstützung zu generieren.¹³

Um – wie im Zusammenhang mit Policy-Responsivität argumentiert – die Einstellungen und Interessen der Wähler berücksichtigen zu können, muss eine Verbindung zwischen den De-

¹³ Vgl. zur symbolischen Politik auch Kapitel 4.1.1 in dieser Arbeit; zum ursprünglichen Konzept allgemein symbolischer Politik siehe Edelman (1976), zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung v.a. Göhler (2005) und Sarcinelli (2011: 137-152).

mands der Wähler und der Handlung politischer Akteure bestehen (vgl. dazu auch die Begriffsbestimmungen „congruence“ bei Miller & Stokes 1963 bzw. „concurrence“ bei Verba & Nie 1972). Diese bezieht sich vorrangig auf Kongruenz und Konflikte bezüglich politischer Inhalte, die für die Herstellung und Durchsetzung gesamtgesellschaftlich verbindlicher Entscheidungen relevant sind – ganz so wie sie auch Easton (1965) in seinem Unterstützungsmodell vorsieht. Die von Miller und Stokes (1963) sowie von Verba und Nie (1972) angeführten Begrifflichkeiten stellen zudem ganz konkret auf die in repräsentativen Bevölkerungsumfragen ermittelten Einstellungen der Wähler bezüglich politischer Sachfragen ab. Nach Brettschneider (2002a: 262) sei dies „Responsivität im weiteren Sinne“, da hier nur generelle Responsivität gemessen werde, nicht aber, unter welchen Umständen diese zustande gekommen sei: „if the representative and his constituency agree on a particular policy, no matter how the agreement has come about, then the representative is responsive“ (Eulau & Karps 1977: 242). „Responsivität im engeren Sinne“ hingegen setze eine Beeinflussung politischer Entscheidungen politischer Akteure durch die Wähler voraus (Brettschneider 2002a: 263). Die symbolische Responsivität nimmt ebenfalls eine hervorgehobene Stellung ein, da hier die Genese von politischer Unterstützung zentrale Bedeutung einnimmt. Herzog (1998: 299) macht in diesem Zusammenhang darauf aufmerksam, dass im Zuge des durch die von Almond und Verba (1963) angestoßene „civic-culture“-Debatte auch die „Grundproblematik politischer Repräsentation“ hervortrete. Hierzu formuliert er zunächst die Frage, wie „das Prinzip der *Volkssouveränität* mit dem Prinzip der repräsentativen Herrschaftsform in Einklang gebracht werden [könne]“ – um dann die „ständige Berücksichtigung des Wählerwillens durch die Gewählten“ als „Grundprinzip demokratischer Repräsentativsysteme“ festzulegen (Herzog 1998: 299; Hervorhebung im Original). Der Responsivitätsbegriff könne daher als wichtiger Baustein einer „Theorie responsiver Demokratie“ (Uppendahl 1981; zitiert nach Herzog 1998: 299) gelten und entscheidenden Anteil an der Definition von repräsentativen Demokratien haben: Das repräsentative Prinzip ist „mittels des Konzepts der Responsivität mit dem Prinzip der Volkssouveränität in dem Sinne verknüpft, dass nun die *ständige Rückkopplung* zwischen den Interessen der Repräsentierten und den Entscheidungen ihrer Repräsentanten zum Kriterium demokratischer Repräsentativverfassungen gemacht wurde“ (Herzog 1998: 302; Hervorhebung im Original). Entscheidend sei hier die Rückkopplung, die gleichermaßen für Bürger (als Repräsentierte) als auch für politische Akteure (als Repräsentanten) gelte: so müsse der politische Kommunikationsprozess wechselseitig verlaufen und eine beidseitige kritische Reflexion von Informationen in und aus politischen Entscheidungszentren stattfinden (Herzog 1998: 302). Hier bestehe somit grundsätzlich Konfliktpotential, wenn Politik aufgrund ausgebliebener Reflexion grundsätzlich vom Wählerwillen abweiche und somit nicht responsiv sei. Grundlage für die Bewältigung derartiger Konflikte zwischen Bürgern und politischen Akteuren bleibt die Herstellung von Übereinstimmung zwischen den beteiligten Akteuren. Aus dieser Übereinstimmung resultiere damit Unterstützung politischer Akteure, die entweder aus responsivem Handeln oder durch Überzeugung entsteht, die wiederum nicht auf vorangegangener Responsivität basieren muss (Pitkin 1972). Diese Option der Persuasion wird daher im Folgenden ebenfalls näher betrachtet.

2.2.2 Begriffsdefinition und demokratietheoretische Bedeutung von Persuasion für die politische Unterstützung

Politische Führung nimmt neben responsivem Handeln als zweite Komponente von Repräsentation großen Stellenwert in demokratietheoretischen Betrachtungen ein. Im Gegensatz zu Responsivität äußert sich politische Führung in Demokratien strategisch betrachtet in der Wahl *persuasiver* politischer Kommunikation, die die Überzeugung des Adressaten der Informationen beabsichtigt oder bewirkt, die sich nicht auf die Beeinflussung von Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen beschränkt, sondern sich auch auf die Vermittlung von Realitätsvorstellungen erstreckt (Kepplinger 1998: 363) – unabhängig davon, ob die Wahrnehmung der vermittelten Sachverhalte und politisch relevanten Tatbestände¹⁴ richtig oder falsch ist. Nach Kepplinger werden die angesprochenen Adressaten politischer Kommunikation dabei als eigendynamische Systeme betrachtet, denen weniger Kommunikationsziele (im Sinne einer ‚Überredungskommunikation‘) vorgegeben, sondern stattdessen Prozesse (im Sinne einer ‚Überzeugungskommunikation‘) angeregt werden, die die Überzeugung als Folge „eigener Einsicht und freier Entscheidung“ wahrnehmen lassen (Kepplinger 1998: 363). Entscheidende Akteure sind auch hier mediale wie politische Akteure. Journalisten und Medien übernehmen in Demokratien in Normalzeiten (d.h. Nicht-Wahlkampfzeiten) die Rolle von Mediatoren, indem sie als neutrale Vermittler von Informationen und Meinungen fungieren (Kepplinger 1998: 363). In Konfliktsituationen und auch im Wahlkampf übernehmen sie hingegen eine Doppelrolle als Vermittler und Kommunikatoren, indem ihre Sichtweisen die Kommunikationsfunktion von politischen Akteuren überlagern (vgl. etwa Patterson 1993a und Sarcinelli 2011: 343). Politische Akteure verfolgen daher hingegen – insbesondere im Wahlkampf – das Ziel, durch persuasive Botschaften die Deutungshoheit zu erlangen. ‚Pseudo-Ereignisse‘ wie Pressekonferenzen oder öffentliche Auftritte die weitgehend unter Umgehung der journalistischen Selektion stattfinden, bieten dazu eine günstige Plattform. Für die Wirkungen, die aus persuasiver politischer Kommunikation entstehen können, stellt Kepplinger (1998: 364) zwei Möglichkeiten vor:

- (1) den Fluss der Fakten und Meinungen von den politischen Entscheidungsträgern über die Massenmedien zu den Bürgern:

Ursache: Informationen von Politik und Medien;
Wirkung: Realitätsvorstellungen der Bevölkerung
(Donsbach 1991)

- (2) den Fluss der Fakten und vor allem der Meinungen von der Bevölkerung über die Massenmedien bzw. vermittelt durch Bevölkerungsumfragen zu den politischen Entscheidungsträgern

Ursache: Ansichten der Bürger;
Wirkung: Verhaltensweisen politischer Akteure
(Brettschneider 1995)

¹⁴ Mit politisch relevanten Tatbeständen sind hier Themen gemeint, die in den Regelungsbereich politischer Entscheidungsinstanzen fallen, siehe dazu Kepplinger (1998: 363).

Diese Unterscheidung verdeutlicht, dass die gegensätzlichen Wirkungsrichtungen nicht trennscharf nur dem Persuasionsansatz zugeordnet werden können. So ließe sich unterstellen, dass Wirkungen auf die Verhaltensweisen politischer Akteure, wie sie im zweiten Punkt angemerkt werden, als *responsive* Reaktion auf die Ansichten der Bürger erfolgt. Vielmehr erscheint es dem Schema nach logisch stimmiger, den Fluss der Fakten und Meinungen über die Massenmedien zu den Bürgern als rein *persuasive* politische Kommunikation anzusehen. Dennoch decken sich die Ziele beider strategischer Ausrichtungen: auch die Persuasion dient letztlich dem Zweck des Machterwerbs oder Machterhalts (Kepplinger 1998: 365). Auch hier lassen sich die Adressaten und hinsichtlich der strategischen Ausrichtung ihre Adressierung weiter untergliedern: so könne als handlungsleitendes Motiv entweder die Mobilisierung des eigenen Lagers, die Schwächung des gegnerischen Lagers oder die Überzeugung des Lagers der Ungebundenen fokussiert werden – Strategien, die sich nach Kepplinger (1998: 365) komplementär zueinander verhalten und somit nicht zwingend nur die Erreichung *eines* Ziels fokussieren. Die strategische Ausrichtung der persuasiven Kommunikation erfolgt somit je nach Schwerpunktsetzung. *Mobilisierung* der eigenen Anhänger kann – so Kepplinger – auch ohne Argumente erfolgen, erfolgreiches *Überzeugen* ungebundener Wähler hingegen setze zwingend das Vortragen bzw. Veröffentlichen von Argumenten für eine Konzeption, Person oder Partei voraus (Kepplinger 1998: 365). Demnach erscheint Überzeugung aufwändiger als Mobilisierung. Es existieren jedoch auch weitere Faktoren, die sich hinsichtlich ihrer *Dauer* (lang- vs. kurzfristig) und *Lokalisierung* (in- vs. extern) unterscheiden und die einen Einfluss auf die Entwicklung von Zu- oder Abneigungen gegenüber spezifischen politischen Akteuren haben. Besondere Bedeutung kommt hier den Realitätsdarstellungen der Massenmedien als kurzfristig wirkende, externe Faktoren zu, da diese die Urteile der Bevölkerung über kognitive Verarbeitungsprozesse zwar nicht zwangsläufig ändern, aber dennoch beeinflussen können.¹⁵

Sowohl das Konzept der Responsivität als auch der Persuasion haben unter dem Strich eines gemeinsam: sie sind politisch kommunikative *Strategien*, die mit dem Ziel verbunden sind, politische Macht über das Konzept der Repräsentation sicherzustellen, was mit positiven Effekten auf die Unterstützung seitens der Bevölkerung einhergeht. Damit handelt es sich um erfolgsorientierte Konstrukte, die auf „situationsübergreifend-kalkulatorischen Verknüpfungen von Zielen, Mitteln und Umweltfaktoren“ (Raschke & Tils 2013: 144) beruhen. Während das Ziel klar ist, zeigen sich Unterschiede vor allem in der Mittelkomponente: diese werden nach Raschke und Tils (Raschke & Tils 2013: 144) als Handlungsmöglichkeiten¹⁶ betrachtet und durch die zugrundeliegenden strategischen Absichten definiert. Die Fokussierung auf responsives wie persuasives Verhalten im Rahmen strategischer Kommunikation (Mittel) treffen politische Akteure so, „wie es ihrer Einschätzung nach den eigenen strategischen (Macht- oder Gestaltungs-) Zielen am meis-

¹⁵ Vgl. dazu Kapitel 4.2.3 - Kapitel 4.2.5 in dieser Arbeit.

¹⁶ Raschke & Tils (2013: 144) weisen in ihrer Definition strategischer Mittel darauf hin, dass diese von strategischen Optionen unterschieden werden müssen: „Das eine sind Handlungsalternativen (strategische Mittel), das andere Strategiealternativen (strategische Optionen). Die strategischen Optionen enthalten eine Vielzahl unterschiedlicher Strategiemittel, erschöpfen sich darin aber nicht. Sie zeigen umfassende strategische Handlungsvarianten auf. Strategische Mittel sind einzelne Maßnahmen innerhalb strategischer Optionen, deren (paralleles, synergetisches, interdependentes) Wirken zum Erreichen der anvisierten Ziele führen soll. Strategie meint schließlich das Endprodukt des Strategiebildungsprozesses, bei der zwischen unterschiedlichen Optionen und ihren Mitteln entschieden worden ist. Im Prozess der strategischen Steuerung werden strategische Mittel als Steuerungsressource wichtig“.

ten dient“ (Raschke & Tils 2013: 144). Haben politische Akteure also den Eindruck, eine stärker responsiv ausgestaltete Kommunikation wäre dem Machterhalt bzw. -erwerb dienlich, so werden sie sich eher für diese Strategie entscheiden – genauso wie sich Akteure für die persuasive Kommunikationsstrategie entscheiden werden, wenn sie davon ausgehen, dass dieses strategische Mittel zielführender sei.¹⁷ Auch wenn das kurzfristige Ziel politischer Akteure der (eigene) Machterwerb bzw. -erhalt ist, so kann dieses nur eintreten, wenn als langfristiges Ziel die Unterstützung des politischen Systems insgesamt durch die Bevölkerung gesichert werden kann. Auf welche Objekte sich diese beziehen und auf welche Weise sich diese äußern kann, wird daher im Folgenden näher beleuchtet.

2.2.3 Objekte und Arten politischer Unterstützung nach Easton

Die Berücksichtigung von Inputs aus der Umwelt und beidseitige Responsivität nehmen eine besondere Stellung im Konzept politischer Unterstützung ein, so dass Akteure, Adressaten und Modi der Unterstützung näher betrachtet werden müssen, bevor der Fokus auf die Ausgestaltung und Wege der Inputimplementierung gelegt werden kann. An welche Institutionen und Akteure können Inputs nun konkret adressiert werden und wer zieht aus der Umsetzung dessen die Unterstützung der Bürger?

Easton führt in seinem Konzept drei Unterstützungsobjekte (Easton 1965: 172) und zwei Arten politischer Unterstützung an (diffus vs. spezifisch Unterstützungsobjekte Easton 1965: 267; vgl. Tabelle 2). Zu den Objekten politischer Unterstützung zählt Easton die politische Gemeinschaft, das politische Regime und die politischen Amtsträger (Easton 1965: 172).

Tabelle 2: Objekte und Arten politischer Unterstützung nach Easton

Unterstützung- sart	Unterstützungs- quelle	Unterstützungsobjekt		
		Politische Gemeinschaft	Politisches Regime	Politische Amtsträger
Diffus	Normen/Werte Generalisierter Nutzen	Identifikation	Legitimität	Legitimität
		Identifikation	Vertrauen	Vertrauen
Spezifisch	Kurzfristiger Nutzen	-----	-----	Zufriedenheit

Quelle: Fuchs (1989: 18); eigene Darstellung

Für Easton ist die politische Gemeinschaft die jeweilige Nation (also wiederum die Gesellschaft) selbst und ist „that aspect of a political system that consists of its members seen as a group of persons bound together by a political division of labour“ (Easton 1965: 177). Die Gemeinschaft besteht durch ein Zugehörigkeitsgefühl ihrer Mitglieder, die sich ihr gegenüber loyal (also gesetzestreu) verhalten, ihre Handlungen aus einer gemeinsamen politischen Struktur ableiten und

¹⁷ Welche Faktoren für die Festlegung auf die eine oder andere Strategie sprechen, erläutert Kapitel 4.1.2.

dafür ein gemeinsames Repertoire an politischen Prozessen nutzen. Unterstützung liegt dann vor, wenn sich ein einzelner für diese Strukturen einsetzt und/oder ihr positiv gegenübersteht.

Das politische Regime hingegen bezieht sich auf Werte, Normen und Herrschaftsstrukturen, umfasst also die konstitutiven Charakteristika der institutionellen Ordnung politischer Systeme, und ist definiert als „sets of constraints on political interaction“ (Easton 1965: 193). Während sich Herrschaftsstrukturen durch reale, politische Institutionen (oder ihre institutionalisierten Rollen) wie die Bundesregierung darstellen lassen, bilden Gesetze (also allgemeinverbindlich getroffene Entscheidungen) einen konkreten Ausdruck von Normen. Weitgehend geteilte Normen wie Zivilcourage oder Toleranz stellen einen eher abstrakteren Ausdruck dar, wozu auch Grundwerte wie Menschenwürde, Freiheit, Gleichheit zählen, die in westlichen Demokratien als politische Werte gelten. Unterstützung liegt dann vor, wenn diese Werte und Normen respektiert und die Entscheidungen der benannten Instanzen akzeptiert werden.

Wesentlich für den Kontext dieser Arbeit sind jedoch die dritten Unterstützungsobjekte, die politischen Amtsträger. Nach Easton sind nämlich dies die konkreten Inhaber der politischen Rollen, die „occupants of the authority roles“ (Easton 1965: 212), also Regierungschefs, Minister, Richter.¹⁸ Unterstützung liegt dann vor, wenn die von den konkreten Politikern getroffenen Entscheidungen akzeptiert werden. Nach Eastons Definition beziehen sich diese Entscheidungen im Wesentlichen auf diejenigen Gegenstandsbereiche, die zuvor in Form gesellschaftlicher Demands den Input ins politische System geliefert und politische Amtsträger für diesen Entscheidungsraum sensibilisiert haben (Easton 1965: 212). In diesem Sinne nehmen die Inputs aus der Gesellschaft einen wesentlichen Stellenwert im Rahmen der Systemunterstützung ein, da nur diese von den politischen Amtsträgern in gesellschaftlich bindende Entscheidungen umgewandelt werden können.

Die Unterstützungsarten differenziert Easton ferner in *diffuse* und die *spezifische* Unterstützung (Easton 1965: 267), wobei der wesentliche Unterschied in ihrem Bezug und dem Ursprung liegt. Die *diffuse Unterstützung* bezieht sich auf alle drei Unterstützungsobjekte. Sie entwickelt sich über die verschiedenen Phasen der (politischen) Sozialisation sowie durch positive Erlebnisse und hebt auf eher generelle Aspekte des politischen Systems ab (Easton 1965: 273). Die *spezifische Unterstützung* hingegen bezieht sich ausschließlich auf die politischen Herrschaftsträger. Der Ursprung dieser Unterstützung spiegelt sich darin wieder, wie zufrieden die Bürger mit den allgemeinverbindlichen Outputs sind (Easton 1965: 343). Es handelt sich hier also um eine instrumentelle Orientierung den politischen Autoritäten gegenüber (Maier 2000: 27), die ihren höchsten Ausdruck oder ihre größte Bestätigung darin findet, dass ein politischer Herrschaftsträger bei einer politischen Wahl (wieder-)gewählt wird.¹⁹ Spezifischer Support ist zudem konkret auf die Wahrnehmung von Entscheidungen, Policies, politischen Aktivitäten, dem Ausdruck und generellen Stil der politischen Amtsträger gerichtet. Nach Easton muss der Bürger annehmen können, dass es eine Beziehung gibt zwischen den eigenen Wünschen, Anforderungen und

¹⁸ Oder für die vorliegende Untersuchung anders ausgedrückt: konkrete Inhaber der politischen Rolle *Spitzenkandidat der an den TV-Debatten teilnehmenden Parteien*.

¹⁹ Wörtlich heißt es dazu bei Easton (1965: 159-161): „We can say that A supports B either when A acts on behalf of B or when he orients himself favorably toward B. B may be a person or group; it may be a goal, idea, or institution. I shall designate supportive actions as overt support and supportive attitudes or sentiments as covert support“.

Needs auf der einen Seite und einem entsprechenden Politikerverhalten auf der anderen Seite; er muss das Gefühl haben, dass politische Amtsträger die Anforderungen der Bürger wahrnehmen, sich dieser bewusst sind, sich dieser annehmen und – im besten Falle – in ihrem Sinne lösen.²⁰ Tritt jedoch der gegenteilige Fall ein, droht kurzfristig politischen Amtsträgern und – bei länger andauernden Perioden von Unzufriedenheit mit politischen Amtsträgern – langfristig dem politischen System der Entzug der Unterstützung.

An diesem Punkt wird die Unterscheidung zwischen den beiden Unterstützungsarten relevant, da die Konsequenzen, die sich aus dem Entzug einer der beiden Modi für die Stabilität des politischen Systems ergeben, unterschiedlich ausfallen. Hierzu hält Maier (2000: 28) fest, dass die diffuse Unterstützung dabei eine exponierte Stellung einnimmt, da diese grundsätzlich die Funktion eines Puffers gegenüber (kurzfristigen) Leistungsdefiziten auf der Prozessebene erfüllt. Dies folgt auch der Easton'schen Logik einer Stabilisierungshierarchie. Bei Problemen im Performanzbereich eines politischen Systems würden somit Überzeugungen über die grundsätzliche Unterstützungswürdigkeit von Objekten idealerweise nicht in Mitleidenschaft gezogen; das politische System selbst zeichne sich in diesem Fall durch relative Stabilität aus. Bei länger andauernden Outputproblemen seien allerdings Auswirkungen auf die diffuse Unterstützung nicht auszuschließen (Maier 2000: 28), so dass politischen Akteuren grundsätzlich an der Genese spezifischer Unterstützung gelegen sein sollte.²¹ Die Trennung der beiden Unterstützungsmodi diffus und spezifisch verdeutlicht, dass kurzfristige Unzufriedenheit mit politischen Amtsträgern nicht

²⁰ Eine von Easton abweichende Unterscheidung der Unterstützungsobjekte und -modi haben etwa Fuchs (1989) und Westle (1989) vorgenommen. Bei Fuchs drückt sich die Kritik an Easton in einer von Fuchs unterstellten Vernachlässigung des Aspekts aus, Unterstützung sei immer eine Einstellung und somit ein sozialpsychologisches Konzept. Diesem Konzept werde Easton nicht gerecht. Stattdessen schlägt Fuchs in Anlehnung an Parsons' (1951) Handlungstheorie vor, Unterstützung sei in erster Linie Orientierung. Konkret nimmt Fuchs folglich eine Einschränkung bei den Unterstützungsmodi vor, indem er eine Beschränkung auf die evaluative Orientierung vorschlägt. Diese kann als ein Prozess betrachtet werden, durch den bestimmte Modi von (evaluativen) Relationen zwischen Akteur und Objekten hergestellt werden, die maßgeblich durch die Kultur der jeweiligen Gesellschaft bereitgestellt würden. Die Handlungsorientierung teilt Fuchs ferner nicht in diffuse bzw. spezifische Orientierung, sondern in eine instrumentelle, eine expressive und eine moralische Handlungsorientierung auf. Ähnlich wie bei Easton liegt nach Fuchs dennoch instrumentelle Orientierung dann vor, wenn politische Autoritäten Demands konkret in Outputs transformieren. Die Zufriedenheit mit den Outputs ist somit auch als Effektivität der Autoritäten anzusehen, vgl. dazu McKinney & Carlin (2004: 21ff.). Während Fuchs (1989) also Eastons Dichotomie der Unterstützungsmodi erweiterte, verfeinerte Westle (1989: 51-72) hingegen die bestehenden Modi (um einen diffus-spezifischen und einen spezifisch-diffusen Unterstützungsmodus) und erweiterte vielmehr die Unterstützungsobjekte. Da in der vorliegenden Untersuchung jedoch der Fokus auf der Unterstützung politischer Akteure als einer der Unterstützung des politischen Systems vorgelagerten Einstellung liegt, ist die Anlehnung an die klassische Einteilung bzw. Operationalisierung Eastons ausreichend.

²¹ Anders hingegen stelle sich der Fall dar, wenn ein politisches System seine Unterstützung ausschließlich aus seinen Leistungen bezieht, also ein hohes Maß an spezifischer Unterstützung, aber im Grenzfall keine diffuse Unterstützung aufweist. Das System stehe vor der Gefahr, zu kollabieren, da fehlende Legitimitäts- und Vertrauenspotentiale eine negative Systemperformanzbewertung zur Folge hätten. Das Gegenteil wäre der Fall, würde dieses System über einen längeren Zeitraum eine hohe Wertschätzung im Leistungsbereich aufweisen, da es über sogenannte ‚spill-over‘-Effekte zur Herausbildung einer stabilen diffusen politischen Unterstützung kommen könne (vgl. Maier 2000: 28).

zwingend zu grundsätzlichen Zweifeln an der Form und Ausgestaltung des politischen Systems führen muss (Easton 1965: 288).²²

Die vorangehenden Ausführungen verdeutlichen, dass (1) die konkrete Bedeutung der Unterstützung des politischen Systems durch die Bürger darin liegt, dass politische (demokratische) Systeme nur dann legitimiert sind, wenn Unterstützung vorliegt (Makroebene) und dass (2) die spezifische Unterstützung der Amtsträger sowohl in ihrer Ausformung als auch in seinen Konsequenzen der diffusen Systemunterstützung vorgelagert ist (Mikroebene). Das Vorliegen von Support kann somit – trotz des systemischen Ansatzes – als normative Voraussetzung für das Überleben des politischen Systems angesehen werden (funktionale Stabilität des politischen Systems). Des Weiteren wurde argumentiert, dass Unterstützung durch repräsentatives Handeln begünstigt wird und nur für Entscheidungen existieren kann, die auf Grundlage von in das politische System eingespeisten gesellschaftlichen Anforderungen (Inputs, Demands) getroffen wurden. Wie sich der Input nun in das System einspeisen lässt, wird der folgende Abschnitt klären.

2.3 Policies, Issues, politische Sachfragen – Kernbereich des Politischen

Der systemtheoretische Ansatz, den Easton in seinem Modell der politischen Unterstützung wählt, bedarf eines Startpunkts, an dem eine praktische Analyse beginnen kann. Wie bei Easton selbst werden in der vorliegenden Arbeit Demands – als eigentlicher Input der Bürger in das politische System – als zentrale Variable angesehen, da es ohne ihre Wahrnehmung und Verarbeitung nicht bzw. nur erschwert möglich ist, entsprechend bindende Entscheidungen für die Gesellschaft zu treffen (Easton 1965: 48). Politische Systeme, in denen der Input gegen Null tendiert, hätten hingegen keine Grundlage mehr für eine Existenz und wären demnach nichts weiter als eine historische Anomalie. Nur durch kontinuierlichen Input ist es politischen Systemen möglich zu existieren, es ist gerade der Input, der die Arbeitsgrundlage für politische Autoritäten liefert: „Something has to spark a decision or action. It must take the form of a suggestion, proposal, invitation, or insistent and *voiced concern on someone's part for authoritative decisions or actions*“ (Easton 1965: 48; Hervorhebung durch die Autorin). Diese Ansprüche sollten „quite narrow, specific, and simple in its nature“ sein, „as when grievances and discontents, relevant to a given experience, are directly expressed“ (Easton 1965: 39). Demands müssen also konkret formuliert werden (Easton 1965: 39), damit sie effizient bearbeitet werden können.²³

Im Kern lässt sich der Bereich des Politischen – und damit die Arbeitsfelder politischer Akteure – in drei Dimensionen einteilen (vgl. dazu u.a. Jarren & Donges 2006; Palonen 2003): (1) polity, (2) politics und (3) policy.

²² Anders: das „Mikro-Makro-Puzzle“ nach Kaase (1986).

²³ Demands unterscheiden sich nach Easton zudem von Erwartungen, Motivationen, Ideologien, Interessen und Präferenzen. Vielmehr entwickeln sich Demands aus all diesen Faktoren und sind somit als Determinanten anzusehen. So interessieren sich Bürger beispielsweise für Umweltpolitik oder wünschen sich eine bessere Umweltbilanz, es lässt sich hieraus allerdings nicht zwangsläufig ableiten, dass die gleichen Bürger ganz konkret das Abschalten von Atomkraftwerken fordern oder nicht (=Demands), vgl. Easton (1965: 41ff.)

- (1) Die *polity* gibt den Rahmen des politischen Prozesses vor, also die Grundlagen, Regeln und Normen wie etwa Verfassungen – und befasst sich mit den Auswirkungen, die diese auf das politische Geschehen haben. Zwar können die Bedingungen der Polity grundsätzlich geändert werden und sie damit selbst Teil des politischen Entscheidungsprozesses werden, sie sind aber selbst dann in ihrer bisherigen Form verbindliche Prinzipien für die Ausgestaltung des politischen Prozesses. Oft werden sie als gegeben hingenommen und nicht näher erörtert – außer, es entfacht sich an ihnen ein politischer Streit, wie dies bei den amerikanischen Präsidentschaftswahlen im November 2000 der Fall war, als das System der Wahlmänner diskutiert wurde (Lettner 2010: 40) – oder in der Bundesrepublik Deutschland, als im Vorfeld der Bundestagswahlen 2013 das angewandte Wahlrecht durch das Bundesverfassungsgericht für verfassungswidrig erklärt wurde (Bundesverfassungsgericht 2014) oder selbiges im Vorfeld der Europawahlen 2014 die 3-Prozent-Hürde für den Einzug in das Europaparlament kippte (Bundesverfassungsgericht 2014).
- (2) Die Dimension der *politics* beschreibt den Prozess der Durchsetzung vereinbarter Ziele, bei der mehrere Akteure verschiedene Interessen verfolgen und etwa durch Gespräche, Verhandlungen, Mehrheitsentscheidungen und Kompromisse gepaart mit dem gezielten Einsatz von Macht ihr Ziel zu erreichen suchen: „Zu den Ressourcen der Durchsetzung politischer Ziele gehören vor allem soziale und wirtschaftliche Macht, Publizität, Prestige, Geld, Drohpotentiale, öffentlich wirksame Legitimationsgründe und, in der Mediendemokratie an vorrangiger Stelle, das verfügbare Mediencharisma der zentralen Akteure“ (Lettner 2010: 40).
- (3) Bei dem Begriff der *policy* geht es schließlich um die konkreten Inhalte eines politischen Systems, also die tatsächliche Ausgestaltung der Politik, die sich in den verschiedenen Ministerien ausdrückt. Dies kann verschiedene Bereiche wie zum Beispiel die Sozial- oder Wirtschaftspolitik betreffen. Befasst wird sich dabei mit Fragen, wie in diesem Bereich der Politik agiert wird, zum Beispiel welche Programme aufgestellt werden, wie diese finanziert bzw. durchgeführt werden, etc.

Policies, also politische Inhalte erarbeiten, präsentieren und durchführen, ist demnach der Kernbereich, in dem sich politische Akteure, beispielsweise als Abgeordnete oder als Mitglied der Regierung, bewegen. Wesentlich bleibt, dass nicht alle Demands befriedigt werden, sondern die politischen Entscheidungsträger nur für konkrete Inhalte sensibilisiert werden müssen: „Indeed, most differences in demands [...] are probably not negotiated through political means. Out of the enormous body of differences that members of a society may experience, the vast majority are satisfied privately by the persons involved“ (Easton 1965: 40). Politische Inhalte und somit konkrete politische Sachthemen repräsentieren somit auch die für den Bürger tatsächlich wahrnehmbaren Bereiche des Politischen und unterstreichen somit den besonderen Stellenwert im Unterstützungskonzept für politische Amtsträger ein.

2.4 Zwischenfazit

Das politische System ordnet gesellschaftliches Zusammenleben mit dem Ziel, dieses zu stabilisieren und dessen Funktionalität zu gewährleisten. Dadurch avanciert politische Unterstützung zur Legitimationsgrundlage für politisches Handeln. Für die Genese politischer Unterstützung durchläuft das System einen zirkulären Prozess, indem zunächst Bürger durch ihre Ansprüche Inputs in das politische System einspeisen. Die Aufgabe politischer Akteure ist es dann, diese Ansprüche zu antizipieren, zumindest aber wahrzunehmen und abzuwägen, um daraufhin gesellschaftlich bindende Entscheidungen treffen zu können. Medien fungieren hier als Vermittler von Informationen – sowohl vom Bürger an Politiker als auch von Politikern an den Bürger. Wesentlich dafür sind Fragen inhaltlicher Politik, also Policies, Issues, politische Sachfragen als Kernbereich des Politischen, weil diesbezüglich Ansprüche (Demands) auf Seiten der Bürger entstehen und sich daran anhand gesellschaftlich bindender Entscheidungen die Responsivität politischer Akteure messen lässt. Diese wiederum hat wesentlichen Anteil am Ausmaß politischer Unterstützung, so dass gerade durch diese Responsivität Aussagen über die Funktionalität des politischen Systems zulässig sind.

Es existieren somit drei wesentliche Akteure, die aus Sicht der Systemtheorie demokratische Systeme und damit gesellschaftliches Zusammenleben stabilisieren: (1) *Bürger*, die Anforderungen (Inputs) an das System stellen und anhand der Entscheidungen (Outputs), die (2) *Politiker* daraus ableiten, ein Urteil über Ausmaß oder Entzug von Unterstützung fällen. Die dazu notwendigen Informationen erhalten sie über (3) *mediale Akteure*, die den Informationsaustausch zwischen Bürgern und politischen Akteuren gewährleisten und dafür sorgen, dass Bürger auf Grundlage dieser Informationen rationale Wahlentscheidungen treffen können. Dies wiederum ist für politische Akteure notwendig, um politisch handeln zu können, da diese nur durch die Wahl ein Mandat für die Aufgabenwahrnehmung erhalten können. Damit wird deutlich, dass Funktionalität und damit Stabilität nur dann gegeben sein kann, wenn sich eine Mindestzahl an Akteuren jeder Gruppe in das System einbringt. Wird dieser Austauschprozess von allen Akteuren (in allen Prozessstufen) intensiv betrieben, ist es wahrscheinlich, dass die Unterstützung des politischen Systems als oberstes Ziel der Demokratie auf einer rationalen, aufgeklärten Grundlage steht.

In den folgenden Kapiteln werden daher diese drei Akteure näher betrachtet: der Bürger, da er gleichzeitig den Startpunkt (durch die Formulierung von Ansprüchen) und den Endpunkt politischer Prozesse (durch die Evaluation der Resultate jener Ansprüche) markiert; politische Akteure, da sie diejenigen sind, die den Auftrag inne haben (falls gewählt), diese Ansprüche zu antizipieren und in gesellschaftlich bindende Entscheidungen umwandeln sowie mediale Akteure, weil sie den Austausch zwischen Bürgern und politischen Akteuren gewährleisten und sowohl Bürger als auch Politiker über die inhaltliche Agenda des jeweils anderen Akteurs informieren. Im Besitz von Informationen über die Agenda der anderen Akteure zu sein ist demnach die ‚goldene Währung‘, um Unterstützung zu generieren (politische Akteure) und zum Ausdruck zu bringen (Bürger).

Unterstützung ist besonders relevant in Zeiten des Wahlkampfes, da hier einerseits erhöhte Aufmerksamkeit und Interesse seitens der Bürger besteht. Andererseits müssen politische Akteure besonders in dieser Phase ihre (potenzielle) Responsivität unter Beweis stellen, um Unterstüt-

zung für ihre eigene Agenda zu generieren. Ungeklärt blieb allerdings in den bisherigen Ausführungen, wie sich die Agenda der Akteure zusammensetzt, die – wie sich bereits andeutet – jeweils nach unterschiedlichen eigenen Motiven handeln, die der Genese von Unterstützung entgegenstehen können und somit ein gewisses Konfliktpotential in sich bergen. Dies ist auch deshalb entscheidend, weil im Kontext von TV-Duellen unterschiedliche Ziele und Motivationen der Akteure zu unterschiedlichen Effekten bezüglich der Agenden und letztlich bezüglich der Systemunterstützung seitens der Bürger führen können. Diese stehen demnach am Beginn systemtheoretischer Auseinandersetzungen.

Wahrnehmung und Umsetzung inhaltlicher Bürgeranforderungen (Demands) durch politische Amtsträger sind wesentlich für die funktionale Stabilität politischer Systeme. Dies setzt voraus, dass Bürger auch dazu imstande sind, Demands zu entwickeln und diese tatsächlich als Kalkül in ihre Wahlentscheidung mit einbeziehen.²⁴ Wie dieser Prozess abläuft (Themenstrukturierungsprozesse), welche Möglichkeiten zur Verfügung stehen, die Wahrnehmung und Umsetzung dieser Demands durch politische Amtsträger zu überprüfen (Evaluierung, Ausbildung (partei-)politischer Präferenzen), welche Konsequenzen (Wahl, Stabilität/Veränderung von Einstellungen) sich daraus ableiten, welche gruppenspezifischen Unterschiede dabei entstehen und letztlich: wie die (individuelle) Agenda der Bürger zustande kommt und auf welche wahlrelevanten Konstrukte die wahrgenommene Responsivität und erfolgreiche Persuasion politischer Akteure einen Einfluss auf die Unterstützung der Bürger haben kann, ist nun Gegenstand der folgenden Ausführungen.

²⁴ Während „Bürger“ grundsätzlich jedes Mitglied einer Gesellschaft meint, ist der „Wähler“ als der Teil der Gesellschaft mit Wahlberechtigung zu verstehen. Nachfolgend werden die beiden Termini jedoch auch synonym verwendet.

3. Der Bürger im Umfeld des politischen Systems in der Mediengesellschaft

„[D]er Einfluss von Sachfragenorientierung auf das Wahlverhalten [ist] eine notwendige Voraussetzung dafür [...], Wahlen als kollektive Entscheidungen über den politischen Kurs eines Gemeinwesens zu betrachten; mit anderen Worten: nur unter dieser Voraussetzung kann ein Wahlsieger einen Wählerauftrag oder ein Mandat für sich reklamieren, ganz bestimmte Policies zu verwirklichen“

Schoen & Weins (2014: 284)²⁵

Information, Teilhabe, Zustimmung und Meinungen einbringen gelten als Kern der politischen Partizipation durch den Bürger. Es wurde bereits festgehalten, dass die Wahl Grundvoraussetzung für die Besetzung politischer Ämter ist. Die Wahl, die getätigt wird, weil der einzelne Bürger in hinreichend großem Maße davon ausgehen kann, dass die eigenen Demands von dem zur Wahl stehenden Politiker antizipiert wurden und nach erfolgreicher Wahl Gegenstand der politischen Arbeit ist, kann entsprechend als Ausdruck spezifischer politischer Unterstützung gewertet werden. Welchen Stellenwert politische Sachfragen – beispielsweise im Vergleich zu politischen wie unpolitischen Eigenschaften eines Kandidaten – jedoch in Theorie und Praxis für den tatsächlichen Wahlakt haben, wird in der politikwissenschaftlichen Auseinandersetzung jedoch nach wie vor kontrovers diskutiert. Der folgende Abschnitt dient daher dazu, die in der deutschen Wahlforschung zumeist herangezogenen Erklärungsansätze für das Wahlverhalten mithilfe eines wahlsoziologischen Fokus' dahingehend zu überprüfen, inwieweit sie die Information über politische Inhalte und Themen als Steuerungsmerkmal des Wahlverhaltens – sowohl auf der Individual- als auch auf der Aggregatebene – berücksichtigen und welche Bedeutung sie diesen im Verhältnis zuweisen, um zu überprüfen, ob Themen tatsächlich für die Wahl eine Rolle spielen.

3.1 Zum Stellenwert politischer Sachfragen in Erklärungsmodellen des Wahlverhaltens

Zu diesen Theoriesträngen zählen die sozialstrukturellen Modelle der Forschergruppe um Lazarsfeld (1944), die auf der Individualebene den Zusammenhang zwischen sozialer Position und Wählerverhalten betrachten, und der historisch-makrosoziologische Cleavage-Ansatz von Lipset und Rokkan (1967) sowie das Rational-Choice-Konzept nach Downs (1957), die politische Sachfragen implizit berücksichtigen. Zudem existiert mit dem sozialpsychologischen Ann-Arbor- bzw.

²⁵ In Anlehnung an Kelley (1983), Campbell et al. (1954), Benney (1956) und Converse (1975).

Michigan-Ansatz (Campbell et al. 1954; Campbell et al. 1960) ein Wahlmodell, das politische Themenorientierungen explizit als wahlentscheidende Komponente benennt. Diese werden im Folgenden getrennt voneinander betrachtet und ihre Anwendbarkeit in der Analyse von Repräsentativität im Kontext der Untersuchung diskutiert.²⁶

3.1.1 Implizite Berücksichtigung politischer Sachfragen: Sozialstrukturelles und Rational-Choice-Modell

SOZIALSTURKTURELLE WAHLMODELLE

Sowohl im mikro- als auch im makrosoziologischen Wahlmodell stellen die Autoren zwar soziodemographische Merkmale als das Wahlverhalten erklärende Größe in den Fokus, dennoch spielen die politische Information und damit politische Themen auch eine entscheidende Rolle. Zwar lautet das Fazit der Autoren „[...] a person thinks, politically, as he is socially“ und „social characteristics determine political preference“ (Lazarsfeld et al. 1944: 27), allerdings verweisen sie auch darauf, dass für diesen Prozess Vermittlungsmechanismen notwendig sind, die diesen Zusammenhang von sozialer Position und Parteipräferenz erklären können. Es wird argumentiert, dass sich Personen in gleicher sozialer Lage in ihren Bedürfnissen und Interessen ähneln, was letztlich ähnliches Wahlverhalten begründet. Politische Präferenzen werden also über den persönlichen Kontakt geformt, durch den Austausch von Informationen von und über politische Themen (Lindenberg 1985: 100-102; Meckling 1976). Gelegentliche Kommunikation über politische Themen mit Meinungsführern innerhalb der Gruppe führt zu Parteipräferenzen, die das Wahlverhalten und die Wahlentscheidung²⁷ maßgeblich beeinflussen. Schoen (2014a: 174) stellt zu politischen Sachfragen zudem fest, dass diese innerhalb der Gruppe meist über Meinungsführer diskutiert würden, da diese über ein „ausgeprägtes politisches Interesse“ verfügen und daher politische Informationen besitzen sowie das nötige Vertrauen der übrigen Gruppenmitglieder, um diese mit ihren Informationen in politischen Fragen beeinflussen zu können. Kommunikation von und über politische Themen ist somit Gegenstand des mikrosoziologischen Wahlmodells.

Aus der Makroperspektive betrachtet ist es nach Lipset und Rokkan (1967) ebenfalls eine gewisse Gruppenzugehörigkeit, die das Wahlverhalten beeinflusst. Die Autoren beschreiben in ihrem Modell den Prozess, in dessen Rahmen sich im Laufe der Zeit in westeuropäischen Gesellschaften soziale Spaltungslinien entwickelt haben, entlang derer folglich die dazugehörigen Gruppeninteressen in der politischen Arena von Organisationen vertreten wurden, also von Gewerkschaften – oder Parteien (vgl. Kelley 1983).²⁸ Die Organisationen vertreten die Interessen ihres Bevöl-

²⁶ Zu dieser grundsätzlichen Fokussierung in der Wahlforschung vgl. u.a. Falter et al. (1990, 1990); Bürklin & Klein (1998); Gabriel & Keil (2014) sowie Rudi & Schoen (2014). Für einen Überblick der soziologischen Modelle vgl. Schoen (2014a), für den Rational-Choice-Ansatz vgl. Arzheimer & Schmitt (2014) und für das sozialpsychologische Modell vgl. Schoen & Weins (2014).

²⁷ Während das Wahlverhalten die Entscheidung meint, sich grundsätzlich an einer Wahl zu beteiligen, zielt die Wahlentscheidung darauf ab, für welche Partei sich der Wähler konkret entscheidet (sein „Kreuz“ macht).

²⁸ Zentral sind – im ersten Anlauf – die vier ursprünglichen Spaltungslinien *Zentrum-Peripherie*; *Kirche-Staat*; *Stadt-Land* und *Kapital-Arbeit*, klar definierbare Gruppen also, die sich entlang sozialer Konflikte voneinander abgrenzen können. Diese Cleavages sind mittlerweile veraltet und wurden zwischenzeitlich modernisiert, so dass man heute von einer groben Konfliktlinie zwischen *Materialisten versus Nichtma-*

kerungssegments in der politischen Arena, indem sie immer wieder Streitfragen auf die politische Tagesordnung setzen, die die Gruppenanliegen betreffen. Erfolgreich ist dieses Verhalten dann, wenn die Angehörigen einer Gruppe in ihren Organisationen die geeignete Vertretung ihrer Anliegen in der politischen Arena erkennen und bei Wahlen für ihre Partei stimmen, die auch vom Rest der Bevölkerung als Sachwalterin der Interessen einer bestimmten Gruppe wahrgenommen wird (siehe etwa Benney & Geiss 1950: 317-318; Butler & Stokes 1974: 81-91). Auch das makrosoziologisch ausgerichtete Cleavage-Modell benennt Kommunikation von und über politische Themen somit als eine zentrale Größe, um Wahlverhalten zu erklären.

RATIONAL-CHOICE-MODELL

Im ökonomischen Ansatz spielt die Information über politische Sachfragen ebenfalls eine entscheidende Rolle, denn politisches (Wahl-)Verhalten wird hier nur bei vollkommener Information hinreichend erklärt. Es wird unterstellt, dass es sich bei der Wahl um einen Markt handelt, auf dem politische Akteure Wählern die Umsetzung konkreter politischer Vorhaben zum Tausch anbieten und im Gegenzug mit Macht ausgestattet werden (können). Der Markt entspricht dabei einer demokratischen Grundordnung (Downs 1957: 23-24). Die Rationalität trifft auf jeden politischen Akteur zu, allerdings mit unterschiedlichen Zielen: während Politiker (und Parteien) ausschließlich nach Stimmenmaximierung, Regierungserhaltung oder -übernahme streben, versuchen hingegen Wähler, den nur für sie größtmöglichen Nutzen aus den Regierungstätigkeiten zu erzielen (vgl. Arzheimer & Schmitt 2014: 341). Für den Wähler bedeutet dies konkret, „ein möglichst hohes Nutzeneinkommen [...] aus den Entscheidungen der Regierung bezüglich einzelner Sachfragen (Issues), zu erzielen“ (Arzheimer & Schmitt 2014: 342; Downs 1957: 36). Wähler bedienen sich dabei unter der Maxime des Kosten-Nutzen-Kalküls in erster Linie retrospektiver Einschätzungen der bisherigen Leistung der (regierenden) politischen Akteure, da der Erwerb von Informationen über die künftige Ausgestaltung der Politik zum einen mit größerem Aufwand verbunden und zum anderen verhältnismäßig unzuverlässig ist (Fiorina 1981: 12-16, 66-68). Sonstige Wählerinteressen, die nicht auf politische Sachfragen abzielen, nehmen bei Downs keinen großen Stellenwert ein. Die leicht widerlegbare und zunächst als Schwachstelle zu bezeichnende Prämisse vollständiger Information stellt sich nach Downs (1957: 83) hingegen als Chance für alle beteiligten Akteure heraus, denn „[n]ur weil einzelne Gruppen und Wähler schlecht informiert sind, können Parteien, Interessengruppen und politische Unternehmer überhaupt Einfluß [sic!] auf diese Segmente der Wählerschaft ausüben“ (Arzheimer & Schmitt 2014: 346). Politische Sachfragen haben im Down'schen Sinne darüber hinaus – genau wie bei Easton – die Funktion der Unsicherheitskompensation: Arzheimer und Schmitt (2014: 346) fassen diesbezüglich zusammen, dass sich Phänomene wie die systematische Berücksichtigung von Interessenverbänden bei der politischen Willensbildung oder die Dezentralisierung politischer Prozesse so erklären lassen, dass Regierende in den meisten politischen Fragen dem Willen der Mehrheit entsprechen müssen, um wiedergewählt zu werden, sich aber meist im Unklaren darüber seien, was die Mehrheit im Einzelfall wünsche. Dafür seien sie auf Vermittler angewiesen, die in Kontakt

terialisten sprechen kann; vgl. dazu u.a. Inglehart (1987: 1340-1341); Inglehart und Flanagan (1990: 261) sowie Hellevik (1993).

mit bestimmten Wählergruppen stehen. Diese Vermittler könnten der Regierung dabei helfen, den Willen (die Demands) der Wahlberechtigten zu ermitteln.²⁹

Somit lässt sich festhalten, dass die Information über politische Sachfragen im Rational-Choice-Modell den entscheidenden Stellenwert für das Wahlverhalten einnimmt. Eine Schwachstelle lässt sich allerdings bezüglich der Klassifikation von Issues ausmachen, da das Rational-Choice-Modell nur auf Positionsissues (konfliktbehaftete Streitfragen) anwendbar ist, nicht aber auf Valenzissue (konsensorientierte Streitfragen).³⁰ Diesen Vorteil bietet im Gegensatz dazu der sozialpsychologische Ansatz, der im Folgenden näher betrachtet wird.

3.1.2 Explizite Berücksichtigung politischer Sachfragen: Sozialpsychologisches Modell

Während die sozialstrukturellen Wahlmodelle Wahlverhalten mit objektiven Umweltbedingungen oder sozialen Faktoren begründen, wurde von der Ann Arbor-Forschergruppe um Campbell et al. (1954; 1960) der zwischenzeitlich etablierte Versuch unternommen, die Einstellungen der Wähler als erklärende Variable heranzuziehen. Dabei rückten (1) die Identifikation mit einer politischen Partei, (2) die Einstellungen zu Persönlichkeitsmerkmalen der zur Wahl stehenden Kandidaten und schließlich (3) Einstellungen zu Sachfragen auf der entsprechenden Politikebene in den Fokus.³¹ Für ihren Ansatz stellen die Autoren die Annahme auf, dass die Wahlentscheidung für eine konkrete Partei dann am wahrscheinlichsten ist, wenn der Wähler eine entsprechende Parteiidentifikation aufweist und gleichermaßen mit dem zur Verfügung bzw. zur Wahl stehenden Kandidaten sympathisiert sowie eine ähnliche Sachfragenposition (sowie deren Lösung) aufweist. Ist das Gegenteil der Fall, sinkt die Wahrscheinlichkeit, eine konkrete Wahl zu treffen.

Im Gegensatz zu den sozialstrukturellen Modellen sowie dem Rational-Choice-Modell handelt es sich bei dem sozialpsychologischen Ansatz erstmalig um Modelle, die die Behandlung von Sachfragen ganz explizit als Erklärungsfaktor ausweisen und nicht implizit mitdenken. Während diese in der ursprünglichen Modifikation (Campbell et al. 1954) nur unter direktem Einfluss der Parteiidentifikation das Wahlverhalten prägen, wurde sowohl für die Kandidaten- als auch die Themenorientierung durch das revidierte Modell (Campbell et al. 1960) ein eigenständiger Einfluss postuliert, da die Parteiidentifikation fortan als „Destillat aller Ereignisse im Leben einer Person, die ihr Verhältnis zu einer politischen Partei beeinflusst haben“ (Schoen & Weins 2014: 251) im Modell berücksichtigt wurde. Damit gelingt es mithilfe des Ansatzes, auch kurzfristiges

²⁹ Damit verbunden ist nach Downs somit auch das Phänomen politischer Ideologien, die einen eigenen Einfluss auf den Wahlentscheid haben und von Wählern herangezogen werden, um Informationskosten zu sparen. Downs argumentiert hier, dass sich der Wähler dank politischer Ideologien, die parteispezifisch zugeordnet werden können, über einzelne Sachaussagen der Parteien nicht mehr informieren muss (Downs 1957: 246). Letztere müssten sich nach dieser Maxime konsistent und ihrer parteipolitischen Programmatik entsprechend vorhersagbar machen. Dies impliziert jedoch auch Wahlergebnisse, die nicht auf einem hinreichend substantiellen, sondern schlecht-informierten Konsens der Wähler beruhen (Downs 1957: 246); vgl. hierzu auch das Problem der rationalen Ignoranz, u.a. bei Arzheimer & Schmitt (2014).

³⁰ Zur ursprünglichen Einführung der Unterscheidung von Positions- und Valenzissues vgl. Stokes (1963).

³¹ Für eine Erweiterung des Modells um kurzfristige Kandidaten- und Parteiorientierungen in die vier Teildimensionen Themenkompetenz, Führungsqualitäten, Integrität und Persönlichkeitsmerkmale vgl. Brettschneider (2002c).

und wechselndes Wahlverhalten zu erklären (Stokes 1966), da es sich dabei um Merkmale handelt, die auf politisches Geschehen reagieren können und selbst nicht stabil sind. Eine Änderung der Sachfragenorientierung ermöglicht somit auch eine Änderung des Wahlentscheids. Schoen und Weins (2014: 254) schlussfolgern daraus, dass „dieses Modell wechselndes Wahlverhalten weniger als zielloses Fluktuieren und eher als gezielte Parteiwechsel erscheinen“ lässt. Die langfristig stabilste Einstellung des Modells bildet dabei die Parteiidentifikation, die nachfolgend näher betrachtet wird.

PARTEIIDENTIFIKATION

Die Parteibindung³², wie sie in gängigen Wahlanalysen operationalisiert und verwendet wird (Schoen & Weins 2014: 262), wurde unter herausragender Stellung im Ansatz der Michigan-School erstmalig als eindimensionales Konstrukt eingeführt. Ihr wird die langfristig stabilste Erklärungskraft zugewiesen, die die Wahrnehmung politischer Sachlagen erheblich beeinflusst. Der Grundstein für Parteibindungen wird bereits in der Familie gelegt und findet somit in der ersten Phase der politischen Sozialisation statt.³³ Identifiziert sich ein Bürger mit einer Partei, so nimmt er das Geschehen der politischen Umwelt *selektiv* wahr und zwar genau so, wie sie nach seiner Parteibindung vorteilhaft wäre (vgl. Mayer 2016: 23). Für die Bewertung der Lösungskompetenz bezüglich politischer Sachfragen und der Kandidatenorientierung hat dies zur Folge, dass die Einschätzung beider Komponenten durch die Wähler positiver ausfällt als die Bewertung des politischen Gegenlagers (vgl. Falter et al. 2000), aber auch *inhaltlich* stehen Wähler ‚ihrer‘ Partei in Positionssachfragen näher (Alt et al. 1976; Bartels 2002; Borre & Katz 1973; Falter 1977; Green et al. 2002; Jacoby 1988; Johnston & Pattie 1999).

Auch die *Stärke* der Parteibindung hat einen wesentlichen Effekt, denn je stärker sich der Wähler mit der von ihm präferierten Partei verbunden fühlt, desto eher meidet er Informationen, die die Wahrnehmung ‚seiner‘ Partei negativ beeinflussen könnten. Steht die Option der Vermeidung negativer Informationen nicht zur Verfügung, so werden diese häufig abgewertet oder deren Qualität und Aussagekraft angezweifelt, aber nicht zwangsläufig vollkommen negiert (Gerber & Green 1999; Green et al. 2002).³⁴ In diesem Sinne kann ein Einfluss (neuer; medienvermittelter) Informationen nicht gänzlich ausgeschlossen, aber als sehr gering eingeschätzt werden, wenn ihr Potential für eine mögliche Abkehr von Parteibindungen ermittelt werden soll. Eine Stärkung und Festigung der Parteiidentifikation ist hingegen viel eher anzunehmen, gerade in Phasen intensiver politischer Kommunikation wie beispielsweise in Wahlkämpfen (vgl. Franklin 1984; Schoen & Weins 2014: 268; Sears & Funk 1999; Sears & Valentino 1997).³⁵

Umgekehrt müssen Urteile über die Effekte der Stärke von Parteibindungen aber berücksichtigen, dass eine relativ schwach ausgeprägte Parteiidentifikation immer auch großes Effektpoten-

³² Parteiidentifikation und Parteibindung werden nachfolgend synonym verwendet.

³³ Darüber hinaus sind an dieser Stelle die weiteren Sozialisationsinstanzen, allen vorweg medial vermittelte Informationen, aber auch die Schule oder auch peer groups zu nennen, vgl. Beck & Jennings (1975).

³⁴ Vgl. dazu auch das handlungstheoretische Phänomen der kognitiven Dissonanz nach Festinger (1957).

³⁵ Ähnliches lässt sich im Frühjahr 2017 auch für die Wirkung von negativen Informationen in der US-amerikanischen Öffentlichkeit auf Anhänger des republikanischen Präsidenten, Donald Trump, erkennen, wie zahlreiche redaktionelle Beiträge der US-amerikanischen Presse belegen, vgl. u.a. Kolb (2017).

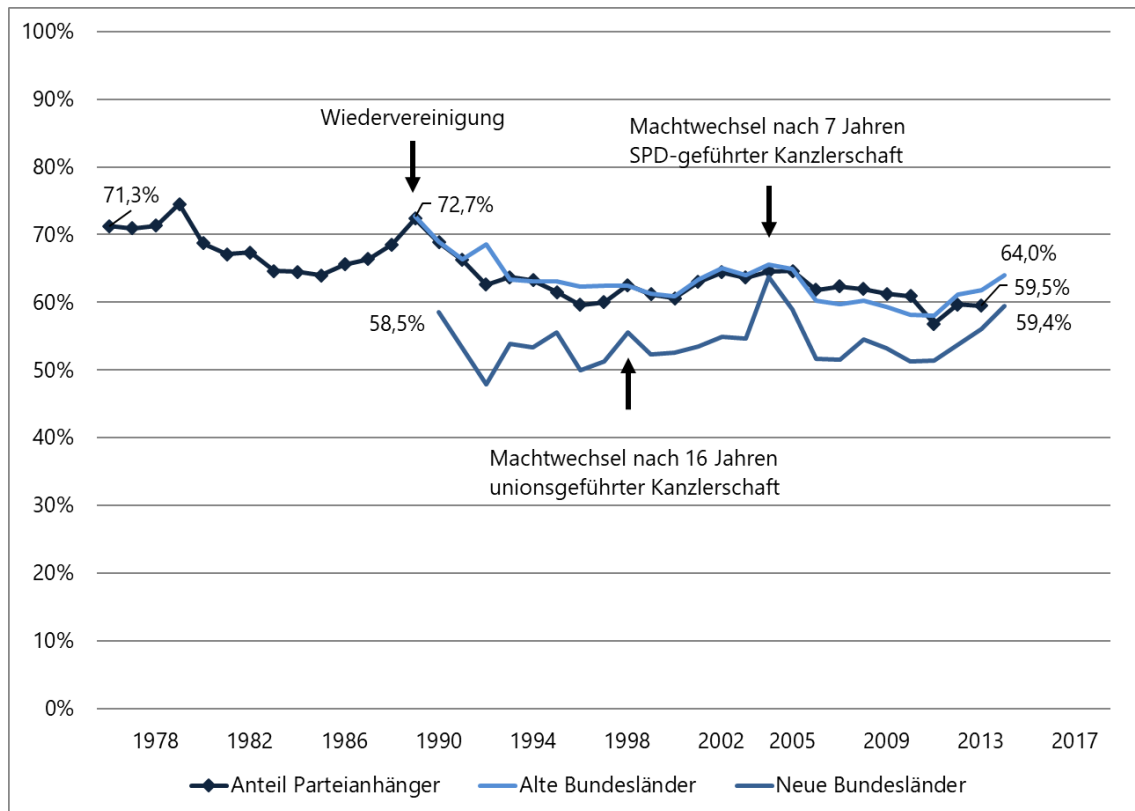
tial für momentane Eindrücke birgt. Je schwächer die Parteibindung ist, desto größer ist demnach die Wahrscheinlichkeit auch für Informationen empfänglich zu sein, die den Positionen der ‚eigenen‘ Partei widersprechen und diese in das Wahlkalkül mit einfließen zu lassen. Kommt es zur Wahl, so wird die Parteibindung letztlich als ‚standing decision‘ (Key & Munger 1959: 286; zitiert nach Schoen & Weins 2014: 275) gewertet, wie sich für zahlreiche Länder bestätigen ließ (Schoen & Weins 2014: 275): dies betrifft zum einen das Wahlverhalten und zum anderen auch die Wahlentscheidung. Liegt eine Parteibindung vor, so fördert das die tatsächliche Wahlbeteiligung, die dann meist zugunsten der Partei ausfällt, der sich der Wähler verbunden fühlt. In den Modellen der Michigan-Gruppe wird die Parteiidentifikation grundsätzlich als Bindung an eine Partei verstanden. Neuere Untersuchungen weisen jedoch darauf hin, dass gerade in Mehrparteiensystemen mit ideologischen Parteifamilien (befördert durch Koalitionsbildungen) multiple Einstellungen denkbar sind, die mehrfache, positive Parteibindungen fördern (vgl. dazu auch Garry 2007; Johnston 2006; Mayer 2016). Empirische Untersuchungen kommen diesen Entwicklungen insofern entgegen, als dass sie die Parteibindung nicht nur nach einzelnen Parteien, sondern nach Parteilagern modellieren. So werden beispielsweise für Analysen zu Wahlen in Deutschland das konservativ-liberale Lager der CDU/CSU und FDP, das linke Lager SPD, Grüne und Linke sowie das Lager der Ungebundenen, die keine Parteibindung aufweisen, gebildet (Brettschneider et al. 2006).³⁶ Gerade in parlamentarischen Systemen wie der Bundesrepublik Deutschland, in denen Stimmensplitting (Schoen 1998) eine moderate Wahlentscheidung darstellt, stellt dies ein theoretisch vertretbares Vorgehen dar.

Die Anzahl deutscher Bürger mit Parteibindung – analog zu der grenzüberschreitenden Entwicklung in zahlreichen Demokratien – entwickelt sich im Langzeitvergleich negativ (vgl. Abbildung 3). Diese Entwicklung wird vorrangig auf die Verbreitung der Massenmedien und die Bildungsexpansion zurückgeführt, die es einem wachsenden Anteil der Bürger ermöglicht, sich eigenständig zu informieren und die Parteibindung nicht mehr – ausschließlich – als Heuristik für Wahlverhalten und Wahlentscheid heranziehen zu müssen (Dalton 1984). Diese Entwicklung bleibt seit der Einführung und sich permanent ausbreitenden Verfügbarkeit des Internets und der häufig postulierten ‚Parallelöffentlichkeit‘ (Schweiger 2017), die sich in Form von ‚Informationsblasen‘ (Pariser 2011) und ‚Echokammern‘ (Lüthmann 2013) ausdrückt, bislang bestehen, wenngleich der Anteil von Parteianhängern in den letzten Jahren wieder leicht gestiegen ist.³⁷

³⁶ Inwieweit diese Lagerbildung in einer sich wandelnden Parteienlandschaft (aufgrund ideologischer Verschiebungen und Etablierung neuer Parteien) zukunftsfähig ist, bleibt abzuwarten; vgl. zu diesem Phänomen bereits Schumann & Schoen (2003) sowie auch Brettschneider et al. (2006).

³⁷ Als weitere Einflusskanäle, die das Dealignment befördern, seien für Deutschland zudem auch politische Skandale genannt.

Abbildung 3: Anteil der Parteianhänger in der Bundesrepublik Deutschland, 1977 bis 2015



Quelle: Datensätze Politbarometer; Parteianhänger Gesamtdeutschland: ZA2391 sowie alte Bundesländer und neue Bundesländer (ab 1991): ZA2102 (1991, West); ZA2114 (1991, Ost); ZA2275 (1992, West); ZA2287 (1992, Ost); ZA2378 (1993, West); ZA2390 (1993, Ost); ZA2546 (1994, West); ZA2559 (1994, Ost); ZA2765 (1995, West); ZA2777 (1995, Ost); ZA2894 (1996); ZA3045 (1997); ZA3160 (1998); ZA3261 (1999, West); ZA3262 (1999, Ost); ZA3425 (2000, West); ZA3426 (2000, Ost); ZA3554 (2001, West); ZA3555 (2001, Ost); ZA3849 (2002, West); ZA3850 (2002, Ost); ZA4004 (2003, West); ZA4003 (2003, Ost); ZA4224 (2004, West); ZA4223 (2004, Ost); ZA4259 (2005, West); ZA4258 (2005, Ost); ZA4551 (2006, West); ZA4550 (2006, Ost); ZA 4803 (2007, West); ZA4802 (2007, Ost); ZA5201 (2008, West); ZA5200 (2008, Ost); ZA5432 (2009, West); ZA5431 (2009, Ost); ZA5557 (2010, West); ZA5556 (2010, Ost); ZA5633 (2011, West); ZA5632 (2011, Ost); ZA5641 (2012); ZA5677 (2013); ZA5999 (2014); ZA6700 (2015); Angaben gewichtet nach je Datensatz integrierten Repräsentativgewichten; eigene Auswertung und Darstellung.

In Bezug auf instabile Wähler kommt die Wahlforschung allerdings wie bereits die Autoren der klassischen soziologischen Modelle zu dem Ergebnis, dass politische Involvierung einerseits und Parteibindungen, Einstellungshomogenität und -stabilität andererseits empirisch „Hand in Hand“ gehen (Schoen & Weins 2014: 254). Die Auseinandersetzung mit und das Interesse an inhaltlichen politischen Fragen führt zur Ausbildung stabiler Einstellungen. Umgekehrt bedeutet dies aber auch, dass es nahezu zwangsläufig dazu kommt, dass gerade die politisch wenig interessierten und kompetenten Wähler für Regierungswechsel sorgen. Vor allem diejenigen Bürger, die am wenigsten dafür geeignet scheinen, sind somit politisch besonders einflussreich. Die Autoren (Schoen & Weins 2014: 254) merken in diesem Zusammenhang zum Verhältnis der drei klassischen Erklärungsfaktoren einen weiteren Punkt an: Campbell et al. (1960: 169, 1960: 134)

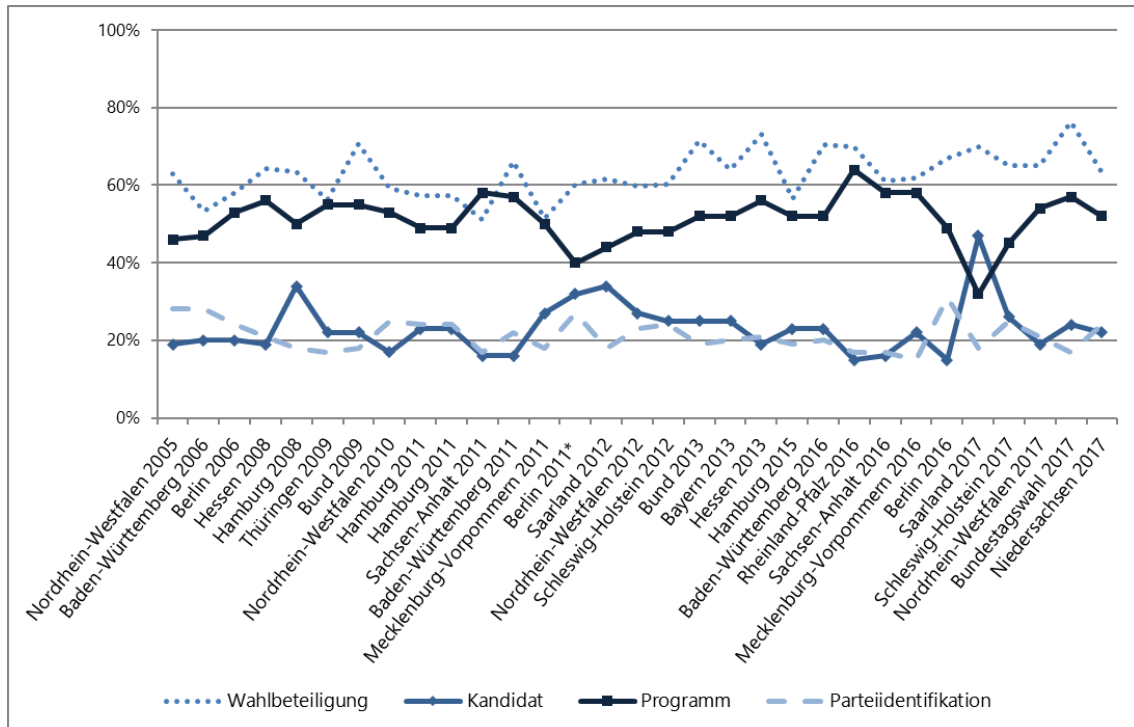
haben die Parteiidentifikation als langfristig stabile Einstellung den Issue- und Kandidatenorientierungen kausal und temporal vorgeordnet, allerdings üben einige Autoren, die die Stabilität der Parteiidentifikation anzweifeln (etwa Katz 1979), Kritik daran, Effekte der Parteibindung explizit zu berücksichtigen. So wird argumentiert, dass sich die Identifikation mit der Zeit abschwächt oder sogar in eine andere parteipolitische Richtung entwickeln kann, wenn Bürger regelmäßig mit dem programmatischen Angebot ihrer Partei unzufrieden sind. Darüber hinaus habe man in Zeiten des De-alignments davon auszugehen, dass die stärkere Erklärungskraft dieses Faktors in Zeiten, in denen sich die Zuordnung von Parteien und Policy-Positionen im Umbruch befindet, nachlässt, da unter solchen Bedingungen Sachfragen- und Kandidatenorientierungen ganz wesentlich zur Entstehung von Parteibindungen beitragen dürften und nicht andersherum (vgl. Beck 2007: 267, 2007: 256-258; Campbell et al. 1960: 215). Somit wird auch deutlich, dass das sozialpsychologische Wahlmodell nicht nur anhand des Vorliegens der entsprechenden Komponenten, sondern auch bei Abwesenheit über Erklärungskraft verfügt. Liegt also beispielweise keine Parteibindung vor, so weisen die kurzfristigen Komponenten Themen- und Kandidatenorientierung einen viel stärkeren Einfluss auf (Wattenberg 1991). Beispielhaft seien hier länger anhaltende Schwächen in der Lösung wirtschaftlicher Probleme genannt (Dalton & Rohrschneider 1990), aber auch eine anhaltende Wahrnehmung der inhaltlichen Annäherung der Parteien, die keine großen ideologischen Unterschiede zwischen den Parteien mehr erkennen lassen (vgl. Bathelt & Bytzek 2016; anders: Kercher & Brettschneider 2013: 278). Was jedoch mit dieser Entwicklung unverkennbar einhergeht, ist die Tatsache, dass – bei hohem Grad an Dealignment – der Anteil der Bürger ebenfalls hoch ist, die für Botschaften im Wahlkampf besonders stark und zeitlich betrachtet besonders lang empfänglich sind, da diese ihre Wahlentscheidung erst relativ spät treffen. Hier existiert also eine Wählergruppe, die besonderem Zuspruch bedarf und gleichermaßen überzeugt werden will und überzeugt werden sollte, um eine demokratisch legitimierte Regierung (weil die Zahl der Bürger, die gewählt haben, größer ist als die Gruppe der wahlberechtigten Nichtwähler) bilden zu können (Schoen & Weins 2014: 302). Diese Gruppe ist demnach empfänglicher für Einflüsse auf die individuelle Kandidaten- und Themenorientierung, die nachfolgend näher betrachtet werden.

KANDIDATENORIENTIERUNG

Jegliche Versuche politikwissenschaftlicher Auseinandersetzungen, Wahlverhalten aufgrund abnehmender Parteibindungen ausschließlich auf Themen- oder Kandidatenorientierung zurückzuführen, scheitern (Gabriel & Vetter 1998: 533). Trotz eines Überhangs von Untersuchungen zur These vom Bedeutungsgewinn issue-orientierten Wählens (Dalton & Wattenberg 1993) weisen Gabriel und Vetter zurecht darauf hin, dass sich repräsentative Demokratien sogar eher dazu eignen, „für vertrauenswürdig gehaltene Personen für eine begrenzte Zeit einen generalisierten Führungsauftrag zu erteilen, als dazu, über die Lösung spezifischer politischer Probleme zu entscheiden“ (Gabriel & Vetter 1998: 509). Somit sei kandidatenorientiertes Wählen ebenso wahrscheinlich wie themenorientiertes Wählen. Die Präsentation von Vorschlägen für die Lösung politischer Probleme ist zudem untrennbar mit politischen Kandidaten verbunden, die diese Lösungsvorschläge auch kommunizieren und das Vertrauen für die Bewältigung dieser Probleme vom Wähler erhalten (oder entzogen bekommen). Insofern lässt sich auch der häufig angeführte Kritikpunkt, Kandidatenorientierungen könnten in parlamentarischen Demokratien nicht

annähernd den gleichen Stellenwert für die Wahlentscheidung einnehmen wie in präsidentiellen Demokratien, einerseits teilweise entkräften. Die Bedeutung von Kandidaten in Wahlkämpfen, die sowohl Parteien der Ausrichtung von Wahlkämpfen beimessen, als auch die personalisierte Medienberichterstattung, trägt dieser Erkenntnis Rechnung (vgl. dazu auch Schoen 2014b). Ein langfristiger Bedeutungszuwachs der Kandidatenorientierung für die Wahlentscheidung kann aber nicht postuliert werden, wie u.a. Vetter und Gabriel (1998), aber vor allem Brettschneider (2002c: 176-188) und zusammenfassend Schoen und Weins (2014: 298) konstatieren. Auch die regelmäßig anlässlich von Landtagswahlen durch infratest dimap durchgeführten Befragungen, welche Rolle Kandidaten, Parteibindung und Programm der Parteien für die Wahlentscheidung spielen, widerlegen diese Annahme (vgl. Abbildung 4). So ist mit Blick auf die verfügbaren Daten für den Zeitraum 2005 bis zum Frühjahr 2017 der Anteil derjenigen, die den Kandidaten als wahlentscheidende Komponente benennen, grundsätzlich und unabhängig von Bundesland und Höhe der Wahlbeteiligung niedriger als der Anteil derjenigen, die das Programm der Parteien oder des Kandidaten als wichtigste Komponente für ihren Wahlentscheid benennen (Ausnahme: Saarland 2017).³⁸

³⁸ Ergänzend ließe sich die Frage zu stellen, ob bestimmte Bevölkerungsgruppen *eher themen- oder kandidatenorientiert* wählen bzw. welchen Stellenwert Sachfragen für die Kandidatenorientierung haben können und ob bzw. inwiefern diese Orientierung durch bestimmte Eigenschaften oder externe Einflüsse determiniert wird. Dieser Frage nähert sich die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung in erster Linie dadurch, dass Kandidatenurteile in unterschiedliche inhaltliche Dimensionen aufgeteilt werden, die den zur Wahl stehenden politischen Akteuren anhand konkreter Rollenerwartungen vom Wähler zugeschrieben werden. Ursprünglich für US-Präsidentenwahlen festgestellt (vgl. etwa Kinder et al. (1980); Kinder (1986); Miller & Shanks (1996); Shanks & Miller (1991)), wird die Kandidatenorientierung für empirische Analysen konkret in vier Teildimensionen operationalisiert, die üblicherweise den zwei Kategorien rollennaher und rollenferner Kandidateneigenschaften zugeordnet werden (für das politische System der Bundesrepublik Deutschland vgl. Brettschneider (1998, 2001, 2002c), Kepplinger et al. (1994a, 1994b, 1994c), Klein & Ohr (2000, 2001), Lass (1995); Schumann (2001); Vetter & Brettschneider (1998)). Zu letzteren werden die Integrität und Persönlichkeitsmerkmale gezählt, die der Wähler politischen Akteuren zuschreibt. Die zweite Kategorie der rollennahen Eigenschaften ermöglicht hingegen die konkrete Verknüpfung von Kandidatenbewertungen mit den politischen Eigenschaften des Kandidaten. Konkret werden hier die politische Kompetenz sowie die Führungsqualitäten des Politikers bewertet, die sich etwa aus einer Einschätzung der Fähigkeit und Eignung des Politikers speisen, konkrete politische Probleme entsprechend kompetent lösen zu können. Dass sich die einzelnen Komponenten des sozialpsychologischen Ansatzes gegenseitig bedingen, ist auch wesentlicher Bestandteil der Erweiterung des Modells durch Brettschneider (2002c). Diese Erweiterung beinhaltet im Wesentlichen die Unterscheidung zwischen Kandidaten- und Parteienorientierung. Sachfragen werden in dem modifizierten Modell nicht mehr eigenständig berücksichtigt, sondern finden durch die Untergliederung der Kandidaten- und Parteienorientierung in vier Teildimensionen Eingang in das Modell, die den Dimensionen rollennaher und rollenferner Eigenschaften zugewiesen werden. So schlägt Brettschneider vor, sowohl Kandidaten als auch Parteien anhand ihrer Führungskompetenz, ihrer Integrität sowie ihrer unpolitischen Eigenschaften und schließlich ihrer Themenkompetenz entsprechend zu bewerten. Für weitere Belege der Ausdifferenzierung der beiden Dimensionen rollennaher und rollenferner Eigenschaften vgl. etwa auch Bean & Mughan (1989); Hellweg (1995); Lass (1995); Lau (1986); Miller et al. (1986); Pancer et al. (1999) bzw. im Kontext von TV-Duellen Maier & Faas (2003), Maurer & Reinemann (2003, 2007).

Abbildung 4: Wahlbeteiligung und wahlentscheidende Komponenten im Vergleich

Quelle: infratest dimap (verfügbar unter <http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen> und <https://wahl.tagesschau.de>, letzter Zugriff: 28.02.2018). Dargestellt werden Wahlen mit vorangegangenen TV-Duell; eigene Auswertung und Darstellung.³⁹

Mit den vorangegangenen Ausführungen wurde deutlich, dass sich im vergangenen Jahrhundert verschiedene Erklärungsansätze für Wahlverhalten entwickelt haben, in denen Sachfragen ein unterschiedlicher Stellenwert zugeschrieben wird. Es wurde bereits angedeutet, dass die einzelnen Komponenten jedoch auch bzw. nicht nur über eigenständige Erklärungskraft verfügen, sondern sich auch wechselseitig beeinflussen. Für die vorliegende Untersuchung bildet die explizite Berücksichtigung politischer Sachfragen im sozialpsychologischen Ansatz jedoch den entscheidenden Unterschied zu den sozialstrukturellen Modellen und dem ökonomischen Ansatz, um in den weiteren Ausführungen stärker beachtet zu werden.⁴⁰ Darüber hinaus ist auch die von

³⁹ Lesehilfe: Die Bedeutung von Sachfragen für den Wahlentscheid nimmt – gemessen an den über infratest dimap verfügbaren Daten im Untersuchungszeitraum – in Relation zur Kandidatenorientierung nicht ab, sondern ist grundsätzlich größer als die Bedeutung der jeweils zur Wahl stehenden Kandidaten. Darüber hinaus wird deutlich, dass die Kandidatenorientierung nicht per se zunimmt, sondern ebenfalls stark schwankt. Für die Wahl in Berlin 2011 (BER11) und 2016 (BER16), Rheinland-Pfalz 2016 (RLP); Saarland 2017 (SL) und Schleswig-Holstein 2017 (SH) gilt: hier wurde die Bedeutung der einzelnen Komponenten nur abhängig von der Parteiidentifikation der Befragten abgefragt; ausgewiesen wird der niedrigste Wert für die Bedeutung von Themen (Themenorientierung BER11: 32%; BER16: 49%; RLP: 64%; SL: 32%; SH: 45%; höchste Werte Themenorientierung: BER11: 82%; BER16: 72%; RLP16: 72%; SL: 44%; SH: 77%). Quelle: infratest dimap, verfügbar unter <http://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen> und <https://wahl.tagesschau.de/wahlen>; letzter Zugriff: 03.03.2018).

⁴⁰ Für einen umfassenden Einstieg in die lang anhaltende Kontroverse der Wahlsoziologie, in der Verfechter des räumlichen bzw. des Distanzmodells über die stärkere Erklärungskraft diskutieren, vgl. u.a. Enelow et al. (1988), Enelow & Hinich (1982, 1984), Krämer (1996); Krämer & Rattinger (1997); Listhaug et al.

Campbell et al. (1960: 31) eingebrachte Erweiterung relevant, dass politische Einstellungen generell durch Faktoren geprägt werden, die für Wahlentscheidungen relevant sind und als politisch wahrgenommen werden. Hierzu sind die interpersonale, vor allem aber die massenmediale Kommunikation zu zählen, da diese entscheidenden Anteil daran haben, „daß [sic!] etliche Ereignisse überhaupt wahrgenommen werden“ (Schoen & Weins 2014: 249). Dies biete nach Schoen und Weins den entscheidenden Ansatzpunkt, um die Rolle massenmedialer Kommunikation bei Wahlentscheidungen zu untersuchen. Zusammengefasst geht der Ansatz somit von folgenden Annahmen aus:

Der sozialpsychologische Ansatz impliziert...

- (1) Bei Vorliegen einer Parteiidentifikation: die parteipolitisch gefärbte Wahrnehmung von Themen (und Kandidaten),
- (2) Bei Fehlen einer Parteiidentifikation: eine *größere* Aufgeklärtheit der Wähler über Themen (und Kandidaten),
- (3) den Auftrag an die Kandidaten, den Wähler über die eigenen Themen (und über sich selbst) zu informieren und
- (4) den Auftrag an die Medien, über Themen (und Kandidaten) zu informieren – erst recht bei fehlenden Parteibindungen.

Während die parteipolitisch gefärbte Wahrnehmung von Themen (und Kandidaten) sowie eine zu einem Mindestmaß vorhandene Aufgeklärtheit der Wähler über Themen (und Kandidaten) sich vorrangig auf den Wähler selbst beziehen (Implikation 1 und 2), formulieren die weiteren Implikationen einen gewissen demokratietheoretischen Auftrag an Politiker, die gewählt werden wollen (Implikation 3) sowie an die Medien (Implikation 4). Die nachfolgenden Ausführungen werden daher zunächst die Mechanismen darstellen, die sowohl Wahrnehmung als auch Verarbeitung von Themen wählerseitig steuern, bevor im anschließenden Kapitel 4 erläutert wird, welche Möglichkeiten Kandidaten und Medien zur Verfügung stehen, den an sie gerichteten Auftrag zu erfüllen und inwieweit sie diesen tatsächlich erfüllen.

THEMENORIENTIERUNGEN

Nachdem festgestellt wurde, dass – neben der Parteiloyalität und Kandidatenorientierung – gesellschaftliche Inputs einen wesentlichen Stellenwert für die Stabilität demokratischer Systeme und somit einen wesentlichen Einfluss auf die Wahlentscheidungen haben, wird im Folgenden näher betrachtet, wie diese gesellschaftlichen Demands aus Wählersicht gebildet und beeinflusst werden können.

In der politik- wie auch der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung besteht seit Jahrzehnten darüber Einigkeit, dass der Kontakt mit bzw. Austausch von Informationen zwischen Bürgern und politischen Amtsträgern weniger direkt, sondern vielmehr indirekt und zwar medial vermittelt wird (vgl. dazu auch Luhmann 1996: 9). Informationsbeschaffung in modernen westlichen Gesellschaften findet somit hauptsächlich über mediale Formate statt. Auch bezüglich der

(1994); Macdonald et al. (1999); Poole & Rosenthal (1984); Rabinowitz et al. (1982); Rabinowitz & Macdonald (1989); Westholm (1997).

anschließenden Meinungsbildung lässt sich festhalten, dass diese im Wesentlichen aufgrund zuvor vollzogener Mediennutzung und dadurch konsumierte Medieninhalte stattfindet.⁴¹

Trotz der gerade im Zuge der vergangenen Wahlkämpfe – sowohl bezogen auf die in der Bundesrepublik Deutschland im Laufe der derzeitigen Legislaturperiode des Deutschen Bundestags stattgefundenen Wahlen auf Landesebene als auch auf der Bundesebene – verstärkten Zuwendung der Wähler zu sozialen Medien und Netzwerken als Informationsquelle (Schweiger 2017) ist es nach wie vor die Medienberichterstattung des Fernsehens, die den weitaus größten Stellenwert für das Beziehen politischer Informationen einnimmt (Zubayr & Heinz 2016: 147): das Fernsehen als Quelle für tagesaktuelle Informationen hat nichts von seiner Bedeutung verloren. Bürger schalten die Hauptnachrichtensendungen noch immer in vergleichsweise ähnlich hohem Umfang ein, was auch darin begründet liegt, dass der Fernsehberichterstattung im medieninternen Vergleich noch immer die größte Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird (Gabriel et al. 2015: 204; Schulz 2011: 26). Und auch im längerfristigen, zwei Jahrzehnte umfassenden Vergleich lässt sich konstatieren, dass – trotz aller zusätzlich zur Verfügung stehender Informationsquellen – das Bedürfnis, sich im Fernsehen täglich zu einem fixen Zeitpunkt über den letzten Stand der Dinge zu informieren, immer noch sehr groß ist (Zubayr & Heinz 2016: 147).⁴² Wie Bürger individuell mit den durch Medienberichterstattung konsumierten Themenfeldern umgehen, welchen Einfluss diese auf ihre Einstellungen sowie Präferenzen haben und welche Unterschiede sich für die individuellen Themenstrukturierungsprozesse im Vergleich zu gesellschaftlichen Prozessen dieser Art ergeben, verdeutlichen die nachfolgenden Ausführungen.

Issues und Sachfragen – eine wählerorientierte Klassifikation

In der politikwissenschaftlichen Auseinandersetzung finden sich verschiedene Definitionen zum Terminus der politischen Sachfrage, deren gemeinsamer Kern strittige Fragen zu Policies bilden. Während Berelson et al. (1954: 182-184) grundsätzlich alle Streitfragen unter dem Begriff ‚issue‘ subsumieren, fassen Campbell et al. (1954: 112; 1960: 168f.) ‚issues‘ konkreter, indem sie sie ausschließlich auf politische Sachfragen beziehen, die nur staatliche Policies zum Gegenstand haben. In diesem Sinne ist folglich auch eine gängige Strukturierung von Policies zu sehen, die sich in Form der verschiedenen Ministerien in Bund und Landesparlamenten Ausdruck verschafft, an deren Existenz sich auch die gesamtgesellschaftliche Bedeutung verschiedener Policygebiete im Zeitverlauf ablesen lässt. So sind die klassischen Ministerien der Finanzen, der Justiz, des Inneren oder der Verteidigung seit Gründung der Bundesrepublik durch Verankerung im Grundgesetz obligatorisch Bestandteil des Ministerienrepertoires, während sich andere eigenständige oder Unterressorts – wie beispielsweise das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur oder das Bundesministerium für Landwirtschaft und Entwicklung – je nach

⁴¹ Diese Feststellung ignoriert nicht, dass – wie bereits angedeutet – Medienberichterstattung nur ein Faktor unter vielen ist, die einen Einfluss auf persönliche Einstellungen und Meinungsbildung ist. Exemplarisch sei hier vor allem die interpersonale (Anschluss-)Kommunikation mit Personen aus dem persönlichen Umfeld genannt; vgl. dazu u.a. Porten-Cheé (2017). Vielmehr soll verdeutlicht werden, dass Medienberichterstattung den Ausgangspunkt für die Bildung, die Stabilisierung und/oder Veränderung von Einstellungen bildet.

⁴² Dies ist besonders im Zuge der eingangs erwähnten Debatte um die 2016 begrifflich definierte *Postfaktizität*, die Differenz also zwischen objektiven Fakten und subjektiver Wahrnehmung, von Bedeutung.

Regierung und Legislaturperiode neu bilden, umstrukturiert oder abgeschafft werden können. Insofern ist davon auszugehen, dass es politische Sachfragen gibt, die grundsätzlich im gesellschaftlichen Bewusstsein vorhanden sind, da sie in unterschiedlicher Breite jeden Bürger betreffen, während sich andere Policies nur auf Teilpublika beziehen und somit nicht zwangsläufig im Bewusstsein aller Bürger verankert sind. Im Gegenzug erscheint gerade die legislaturspezifische Bildung einzelner Ministerien eine konkrete Reaktion auf die Bedürfnisse der Gesellschaft zu sein, die zum einen verstärkt den Bedürfnissen einzelner Teilpublika entsprechen und zudem durch ihren temporären Charakter dazu in der Lage sind, auch kurzfristig lösbare Bedürfnisse widerzuspiegeln. Darüber hinaus wird diese Struktur auch regional diversen Ansprüchen gerecht, die auf föderal vergleichender Ebene in der unterschiedlichen Ausgestaltung der Landesministerien ihren Ausdruck finden. Klassischerweise lassen sich hier bereits Unterschiede in der Wählerschaft ausmachen, etwa danach, welche Wählergruppe welchen Policies konkretere Beachtung schenkt. So wird ein konservativ eingestellter Bürger Fragen zur inneren Sicherheit mehr Beachtung schenken, während sozialliberale Bürger Fragen der sozialen Gerechtigkeit mehr Bedeutung beimessen. Grundsätzlich soll festgehalten werden, dass es sich im Easton'schen Sinne bei Demands um Fragen und Einstellungen der Bürger zu Policies handelt, zu denen gesetzlich und damit gesellschaftlich bindende Entscheidungen getroffen werden können.⁴³

Darüber hinaus lassen sich wie bei Roller (1998) bei Verknüpfung politischer Sachfragen mit ihrem Bedeutungsgehalt für den Wahlentscheid positions- und performanzbasierte Sachfragen unterscheiden. Während *positionsbasierte Sachfragen* eher zukunftsorientierten Charakter haben und die Wahlentscheidung auf Grundlage der von politischen Akteuren angekündigten politischen Plänen getroffen wird, werden *performanzbasierte Sachfragen* evaluativ für den Wahlentscheid herangezogen, indem die geleisteten Lösungsalternativen für Sachfragen in der Vergangenheit bewertet und in die Wahlentscheidung umgesetzt werden. Wähler bringen mit diesen unterschiedlichen Wahlkalkülen verschiedene Implikationen zum Ausdruck: aus einem positionsbasierten Schwerpunkt innerhalb des Wahlentscheids übertragen Wähler politischen Akteuren ein inhaltliches Mandat, die entsprechenden politischen Probleme zu bearbeiten, wohingegen sie mit einem performanzbasiertem Schwerpunkt – je nach Wahlausgang – politische Akteure für die bisher angebotenen Lösungsalternativen politischer Sachfragen bestrafen oder belohnen (Roller 1998: 173; Schoen & Weins 2014: 286). Hieran knüpft eine weitere Klassifikati-

⁴³ Aus diesem Grunde werden in der vorliegenden Analyse nur Policies berücksichtigt, da etwa aus der Einordnung von Problemen mit Normen und Werten üblicherweise keine spezifischen Ministerien gebildet werden, die sich der Lösung dieser Probleme annehmen. Welche Bedeutung dies für die Operationalisierung dieser Arbeit hat, wird in Kapitel 7 diskutiert. Neben der generellen Festlegung, *welche* Policies im politischen Betrieb und Regierungshandeln für welche Wählergruppe eine Rolle spielen, bezieht sich eine weitere, zuvor bereits kurz angedeutete Unterscheidung (vgl. Kapitel 3.1.1) auf die *inhaltliche Kategorisierung von Issues* in Positions- und Valenzissues. *Valenzissues* sind meist relativ vage gefasst und scheinen eher dazu in der Lage zu sein, einen Konsens unter Wählern und politischen Akteuren zu generieren. So ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich zu Aussagen wie „Die Rente muss sicher sein“ oder „Die Arbeitslosigkeit sollte gering sein“ gegenteilige Haltungen – gleichermaßen unter Wählerschaft wie politischen Akteuren – herausbilden, relativ gering; vgl. dazu Gordon & Miller (2004: 72). Das Gegenteil ist bei Positionsissues der Fall, die politische Sachfragen konkreter bemessen und häufig konfliktbehaftet sind. So kann durch die Festlegung der konkreten Rentenfinanzierung beispielsweise relativ schnell politischer Streit entstehen, der in unterschiedlichen Bewertungen der Wähler mündet – je nachdem, wer von finanziellen Kürzungen (stärker) betroffen ist, die die Höhe und kontinuierliche Gewährleistung monatlicher Rentenauszahlung sichern soll.

on von Einstellungen zu politischen Sachfragen an. Roller (1998: 178) nimmt hierzu mit Bezug auf die generelle Policy-Forschung an, dass Wähler Einstellungen zu drei Policy-Aspekten ausbilden:

- (1) Ziele/Zustände, die durch politisches Handeln erreicht werden sollen, beispielsweise Zustimmung zu Vollbeschäftigung,
- (2) Mittel/Instrumente, mit denen diese Ziele realisiert werden sollen, beispielsweise Ablehnung staatlicher Eingriffe in den Markt
- (3) Folge/Resultate, die aus den Zielen entstehen, beispielweise positive Bewertung der Zielerreichung (bei Eintreten von Vollbeschäftigung).

Während Wähler Ziele (1) und Mittel (2) als Positionen bewerten und diese somit prospektiven Charakter haben, zielen ihre Einstellungen zu Folgen und Resultaten (3) konkreter Policies hingegen auf performanzbasierte Leistungen mit retrospektiver Färbung ab. Dass Wähler politische Sachfragen in ihr Wahlkalkül mit einbeziehen, setzt jedoch auch voraus, dass diese dazu in der Lage sind, *konkrete* Issues zu antizipieren, Positionen dazu zu entwickeln und diese in die politische Öffentlichkeit zu transportieren. Inwiefern ihnen dies möglich ist und welche weiteren Aspekte hier eine Rolle spielen, wird in folgendem Abschnitt erläutert.

Ausbildung von Sachfragenorientierungen als Bedingung für die Unterstützung des politischen Systems

Bürger verfügen grundsätzlich über eine intrinsische Motivation, sich über ihre physische und mentale Umgebung zu informieren und sich mit dieser vertraut zu machen (Lasswell 1948: 38). Dies kann prinzipiell auch auf Informationen und Nachrichten zutreffen, die sich auf das politische Geschehen beziehen (McCombs & Weaver 1973). Definitorisch unterscheiden die Autoren zwei Faktoren: die Relevanz von Informationen und den Grad an Unsicherheit bezogen auf das Thema der Nachricht. Da durch die Berichterstattung der Massenmedien politische Informationen relativ leicht zu beschaffen sind (Weaver 2016), wurden drei verschiedene Ebenen (levels) für das Bedürfnis nach Orientierung konstruiert, die sich auf die Relevanz der Information beziehen: (1) hohe Relevanz und hohe Unsicherheit resultieren in hohem Orientierungsbedürfnis, (2) hohe Relevanz und wenig Unsicherheit resultieren in einem moderat ausgeprägten Informationsbedürfnis und (3) geringe Relevanz- und Unsicherheitsniveaus resultieren in einem niedrigen Orientierungsbedürfnis (McCombs & Weaver 1973). Wenn politische Wahlen – im Einklang mit Eastons Ansatz politischer Unterstützung – nun als kollektive Entscheidungen über den politischen, inhaltlichen Kurs einer Gesellschaft definiert werden, ist es jedoch eine Grundvoraussetzung, dass Bürger issue-orientiert wählen (Benney et al. 1956; Campbell et al. 1954; Converse 1975; Dahl 1990; Kelley 1983; McDonald et al. 2004), was zugleich ein Orientierungsbedürfnis voraussetzt. Dies wiederum setzt einen mehrstufigen kognitiven Prozess voraus, den Wähler durchlaufen müssen, bevor sie überhaupt eine sachfragenorientierte Wahlentscheidung treffen können. Dazu zählen (vgl. dazu auch Campbell et al. 1954: 112-113 sowie Schoen & Weins 2014: 287-288):

(1) <i>Issue Familiarity:</i>	Kenntnisnahme einer Sachfrage/ eines Issues
(2) <i>Intensity of Issue Opinion:</i>	Zuschreibung einer (persönlichen) Bedeutung / Meinungsbildung,
(3) <i>Sensitivity of Party Issue Positions:</i>	Wahrnehmung von Unterschieden zwischen Parteien/Kandidaten
(4) <i>Party Issue Position Rating:</i>	Bewertung der unterschiedlichen Sachfragen-/Issuepositionen
(5) <i>Issue Voting Decision:</i>	Wahlentscheidung auf Basis der Sachfrage(n)/Issues

Issues können demnach nur dann wahlrelevanten Einfluss haben, sofern sie (1) von den Bürgern überhaupt wahrgenommen und ihnen (2) eine gewisse persönliche Bedeutung zugeschrieben wird. Die Wahl für eine bestimmte Partei setzt zudem weiterhin voraus, dass Bürger (3) Unterschiede zwischen den inhaltlichen Angeboten einer Partei (bzw. eines Kandidaten) erkennen und diese (4) der Wahl entsprechend bewerten, was zudem darin münden sollte, der Position der Partei eine größere und damit wahlrelevantere Bedeutung beimessen als der Position anderer Parteien. Erst dann kann (5) der Wahlentscheid erfolgen.

Wesentlich für die Ausgestaltung einer individuellen Einschätzung der wichtigsten politischen Probleme ist – neben dem persönlichen Umfeld und den dort befindlichen Meinungsführern (vgl. Eichhorn 2005: 31) – in erster Linie die massenmediale Berichterstattung, die die Einschätzung der einzelnen Wähler (*Mikroebene der Themenstrukturierungsprozesse*), aber auch die der Gesellschaft als politische Gemeinschaft insgesamt (*Makroebene der Themenstrukturierungsprozesse*) beeinflusst. Eine bewährte Klassifizierung stellt die Einteilung in unterschiedliche Effektebenen dar (vgl. DeGeorge 1981; McCombs 1977). Dazu zählen (1) das *Awareness-Modell*, nach dem die Betonung von Themen in der Medienberichterstattung dazu führt, dass ein Rezipient auf eben diese Themen aufmerksam gemacht wird, (2) das *Saliency-Modell*, das eine wachsende Bedeutungszuschreibung unterstellt, je häufiger über ein Thema in den Medien berichtet wird sowie (3) das *Priorities-Modell*, nach dem der Rezipient auch die Reihenfolge der Wichtigkeit, in der Themen in den Medien behandelt werden, übernimmt. Neben dieser trivial anmutenden, aber dank einer Vielzahl von Studien überzeugenden Modellierung existieren für die individuelle Entwicklung von Themenagenden jedoch eine Reihe an Variablen, die intervenierend auf den Themenstrukturierungsprozess einwirken und somit auch im weiteren Sinne die psychologischen Prozesse berücksichtigen, denen derartige Strukturierungsprozesse unterliegen. Diese werden nun im Folgenden vorgestellt und eingeordnet.⁴⁴

Mit der Feststellung, dass Medien die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf bestimmte Themen lenken, können zunächst ein sozialer und ein psychologischer Prozess gemeint sein (Eichhorn 2005: 14ff.), wobei bei ersterem die Aufmerksamkeit des Publikums durch die Themenstruktur der Medien gelenkt wird. Der individuelle, psychologische Prozess hingegen hat sich dann voll-

⁴⁴ Dieser Schritt ist auch deshalb notwendig, um konkrete Annahmen darüber treffen zu können, welche Wählergruppen (vor Wahlen) welche Themen für wichtig erachten und welche Rolle (gesichertes) Wissen darüber für die Vorhersagbarkeit und strategische Ausrichtung von Kandidaten für das TV-Duell spielt.

zogen, wenn sich bei den Rezipienten die gleiche Themenpräferenz nachweisen lässt wie in den Medien, die zuvor konsumiert wurden (McCombs 1981, 1981; Weaver 1984, 1984).

Im nachfolgenden Abschnitt wird zunächst der Versuch unternommen, die Variablen nachzuzeichnen, die die individuelle Themenagenda maßgeblich *bestimmen* – immer unter dem Postulat, dass medial vermittelte Inhalte den größten Einfluss auf die individuelle wie gesellschaftliche Themenstrukturierung haben. Erst danach wird skizziert, inwiefern medial konsumierte Inhalte – in Abhängigkeit bestimmter politischer Einstellungen wie der Parteiidentifikation – die individuelle Wähleragenda *verändern* können. Schon McCombs und Shaw (1972) haben in ihrer Vorreiterstudie zur Agenda-Setting-Forschung intervenierende Variablen eingeschlossen, indem sie sich in ihrem Sample auf unentschlossene Wähler beschränkt haben. In der Weiterentwicklung und weiteren Forschung zu Agenda-Setting-Effekten sind darüber hinaus einige weitere intervenierende Faktoren berücksichtigt worden, die sich als (1) Eigenschaften und Umwelt der Rezipienten, (2) Eigenschaften der Themen und (3) Eigenschaften der (konsumierten) Medien und zusammenfassen lassen.

(1) *Eigenschaften und Umwelt der Rezipienten*

Politische Loyalitäten und Parteibindungen

Parteien in der Bundesrepublik Deutschland haben sich wie in Westeuropa insgesamt vorrangig entlang konkreter Konfliktlinien entwickelt, entlang derer die inhaltliche Ausrichtung der Parteien stattgefunden hat (vgl. hierzu die Cleavage-Theorie nach Lipset und Rokkan 1967). Bezogen auf die inhaltliche Konvergenz von Parteien und Parteianhängern wird angenommen, dass gerade die Bürger, die einer spezifischen Partei zugeneigt sind, eine ähnliche Schwerpunktsetzung und Übernahme bezüglich der Themen zeigen, die auch von den Parteien betont werden – die Argumentationslogik folgt hier entsprechend dem sozialpsychologischen Ansatz des Wahlverhaltens. Während der politische Wettbewerb seit den 1980er Jahren im sozioökonomischen Bereich durch die Hauptkonfliktlinie des Sozialstaatskonflikts und im soziokulturellen Bereich durch den Libertarismus-Autoritarismus-Konflikt gekennzeichnet ist (vgl. etwa Geiling & Vester 2007; Haas 2006; Jesse 2006; Jun 2007; Korte 2008; Niedermayer 2003; Pappi & Shikano 2004, 2005), ist es dank umfangreicher Forschung – speziell im Bereich der Wahlprogrammatik der Parteien – möglich, inhaltliche Schwerpunktsetzungen auf Seiten der Parteien nachzuzeichnen sowie die zeitgenössisch haltbare und empirisch belastbare Annahme spezifischer „Policy-Leuchttürme“ der Parteien zu treffen, wie sie beispielsweise Merz und Regel (2013: 222) ausweisen.⁴⁵ Dabei handelt es sich um spezifische Parteipositionen und -themen, die von einer konkreten Partei deutlich stärker betont werden als vom Durchschnitt der Mitbewerber und die der Profilschärfung dienen. Diese Schwerpunktsetzung kann schließlich in einer größeren Kompetenzzuschreibung durch Medien und Bürger bzw. vorrangig Parteianhänger münden (Merz &

⁴⁵ Die umfangreichste Forschung zu Wahlprogrammen bietet das MANIFESTO PROJECT („MARPOR; Manifesto Research on Political Representation), das seit 1979 in verschiedensten Konstellationen Parteiprogramme für über 50 Länder zur Verfügung stellt. Daten und Dokumentationen sind verfügbar unter <http://manifesto-project.wzb.eu/> (letzter Zugriff: 03.03.2018).

Regel 2013). Für die Bundesrepublik Deutschland liegen diesbezüglich Daten für den Zeitraum 1949 bis 1987 (Klingemann 1989), 1949 bis 1994 (Klingemann & Volkens 1997) und 1949 bis 2009 (Merz & Regel 2013) vor. Mit unterschiedlich starker Betonung teilen die Studien für die untersuchten Parteien die Einschätzung parteispezifischer Schwerpunktsetzung weitgehend entlang der Politikbereiche, „die ihnen aufgrund ihrer Geschichte und der von ihnen vertretenen Grundwerte besonders wichtig sind“ (Klingemann 1989: 105).⁴⁶

Politisches Interesse

Politischem Interesse wird in der Politikwissenschaft ebenfalls starke Wirkungskraft beigemessen, da aus der Anteilnahme am politischen Geschehen eine Motivation und damit auch eine größere Aufmerksamkeit für politische Vorgänge erzeugt wird (Lange et al. 2013: 31). Als persönlichkeitspezifisches Merkmal eines Individuums kann unter Interesse grundsätzlich eine relativ stabile Präferenz zu einem bestimmten Themenbereich verstanden werden, dem sowohl über einen länger andauernden Zeitraum als auch situational – bezogen auf eine konkrete Situation – eine gewisse Aufmerksamkeit geschenkt wird (Lange et al. 2013: 29f.; Schmitt-Beck 2002). Bezogen auf den Bereich des Politischen lässt sich daraus folgern, dass bei Vorliegen politischen Interesses somit eine gewisse Bereitschaft vorhanden ist, sich „zumindest kognitiv mit politischen Themen auseinanderzusetzen und Informationen und Wissen darüber aufzunehmen“ (Lange et al. 2013: 29f.). Eine aktive Auseinandersetzung mit politischen Fragen ist gleichzeitig eine Voraussetzung für politische Lern- und Identifikationsprozesse, ermöglicht somit eine rationale(re) Wahlentscheidung und führt letztlich dazu, dass ein Staat über bessere Staatsbürger (vgl. dazu etwa Habermas 1981 sowie Berelson et al. 1954; anders: Popkin 1994) verfügt. Zudem lässt sich annehmen, dass die Stabilität politischer Systeme durch politisch interessierte (und somit informiertere) Bürger positiv beeinflusst wird, da diese über die stabileren Einstellungen verfügen und sich weniger von Botschaften – vor allem populistischer Parteien oder Botschaften des politischen Gegners (i.e. anderer Parteien als der, der der Bürger selbst zugeneigt ist) überzeugen lassen.

Alltagskommunikation:

Für Bürger, die weitgehend resistent gegen Einflüsse der Medienberichterstattung sind, scheint die Alltagskommunikation mit Personen aus dem persönlichen Umfeld umso bedeutsamer zu

⁴⁶ Abgeleitet von der Betonung der genannten Themenschwerpunkte und der Annahme, es bestehe eine entsprechende Themenkonvergenz zwischen Partei und Parteianhängern, lässt sich festhalten, dass Unionsanhänger stärker an Wirtschafts- und Außenpolitik sowie Europa, Infrastruktur und militärischen Fragen interessiert sind – vgl. Klingemann (1989: 105); Merz & Regel (2013: 222) – und Vertretern ‚ihrer‘ Partei entsprechende Kompetenzen für die Lösung der damit verbundenen Probleme zuweisen, während SPD-Anhänger inhaltliche Schwerpunkte an sozialpolitischen und arbeitsmarktpolitischen Themenfeldern festmachen – vgl. Klingemann (1989: 105); Merz & Regel (2013: 222) – und ähnliche Kompetenzzuschreibungen für ‚ihre‘ Parteivertreter vornehmen.

sein (Atkin & Heald 1976; Kelley 1983; Palmgreen & Clarke 1977).⁴⁷ Dies schließt zusätzlich weitere Komponenten ein, die wiederum einen eigenständigen Einfluss auf die Themenstrukturierung (und hier vor allem auf die Bewertung der Themenrelevanz) haben (vgl. dazu auch Haas 2014): Zum einen das Wissen der Gesprächspartner (Hardy & Scheufele 2009), die Homogenität des Gesprächsnetzwerkes (Feldman & Price 2008) und deren Größe (Eveland & Hively 2009), aber auch die Gesprächsqualität selbst (Price & Cappella 2002), die Gesprächsmotive der am Gespräch beteiligten Personen (Graham et al. 1993) sowie die zwischenmenschliche Beziehung und daraus resultierende Glaubwürdigkeit, die man dem Gesprächspartner zuweist (Granovetter 1973). Dies betrifft vor allem das Gespräch mit Meinungsführern (Weimann 1994), die – so fasst es Haas (2014: 211) zusammen, den größten Einfluss haben, wenn über solche Themen gesprochen wird, die für den Einzelnen persönlich relevant sind (siehe dazu auch Schenk 1995). Für die persönliche Themenstrukturierung und die Auswahl an Themen, mit denen eine kognitive Auseinandersetzung stattfindet, bedeutet das, dass sich die Themenauswahl und Themenbenennung unter Personen, die häufig über politische Inhalte miteinander kommunizieren, stark ähneln sollte. Daran knüpfen schließlich auch die Eigenschaften der Themen an, die einen eigenständigen Einfluss auf die Sensibilisierung der Bürger für bestimmte Themen haben können.

(2) *Eigenschaften der Themen*

Politische Sachfragen sind aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaften wie auch der Psychologie besonders dann relevant, wenn sie das *persönliche Umfeld* tangieren. Eichhorn (2005) und Zuker (1978) sprechen in diesem Zusammenhang auch von der *Nähe und Aufdringlichkeit eines Sachverhalts* – eine Einschätzung, der sich auch die weiter umfassende Medienwirkungsforschung zur Nachrichtenauswahl⁴⁸ anschließt (Bonfadelli & Friemel 2015) und mit der auch die Betroffenheit von politischen Sachfragen einher geht: Eine Person, der Arbeitslosigkeit droht, wird für diese Thematik eine sehr viel höhere Sensibilität aufweisen, als beispielsweise unkündbare Beamte oder Rentner (Zucker 1978). Somit hat auch die direkte Erfahrung den größeren Einfluss auf die Einschätzung der Relevanz eines Themas als die Medien.⁴⁹ Zudem kommen weitere Faktoren der Nachrichtenwerttheorie zum Tragen (vgl. ursprünglich dazu Lippmann 1922; Schulz 1976; zusammenfassend M. Maier et al. 2010), also die zeitliche Nähe und damit Aktualität eines Themas, die Dynamik, aber auch die Valenz politischer Sachfragen. Daraus lässt sich folgern, dass nicht nur die persönliche Betroffenheit, sondern auch reale Umweltbedingungen (*real-world-cues*, vgl. dazu etwa Behr & Iyengar 1985; Erbring et al. 1980) wie beispielsweise

⁴⁷ Die Aussage, dass gegen Agenda-Setting-Effekte resistenter Personen im Umkehrschluss offener für Informationen aus dem persönlichen Umfeld sind, trifft hingegen nur zu, wenn zeitgleich die grundsätzliche Bereitschaft vorhanden ist, sich überhaupt mit politischen Informationen auseinanderzusetzen. Bei Personen mit gering ausgeprägtem Orientierungsbedürfnis ist somit auch die Bedeutung der Alltagskommunikation für die Ausprägung eigener thematischer Interessen fraglich.

⁴⁸ Die Kommunikationsforschung verfügt über verschiedene Forschungszweige, die klassischerweise wie bei Kelley (1983) die Nachrichtenauswahl beschreiben und Aussagen über Gatekeeper treffen, wie bei Ettema et al. (1997) einen möglichen News-Bias erklären, das Zustandekommen und die Motive bestimmter Frames von Nachrichten ergründen; vgl. Matthes (2007); Scheufele (1999), sowie letztlich die Nachrichtenwertforschung umfassen; vgl. dazu Ruhmann et al. (2003).

⁴⁹ Eichhorn (2005: 23) merkt hierzu jedoch an, dass die direkte Erfahrung mit einem Themenbereich auch dazu führen kann, dass sich Wähler verstärkt der Medienberichterstattung zuwenden und für Medieninflüsse sensibilisiert werden; insbesondere dann, wenn die eigene Erfahrung durch die medial vermittelte widerspiegelt wird.

das generelle Ausmaß von Arbeitslosigkeit die Sensibilisierung für dieses Thema steigert (Soroka 2002): eine vergleichsweise hohe Arbeitslosenquote erhöht demnach die Wahrscheinlichkeit, dass sich mehr Bürgerinnen und Bürger mit diesem Politikfeld und den von Parteien wie auch Politikern angebotenen Lösungsansätzen auseinandersetzen als eine vergleichsweise niedrige Arbeitslosenquote.⁵⁰

Bytzek (2008) konnte zudem zeigen, dass die Wähleragenda auf verschiedene Weise entsteht, wenn bestimmte *Ereignisse* auftreten. Ereignisse lassen sich für diese Unterscheidung definieren als temporär und räumlich begrenzte Ereignisse, die überraschend und mit innovativer, systemverändernder Kraft geschehen (Martin & Voss 2001; Suter 2001) und somit einen großen Einfluss auf unterschiedliche Größen politischer Einstellungen haben können. Voraussetzung für die Einordnung als Ereignisse mit großem Einfluss liegen (1) in der Exogenität des Ereignisses, also nicht von politischen Akteuren bewusst in Szene gesetzten Ereignissen, (2) in ihrer exponierten Medienpräsenz und (3) ihrem Bezug zur Politik, also einer klaren Zuordnung zum Handlungsbedarf, der sich aus der Verantwortlichkeit politischer Akteure und Institutionen ergibt (Bytzek 2008: 438-440). Wesentlich erscheint hier der letzte Aspekt, da hier die Anschlussfähigkeit an Easton deutlich wird, der bei seiner Definition von Demands, die für die Genese von Unterstützung des politischen Systems ebenfalls genau solche gesellschaftlichen Ansprüche berücksichtigt, die politischen Handlungsbedarf erzeugen und somit in die Verantwortlichkeit der Politik fallen.

Für die Entstehung der Wähleragenda zeichnet Bytzek (2008: 435) schließlich die Entwicklung nach, die bereits Gegenstand der vorliegenden Ausführungen war; hier wird angenommen, dass reale Entwicklungen die Wähleragenda direkt beeinflussen als auch indirekt über die Medienagenda wirken, die wiederum durch die von realen Entwicklungen beeinflusste politische Agenda bestimmt wird. In Zeiten, in denen Ereignisse auftreten, verändert sich hingegen der Entwicklungsweg der Wähleragenda. In diesem Fall tritt ein Ereignis auf und wirkt ungefiltert auf die Medienagenda, die ihrerseits sowohl die politische, als auch die Wähleragenda direkt und unabhängig voneinander beeinflusst, da sie für die wenigsten Personen und Politiker direkt erfahrbar sind (vgl. Bytzek 2008: 436; Zucker 1978) und ihre Aufmerksamkeit erst durch die Nachricht über dieses Ereignis generiert wird.⁵¹

⁵⁰ Dieses Beispiel einer hohen Arbeitslosenquote ließe sich – je nach Betroffenheit, Beschaffenheit und Ausmaß der mit der Sachlage verbundenen Konsequenzen – beliebig fortsetzen, beispielsweise für hohe Kriminalitätsraten, geringes Wirtschaftswachstum, hohe Staatsschulden etc.

⁵¹ Bezogen auf die Wähleragenda politischer Themen hat sich gezeigt, dass beispielsweise die Elbeflut die Wahlentscheidung der Wähler anlässlich der Bundestagswahl 2002 stark beeinflusst hat. Ähnliches lässt sich für die kurzfristig veränderte, aber dafür umso prominenter in der Wähleragenda positionierte Relevanz der politischen Angebote für den Umgang mit Kernenergie im Anschluss an die Atomunglücke in Tschernobyl 1987 sowie 2011 in Fukushima nachzeichnen, die maßgeblich zu den Wahlerfolgen der Grünen auf Bundesebene (1987; vgl. Knochel & Lindgens (1990)) sowie auf Landesebene in Baden-Württemberg (2011; vgl. Fischer (2012)) beigetragen haben.

(3) *Eigenschaften der Medien:**Vielfalt der Mediennutzung, Mediengattung und Glaubwürdigkeit*

Dass die Rezeption politischer Berichterstattung einen Einfluss darauf hat, welche Themen Bürger für wichtig erachten und welchen Themen ein geringerer Stellenwert zugewiesen wird, gilt als unbestritten. Dabei werden verschiedenen Medien unterschiedliche Wirkungspotenziale attestiert. So gilt für im TV ausgestrahlte Themen, dass diese einen unmittelbaren, kurzfristigen Einfluss auf die öffentliche Meinung haben, während der Berichterstattung über politische Probleme in Printmedien ein eher längerfristiger Effekt nachgewiesen werden kann (McCombs 1977; Schoenbach 2016).⁵² Begründet werden diese unterschiedlichen Wirkungsspannen mit Unterschieden in den Formen der Darstellung und Schwerpunktsetzung: während das Fernsehen stark verkürzt und schlaglichtartig die wichtigsten Themen komprimiert berichtet, kann der Leser durch das Lesen vieler Themen in einer Zeitung selbst entscheiden, welchen Berichten er die größte Aufmerksamkeit beimisst (Eichhorn 2005: 29). Unabhängig von den berichteten Differenzen bezüglich der Wirkungsspannen bilden sich Bürger ihre Meinung vor allem zu den Themen, in denen zum einen überhaupt von Medien berichtet wird und das zum anderen, wenn sie zu diesen Themen Informationen vor allem aus Medien rezipieren, denen sie hohe Glaubwürdigkeit zuweisen (Eichhorn 2005: 30) – eine Eigenschaft, die bereits für den Einfluss von Personen aus dem näheren Umfeld, die eine ähnlich hohe Glaubwürdigkeit genießen, bekannt ist.

Wichtiger als die Quantität scheint die Qualität der rezipierten Medien für die Herausbildung einer Sachfragenorientierung zu sein, so dass nicht an vorderster Stelle das „Wieviel“, als vielmehr das „Was“ bzw. das „Wie“ relevant zu sein scheint (Eichhorn 2005: 25). So erscheint die Annahme, mediale Agenda-Setting-Effekte auf die individuelle Themenstrukturierung fallen vor allem dann stärker aus, je häufiger und intensiver mediale Inhalte rezipiert werden, zwar trivial und einleuchtend, allerdings konnten derartige Befunde bisher nicht eindeutig nachgewiesen werden (vgl. auch Eichhorn 2005: 25). Vielmehr scheinen die rezipierten Inhalte einen Einfluss auf die Vielfalt an Themen zu haben, denen Rezipienten eine gewisse Relevanz zuschreiben – und dies auch nur, sofern Zeitungen als wichtigste Informationsquelle angesehen und ihnen im Vergleich zum Fernsehen der Vorzug gegeben wird (McLeod et al. 1974). Allerdings darf die Gültigkeit derartiger Aussagen angezweifelt werden, wenn gleichzeitig bekannt ist, dass das Fernsehen die Berichterstattung der Printmedien als wichtigste Informationsquelle für politische Informationen zwischenzeitlich abgelöst hat, da die visuelle Aufnahme (neuer) Informationen einen kognitiv einfacher zugänglichen Verarbeitungsprozess darstellt (Jandura 2013; Zubayr & Heinz 2016: 147). Vielmehr kann davon ausgegangen werden, dass die Vielfalt an Themen, denen Bürger gewissen Handlungsbedarf und somit eine gewisse politische Bedeutung zuschreiben, unabhängig von den rezipierten *klassischen* Medien (also Print und TV) möglich ist. Jüngere Analysen bestätigen diese Befunde für einen Vergleich mit zuvor konstatierten Bedeutungsunterschieden der klassischen Medien im Vergleich zur Ausbreitung des Internets: Haake et al. (2014) konnten beispielsweise zeigen, dass die Vielfalt an Themen, die als relevant erachtet werden, auch bei Nutzung des Internets nicht stark zugenommen hat und die klassischen Medien nach wie vor Agenda-Setting-Effekte auslösen konnten. Eine aktuelle Analyse (Schweiger 2017) unterstellt ebenfalls, dass es durch die Ausweitung und verstärkte Nutzung des Internets als

⁵² Anders: Palmgreen und Clarke (1977).

Quelle politischer Information vielmehr zu Desinformation bzw. „Pseudo-Informiertheit“ käme, was die Rolle der klassischen Medien für die demokratietheoretisch gefestigte, weil auf Fakten basierende Herausbildung von Sachfragenorientierungen erneut unterstreicht (vgl. hierzu auch Kapitel 4.2.1).

Durch die bisherigen Ausführungen wurde deutlich, dass die Herausbildung einer Sachfragenorientierung von verschiedenen Variablen abhängig ist, die in der Summe – je nach Vorhandensein und Ausprägungsstärke – einen eigenständigen Einfluss auf politische Einstellungen hat, die mit dem Konzept der politischen Unterstützung in enger Verbindung stehen. Diese Wirkungskonzepte werden daher im folgenden Abschnitt genauer betrachtet.

3.2 Wirkungskonzepte zur Wahrnehmung politischer Sachfragen

3.2.1 Stabilität politischer Einstellungen

Im vorangegangenen Abschnitt wurde erläutert, dass sowohl die Eigenschaften der Themen als auch der Medien eine Rolle für die Herausbildung von Sachfragenorientierungen spielen. Die *Effekte* der Rezeption von Informationen über politische Sachfragen auf politische Einstellungen werden hingegen vorrangig durch die Eigenschaften des Bürgers moderiert, zu denen politische Loyalitäten und Parteibindungen, politisches Interesse sowie die Alltagskommunikation zählen. In politikwissenschaftlichen Analysen finden sich durchgängig und unabhängig von einzelnen Medieninhalten, Kampagnen und anderen Stimuli Belege dafür, dass die Stabilität politischer Einstellungen im Wesentlichen davon abhängt, in welcher Stärke diese zum für den konkreten Untersuchungszeitraum relevanten Zeitpunkt bereits vorliegen (vgl. für erste Analysen auf diesem Gebiet Barber 1972; Lazarsfeld et al. 1944).⁵³ Fühlen sich Bürger einer Partei oder einem Kandidaten verbunden, so geht dies mit einem Mindestmaß an Vorwissen einher, das ihn zugleich resistenter macht gegen die Akzeptanz von Informationen, die dem eigenen Eindruck von der entsprechenden Partei bzw. dem entsprechenden Kandidaten zuwiderlaufen. Bezüglich der Klassifikation möglicher Effekte, die von Wahlkämpfen insgesamt ausgehen, aber auch auf die Bewertung von Sachfragen (-Kompetenzen) einen Einfluss nehmen, ist es demnach folgerichtig, eine Stabilisierung vorhandener Prädispositionen anzunehmen (vgl. Tabelle 3).

⁵³ Dies impliziert jedoch nicht, dass stabile Parteibindungen auch zu stabilen Wahlentscheidungen führen müssen; ebenso führen fehlende Parteibindungen nicht zwangsläufig zu einem permanenten Einstellungswechsel. Vielmehr erhöhen vorhandene Parteibindungen zumindest die Wahrscheinlichkeit, die Wahlentscheidung entsprechend der Parteibindung zu treffen (vgl. dazu neben Schoen (2014a) auch Sartori (2005)).

Tabelle 3: Effekte des Wahlkampfes auf Wahlverhalten

Wahlabsicht zu Kampagnenbeginn	Wahlabsicht am Wahltag		
	im Einklang mit Prädispositionen	gegen Prädispositionen	unentschieden
im Einklang mit Prädispositionen	Stabilisierung	Konversion	Demobilisierung
gegen Prädispositionen	Reaktivierung	Stabilisierung	Demobilisierung
unentschieden	Aktivierung	Konversion	kein Effekt

Quelle: Schoen (2014b: 697); in Anlehnung an Lazarsfeld et al. (1944: 102); eigene Darstellung

Im Umkehrschluss bedeutet diese Annahme, dass parteipolitisch ungebundene, uninteressierte (und somit uninformativere) wie vor allem unentschlossene Wähler weniger resistent gegenüber Persuasionsversuchen politischer Akteure sind und somit für Botschaften politischer Akteure leichter zu erreichen. Mit der Zunahme politischer Informationen durch Medienkonsum steigt das politische Interesse in Zeiten des Wahlkampfes tendenziell an (Schmitt-Beck 2002). In ihrer vergleichenden Untersuchung politisch Interessierter und politisch Uninteressierter weisen Reinemann und Maurer (2010: 240) ebenfalls darauf hin, dass die Frage nach dem Erfolg von Persuasionsversuchen stark durch das Ausmaß der unterschiedlichen Konzepte Interesse, Involvement und Vorwissen geprägt sei, da diese stark miteinander korrelieren und somit in dem Konstrukt „politische Aktivierung“ zusammengefasst werden können.

Die kommunikations- wie auch politikwissenschaftliche Forschung brachte in der Vergangenheit aber auch kontroverse Erkenntnisse zu Tage, wie Reinemann und Maurer (2010: 240-241) weiter berichten: Während einige Studien keinen Zusammenhang (Williams & Sendlak 1978) bzw. einen negativen Zusammenhang (MacKuen 1981; McLeod et al. 1979) zwischen den in den Medien berichteten Themen und der Themenpriorisierung der politisch uninteressierten Rezipienten finden, zeigen andere Untersuchungen (Iyengar & Kinder 1987; Tardy et al. 1981) für diese Gruppe eine stärkere Übernahme der in den Medien berichteten Themen als für die Gruppe der politisch Interessierten. Ähnlich ambivalente Erkenntnisse finden sich für die Frage danach, welche Unterschiede sich für die Stabilität politischer Einstellungen nachweisen lassen. So liegen sowohl Studien vor, die die Erkenntnis stützen, politisch Uninteressierte würden ihre Einstellungen politischen Sachfragen gegenüber stärker verändern als politisch Interessierte (Haider-Markel & Joslyn 2001; Hwang et al. 2007), als auch solche, die diese Ergebnisse widerlegen (Maurer 2003). Darüber hinaus wurde gezeigt, dass ein starker Zusammenhang zwischen Parteibindungen und politischem Interesse besteht, so dass angenommen werden kann, dass es vor allem politisch uninteressierte Parteianhänger sind, die sich von politischen Botschaften im Wahlkampf überzeugen lassen (Hillygus & Jackman 2003), während größere kognitive Kompetenzen in der politischen Sphäre die Fähigkeit zur individuellen Themenstrukturierung und die Bereitschaft, sich mit politischen Themen auseinanderzusetzen, schon vor Wahlkämpfen steigert und bestehende Einstellungen stabilisieren können.

Für das TV-Duell 2005 weisen Reinemann und Maurer (2010) jedoch nach, dass – auf dieses konkrete Wahlkampfformat bezogen – keine bedeutsamen Unterschiede bezüglich des Ausma-

Bes politischen Interesses bestehen.⁵⁴ Dies impliziere zum einen, dass es möglicherweise deutliche Unterschiede zwischen allgemeiner und situativer politischer Involvierung innerhalb einer konkreten Rezeptionssituation gebe und allgemeines politisches Interesse nicht zwangsläufig als Indikator für niedrige Rezeptionsmotivation oder periphere Verarbeitung von Informationen anzusehen sei. Zudem verweisen sie auf das Forschungsdesiderat der konkreten politischen Inhalte, die – im Gegensatz zu der politischen Involviertheit, des Vorwissens und der Interessiertheit – einen Großteil der unmittelbaren Wahrnehmungen und Reaktionen der Zuschauer erklären könnten (vgl. Reinemann & Maurer 2010: 254).

Neben der generellen Stabilität und auch Variabilität erscheint ein weiteres Konzept für die Frage, inwieweit politische Unterstützung durch konkrete Wahlkampfformate generiert werden kann, relevant, das die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung zu politischer Partizipation noch immer prägt. Trotz bzw. gerade aufgrund der kontroversen Diskussion über die Anwendbarkeit, Effekte auf die politische Unterstützung messen zu können, wird im Folgenden das Konzept der politischen Effektivität (Political Efficacy) näher betrachtet, da mit diesem Konzept ein Instrumentarium zur Verfügung steht, mit dem die Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten seitens der Bürger überprüft werden kann. Dies ist deshalb entscheidend, da bei erfolgreicher Einflussnahme ein wesentlicher Grundstein für politische Unterstützung gelegt werden kann.⁵⁵

3.2.2 Responsivitätsbewertungen: Political Efficacy

Die zentrale Annahme lautet hier zunächst, dass der Unterstützungsmodus wesentlich durch ein (individuelles) Gefühl von „Political Efficacy“ bestimmt wird, wie es zu allererst Campbell et al. (1954; 1960) zur Erklärung für politische Partizipation beschrieben:

„Although the level of citizen interest and participation in any one election may be explained largely in terms of such factors as the attractiveness of one or both candidates and the perceived importance of the campaign issues, an understanding of long-range trends in level of electoral participation requires, in addition, the consideration of broader and more enduring political values and attitudes [...]. Sense of political efficacy [...] represents an attempt to investigate one of these broader political attitudes.“ (Campbell et al. 1954: 187)

Die Autoren bestätigten in ihrer Untersuchung die Annahme, dass ein hohes Responsivitäts- und Effektivitätsgefühl die Bereitschaft der Bürger erhöht, politisch zu partizipieren. Demokratietheoretisch hat dieser Befund damit hohe Relevanz. So werden durch die verschiedenen Ausprägungen der Partizipation – angefangen von der Teilnahme einer Petition bis hin zur Beteiligung an

⁵⁴ Weder für die Wahrnehmung, noch für die Verarbeitung und Erinnerung des TV-Duells können signifikante Unterschiede des Interesses nachgewiesen werden, die mit einer Veränderung der Kandidatenbewertung einhergehen; vgl. dazu Reinemann & Maurer (2010).

⁵⁵ Erfolgreiche Einflussnahme wird hier bewusst offen definiert, da Einflussnahme sowohl darin bestehen kann, die eigenen Interessen in der politischen Agenda als Ergebnis wiederzufinden (im Sinne einer bindenden Policy-Entscheidung), als auch eine gesellschaftliche Debatte über konkrete Interessen zu bewirken. Insofern kann sowohl die Berücksichtigung als auch die Ignoranz politischer Einstellungen zu politischer Partizipation führen: entweder durch Unterstützung politischer Akteure (Bestätigung) oder durch politischen Protest, der als Korrektiv politischer Strukturen wirken soll (Aktivierung).

Wahlen auf allen politischen Ebenen – sachpolitische Forderungen an politische Amtsträger und Institutionen transferiert. Zudem trägt politische Partizipation zu einem gesteigerten Responsivitätsverhalten politischer Akteure bei, da diese auf die an sie gestellten Forderungen reagieren *müssen* (Almond & Verba 1963; Vetter 1997: 4). Auch wenn Political Efficacy ursprünglich als zusätzliche psychologische Komponente zu den Faktoren zu zählen ist, die die Bereitschaft zur Wahlbeteiligung beeinflussen, so schlussfolgerten die Autoren in ihrer ersten Analyse ebenfalls, dass es u.a. die Responsivität der politischen Akteure sei, die politische Partizipation der Bürger positiv beeinflusse und somit das politische System stärken könne: „[...] citizens who feel that public officials are responsive and responsible to the electorate [...] are much more likely to be politically active than those citizens who feel largely overwhelmed by the political process“ (Campbell et al. 1954: 194). Ein stark ausgeprägtes Kompetenzbewusstsein entstammt somit auch der Wahrnehmung, Politiker würden die Forderungen (Demands) aus der Gesellschaft aufnehmen und responsiv handeln.

Zahlreiche Studien haben diese Erkenntnisse auch in den darauffolgenden Jahren bis heute bestätigt, sowohl für den US-amerikanischen, als auch für den deutschen Raum (Fuchs 1989; Hayes & Bean 1993; Reichert 2016). Der Großteil dieser Studien machte sich zudem die Erkenntnis einiger Nachfolgestudien zu eigen, nach der die Beurteilung der eigenen Einflussmöglichkeiten und -fähigkeiten nicht nur von der Einschätzung der persönlichen Kompetenz, sondern auch von der Beurteilung der Offenheit des politischen Systems und seiner Politiker abhängt (vgl. u.a. Balch 1974; Campbell & Converse 1972; Craig 1979; Lane 1959; Shingles 1981). Im Laufe der Jahre hat sich das Konzept der Political Efficacy nicht nur zur Erforschung politischer Partizipation, sondern auch als Indikator für Systemunterstützung bewiesen (Erikson et al. 1991; Prewitt 1968).⁵⁶ In seiner Untersuchung zur politischen Kultur der Bundesrepublik schrieb Gabriel:

„In der Demokratie sichern bestimmte institutionelle Vorkehrungen die Einflussnahme der Bürger auf den politischen Prozeß. Diese Regelungen gewinnen aber erst eine Bedeutung, wenn sie in den Einstellungen und Verhaltensweisen der politischen Akteure verankert sind, [...] wenn ein hinreichendes Vertrauen in die Offenheit des politischen Prozesses für die Einflußnahme der Bürger besteht. [...] Das Wissen um die Chance, erfolgreich auf politische Vorgänge einwirken zu können, dürfte die Folgebereitschaft der Bürger auch gegenüber solchen Entscheidungen erhöhen, an deren Zustandekommen sie selbst nicht beteiligt waren.“ (Gabriel 1986: 223)

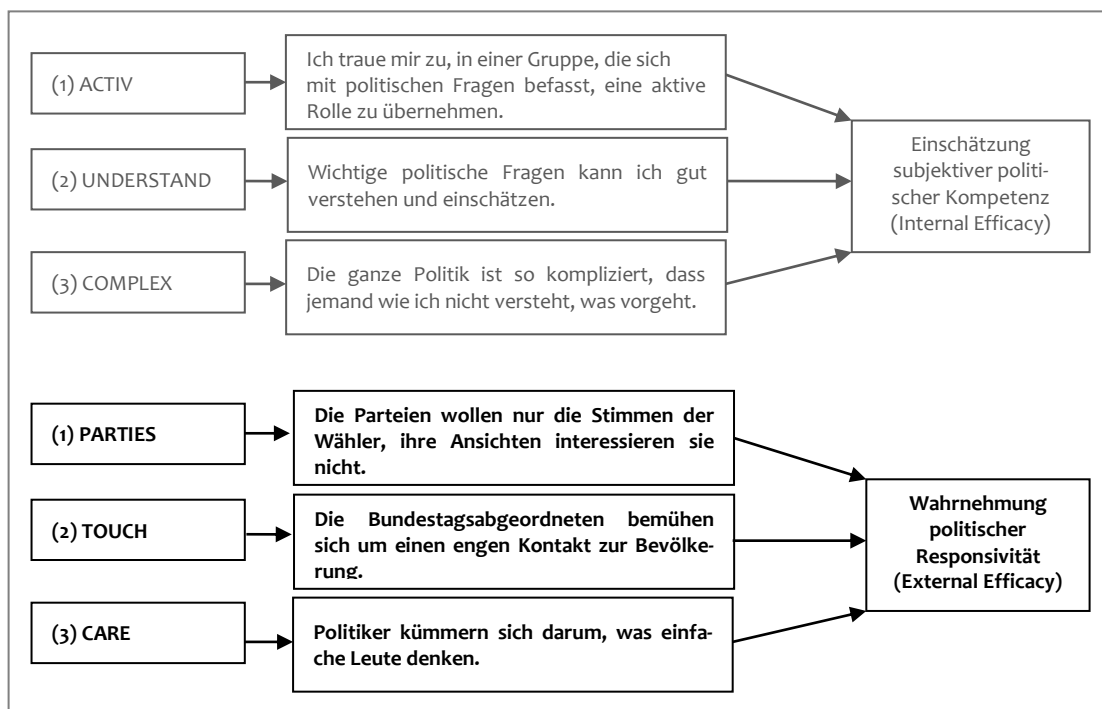
Neben der Überprüfung, inwiefern die angesprochene Folgebereitschaft der Bürger beeinflusst (und dessen Ausmaß gemessen) werden kann, wurde das Konzept der Political Efficacy auch als Indikator zur Messung politischer Entfremdung herangezogen (Erikson et al. 1991; Prewitt 1968). Nach mehrfacher Anwendung und Überprüfung im Zuge zahlreicher Folgeuntersuchungen wird zwischenzeitlich nach zwei voneinander unabhängigen Dimensionen unterschieden: der Internal und der External Efficacy (Acock et al. 1985; Balch 1974; Craig 1979; Kelley 1983; Vetter 1997).⁵⁷

⁵⁶ Der Versuch, das Konzept der Political Efficacy für Eastons Modell der politischen Systemunterstützung zu untersuchen, wird allerdings kontrovers diskutiert, vgl. Westle (1989). Unabhängig von diesen Diskussionen hat der Aufbau des Konzepts jedoch nach wie vor Bestand.

⁵⁷ Andere Bezeichnungen für die beiden Dimensionen sind zwar nicht gebräuchlich, sollen im Kontext dieser Arbeit dennoch Erwähnung finden. Die nicht umstrittene Nähe des Efficacy- zum Unterstützungskonzept verdeutlicht zum Beispiel Craig (1979), der zwar ebenfalls zwei Dimensionen misst, aber nicht

Während die Internal Efficacy die Einschätzung der individuellen Einflussmöglichkeiten und Einflussfähigkeiten misst, ermittelt die External Efficacy die individuelle Wahrnehmung, ob und inwiefern politische Akteure sowie politische Systeme insgesamt Inputs aus der Bevölkerung annehmen und umsetzen, mit anderen Worten: wie offen bzw. responsiv diese für Einflüsse der Bürger sind (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Itembatterie zur Messung von Political Efficacy



Quelle: Vetter (1997: 114); eigene und erweiterte Darstellung

Mit Blick auf die einzelnen Items („Activ“, „Unterstand“ und „Complex“ bzw. „Parties“, „Touch“ und „Care“) wird bereits deutlich, dass – neben Faktoren wie der politischen Sozialisation (Abramson 1983; Baker 1973), des formalen Bildungsniveaus und weiterer davon abhängiger Variablen⁵⁸ (Campbell et al. 1954; Converse 1972) sowie politischer Aktivität (Finkel 1985; Madsen 1987), deren Wirkungsgrad in jeweils unterschiedlicher Stärke belegt wurde – vor allem politischen Kontextfaktoren ein hoher Stellenwert zugeschrieben werden kann, wenn es darum geht, das Responsivitätsgefühl, das für die vorliegende Arbeit besonderen Stellenwert einnimmt, der Bürger zu erklären.⁵⁹ Der eindeutige Bezug zu politischen Akteuren (Parteien, Bundestagsabge-

von Internal und External Efficacy, sondern von „input efficacy“ (internal efficacy) und „output efficacy“ (External Efficacy) spricht.

⁵⁸ Vetter (1997: 26) nennt hier u.a. den Status, Converse (1972) das Selbstwertgefühl sowie Wright (1981) und Gabriel (1986) die Werteorientierungen der Bürger.

⁵⁹ Ursprünglich wurde – nach dem Wechsel des eindimensionalen zum zweidimensionalen Messinstrument – angenommen, die beiden Konstrukte Internal und External Efficacy würden stark miteinander zusammenhängen, da sie entweder Teilaspekte eines übergreifenden Konzepts darstellen (vgl. dazu Coleman

ordnete, Politiker) unterstellt nach Clarke und Acock (1989) zum einen erneut (vgl. Kapitel 3.3.1), dass die Nähe zu einer Regierungs- oder Oppositionspartei einen Einfluss auf das Responsivitätsgefühl haben könne. Zum anderen hat die Bewertung von policy-outputs einen Effekt auf das Responsivitätsgefühl – mit anderen Worten: haben Bürger den Eindruck, die Politik handle responsiv, so wirkt sich dies langfristig positiv auf die Bewertung und Unterstützung des politischen Systems aus. Die Frage, welche Einflüsse die (fehlende) Übereinstimmung von Wählerdemands und Politik(er)outputs auf die Wahrnehmung politischer Responsivität hat, ist demnach hochrelevant, da aus ihnen die Zufriedenheit mit den politischen Amtsträgern bzw. den zur Wahl stehenden Spitzenkandidaten überprüft und als möglicher Indikator für die Bewertung der Akteure herangezogen werden kann.

Mit diesen Ausführungen wird erneut deutlich, dass der Zugang zum politischen System „systemisch“ ausgerichtet und Politik nur aus einer ganzheitlichen Analyseperspektive beschreib- und erklärbar ist (Rohe 1994: 120-130). Zum anderen bedeutet diese Betrachtungsweise aber auch, dass Politik als das Ergebnis von Prozessen aufgefasst wird, die emergente Eigenschaften und emergente Ergebnisse aufweisen. Sie muss deshalb als die Folge der Kommunikation und Interaktionen zwischen Politik (hier im Speziellen: politische Amtsträger, Parteien) und Gesellschaft (hier: Menschen, Gruppen, Verbänden, Organisationen oder Interessen) verstanden werden, die Wirkungen hervorbringen, die nicht allein aus den Zielen individueller oder kollektiver Akteure abgeleitet und erklärt werden können, sondern sich aus den Interdependenzen untereinander ergeben.

Die wahrgenommene Responsivität der politischen Akteure durch die Bürger lässt sich recht global erfassen und erlaubt Aussagen über gesamte Parteien oder Gruppen von Abgeordneten bzw. *den* Politikern. Zudem wurde bereits in der ersten Efficacystudie betont, dass es sich um ein *Gefühl* handelt, „that political and social change is possible“ (Campbell et al. 1954: 187). Ausdruck und Stärke dieser Art von Gefühlen haben für das politische System allerdings keine direkten Konsequenzen, die sich explizit auf einen konkreten Politiker oder eine konkrete Partei beziehen lassen. Um zu prüfen, ob Veränderungen möglich sind und um weitere messbare Kennzahlen zu erhalten, die aus (nicht-)responsivem Handeln resultieren und sich konkreten Akteuren (Politiker, Parteien) zuordnen lassen, rückt somit die Kompetenz, die Kandidaten (und Parteien) für die Lösung konkreter Sachfragen zu- oder abgeschrieben wird, zusätzlich in den Fokus des Untersuchungsinteresses.

3.2.3 Persuasion: Kompetenzbewertung der Kandidaten

Schon Campbell et al. (1954; 1960) haben in ihren Pionierstudien zu Issue-Voting (vgl. Kapitel 3.1.2) die Zuschreibung von Kompetenz als Bedingung für sachfragenorientiertes Wählen aufgenommen. Demnach vergleichen Wähler, die sich (1) eines Themas bewusst sind und diesem (2) eine gewisse Bedeutung zuschreiben, (3) die Angebote der Parteien und erkennen (4) bes-

& Davis (1976)) und sich die Neigung, bei der Beurteilung Anderer persönliche Einstellungen auf diese zu projizieren, Bahn brechen würde, so etwa Lane (1959). Für die zwischenzeitlich geläufige Operationalisierung, wie sie Vetter (1997) vorgeschlagen hat, steht ein solcher Nachweis signifikanter Korrelationen hingegen (noch) aus.

tenfalls Unterschiede, um sich anschließend (5) für die Partei zu entscheiden, der sie die größte Kompetenz zur Lösung dieser Sachfrage zuschreiben (Campbell et al. 1960: 169ff.). Somit wird deutlich, dass sich Wähler durch die Ansprache der für sie bedeutsamen Themen zwar einerseits repräsentiert fühlen können und dies die Wahrscheinlichkeit, ihre Wahl für die entsprechende Partei zu treffen, erhöht. Dass sie dies auch tatsächlich tun, hängt letztlich aber andererseits auch mit der individuellen Einschätzung der Lösungskompetenz zusammen. Unabhängig von den teilweise großen Unterschieden im politischen System fußt die Bewertung deutscher wie amerikanischer Spitzenkandidaten größtenteils darauf, mit welchem Ergebnis die Wahrnehmung der Problemlösekompetenz ausfällt, also ob Wähler den zur Wahl stehenden Kandidaten (und Parteien) die Kompetenz, ein bestimmtes politisches Problem lösen zu können, zusprechen oder nicht. Erst danach folgen die Wahrnehmung ihrer Führungsqualitäten, ihrer Integrität und – zum kleinsten Anteil – ihrer spezifischen Persönlichkeitsmerkmale. Zaller (1992) begründet dies damit, dass Wählerinnen und Wähler für ihr Gesamturteil über Spitzenkandidaten solche Einzelurteile stärker berücksichtigen, die ihnen besonders wichtig erscheinen.⁶⁰

In diesem Zusammenhang ist das sogenannte *Issue Ownership* der Parteien relevant, das die langfristige Besetzung politischer Sachfragen durch bestimmte Parteien definiert und für den Wähler auch als Orientierungshilfe dient. Da Wähler zu wechselhaften Policy-Präferenzen tendieren und über das Angebot der Parteien bezüglich spezifischer Sachfragen eher schlecht als gut informiert sind (Petrocik 1996: 829-830), nutzen politisch interessierte Wähler ihr vorhandenes Wissen über die langfristige Themenbesetzung der Parteien zur Reduktion von Informationskosten (Holian 2006: 782). Diese verbinden auch heute noch in erster Linie *die* Themen mit einer Partei, an dessen traditioneller Konfliktlinie (cleavages, vgl. Kapitel 3.1.2) sich die Partei gegründet hat (Petrocik 1996: 827-828), schreiben ihnen bezüglich dieser Sachfragen Lösungskompetenz zu (oder ab) und beziehen diese Überlegungen in ihr Wahlkalkül mit ein. Verstärkt wird dieser Mechanismus erneut durch das Vorliegen (oder Fehlen) einer Parteibindung, wobei auch hier der Mechanismus selektiver Wahrnehmung greifen kann. Die Parteidentifikation dient hier als Heuristik, wie die eigene Partei in ihrer Kompetenz zu einzelnen politischen Themen einzuschätzen ist (Bachl 2013a: 138).

Zu bestimmten Themen weisen Wähler einzelnen Parteien traditionell und langfristig betrachtet relativ stabil einen gewissen Grad an Lösungskompetenz zu (Petrocik 1996), dazu zählen etwa Verteilungsfragen oder die Lösung von Problemen der inneren Sicherheit. Davon abzugrenzen sind Einschätzungen zu Themen, die kurzfristig relevant werden: hierzu zählen bestimmte Ereignisse (vgl. Kapitel 3.1.2), wie in der Vergangenheit etwa das Management der Elbflut 2002, durch internationale Konflikte ausgelöster kurzfristiger Handlungsbedarf (etwa deutsche Beteiligungen am Irakkrieg oder am Syrienkonflikt) oder auch sonstige Ereignisse im Ausland, die Auswirkungen auf innerdeutsche politische Grundsatzentscheidungen haben können, etwa das japanische Atomunglück in Fukushima 2011. Derartige Ereignisse können mitunter dazu führen, dass Wähler die Kompetenzzuschreibungen, die auf generellen politischen Überzeugungen basieren, neu überdenken (Bachl 2013a: 138). Paasch-Colberg (2017) berichtet zudem davon, dass Wähler konkret in den Politikfeldern Wirtschaft (CDU/CSU) und Soziales (SPD) sowie vorrangig den großen Parteien die Kompetenz zuzuschreiben – und dies über einen lange währenden

⁶⁰ Welche Rolle bspw. Medieninhalte im Vorfeld, aber auch in konkreten Rezeptionssituationen für die Rangfolge von Themenbesetzungen haben, wird in Kapitel 4.2 näher beleuchtet.

Zeitraum (vgl. dazu auch Klingemann 1998: 412-416; Pappi & Shikano 2001: 317-317; 326-327), während sie den kleinen Parteien vor allem dann Kompetenzpotentiale zuweisen, wenn diese an der Regierung beteiligt sind, so zum Beispiel den Grünen – neben der traditionell bei dieser Partei verankerten Lösungskompetenz für Umweltprobleme – im Rahmen der Bundestagswahl 2002 auch ein gewisses Potential für die Lösung außenpolitischer Probleme (vgl. für 2002: Kunz & Thaidigsmann 2005). Wahlrelevant werden langfristige Kompetenzzuschreibungen erst, wenn Wähler ihre individuellen Demands im öffentlichen Bewusstsein wiedererkennen (vgl. dazu auch Kapitel 4.2.3) – die Chance darauf ist aufgrund der erhöhten Aufmerksamkeit auf Seiten des Wählers und erhöhter Berichterstattung durch die Medien in Zeiten des Wahlkampfs besonders hoch.

Damit Wähler Parteien (und Kandidaten) die Kompetenz zur Lösung konkreter politischer Probleme zuschreiben können, gilt als Bedingung, dass Wähler überhaupt Themen benennen können und ihnen ein Mindestmaß an Bedeutung zuschreiben. Handelt es sich dabei um ein Thema, von dem der Wähler weiß, dass es von einer bestimmten Partei besetzt ist, der Partei also grundsätzlich ein Mindestmaß an Lösungskompetenz zugeschrieben wird (Petrocik 1996: 828), und der Wähler den Eindruck hat, dass dieses Thema auch entsprechend bearbeitet wird, dann handelt die Partei dem Wähler gegenüber responsiv. Dies gilt ebenso bei Deckungsgleichheit der im Wahlkampf verfügbaren Themen mit der Wähleragenda. Dies kann dazu führen, dass politische Akteure, die im Wahlkampf nah am Bürger argumentieren – also Themen auf die Agenda bringen, die nicht ihren traditionellen Kompetenzen entsprechen – vom Wähler mit einem Anstieg in der Kompetenzzuweisung belohnt werden. Dies ist deshalb von Interesse, da die Kompetenzzuschreibung schließlich auch einen großen Effekt auf das Wahlverhalten der Wähler haben kann: so konnte Paasch-Colberg (2017: 310ff.) für die Bundestagswahl 2009 nachweisen, dass von den themenspezifischen Einstellungen, insbesondere von den Kompetenzzuschreibungen zur Lösung der wichtigsten politischen Probleme, ein deutlicher Einfluss auf das Wahlverhalten ausging.⁶¹ Dabei ist der Effekt, der von der Kompetenzzuschreibung zur Lösung des wichtigsten Problems ausgeht, grundsätzlich stärker als der Effekt des zweitwichtigsten Problems. Schreiben Wähler einer Partei demnach die Kompetenz zur Lösung der für sie relevanten Probleme zu, so handelt es sich dabei mit großer Wahrscheinlichkeit um die Themen, die für sie wahlentscheidend sind. Dies deckt sich mit Befunden der generellen Themensalienz: so war der Einfluss der zugeschriebenen Sachfragenkompetenz auch in einer Studie von Fournier et al. (2003: 51-52) größer, wenn Wähler einen responsiven Umgang der politischen Akteure bezüglich der Themen wahrnehmen, denen individuell ebenfalls große Bedeutung beigemessen wird.⁶² Haben Wähler jedoch den Eindruck, dass die eigenen Themen gar nicht oder nur unzureichend behandelt werden, politische Akteure also nicht responsiv handeln, tritt das Gegenteil ein und der Wähler spricht den zu bewertenden Akteuren die Kompetenz zur Lösung der fraglichen Probleme ab.

Policies und damit verbundene Kompetenzbewertungen spielen demnach eine nicht unerhebliche Rolle für die Wahlentscheidung, die – wie Schoen und Weins (2014) betonen – sowohl retrospektiv (vgl. Fiorina 1982; Key 1966) als auch prospektiv (MacKuen et al. 1992) gefällt werden kann: Beides kann in Bezug zur Unterstützung der politischen Akteure gesetzt werden, denn

⁶¹ Paasch-Colberg nutzte dazu Daten der Rolling-Cross-Section-Vorwahlbefragung (ZA-Nr. 5303) der German Longitudinal Election Study (GLES) 2009 mit N=6.008 Befragten.

⁶² Fournier et al. (2003) nutzten dazu Daten der kanadischen Wahlstudie (CES) 1997 mit N=8.970 Befragten.

während in die Vergangenheit gerichtete Leistungsbewertungen als Determinanten des Stimmverhaltens dafür sprechen, die Wahlentscheidung als Belohnung oder Bestrafung für (Fehl-)Leistungen aufgefasst werden können, bilde der Einfluss in die Zukunft gerichteter Urteile über Positionen bezüglich politischer Sachfragen eine notwendige Bedingung dafür, einen Auftrag der Wähler an den Wahlsieger zu identifizieren, konkrete Policy-Forderungen umzusetzen und zu realisieren (Schoen & Weins 2014: 286).⁶³

In den vorangegangenen Abschnitten wurde deutlich, wie die Wähleragenda politischer Sachfragen entsteht, welche Konstrukte Einfluss auf die Entstehung der Agenda ausüben und erläutert, welche Rolle policies – im Rahmen der verschiedenen Erklärungsansätze des Wahlverhaltens, psychologischer Konstrukte wie der Political Efficacy sowie in Bezug auf Kompetenzzuschreibungen – für die Wahlentscheidung der Wähler einnehmen. Welche empirischen Befunde zu diesen Aspekten für die Bundesrepublik Deutschland vorliegen, wird im Folgenden näher betrachtet.⁶⁴

3.3 Empirische Befunde und Operationalisierungen zur Sachfragenorientierung von Wählern

Wähler sind für die Herausbildung einer Wahlentscheidung weniger an Informationen über die Persönlichkeit von Kandidaten oder mögliche Koalitionen, sondern vor allem an Informationen über (aktuelle) politische Probleme sowie Plänen und Positionen der Parteien interessiert (Jandura 2013: 155-156; vgl. auch Abbildung 4) – ein aus demokratietheoretischer Perspektive erfreuliches Ergebnis, das einer zunehmenden Wettkampfberichterstattung der Medien über Wahlkämpfe zuwiderläuft: Der Autor konnte dies für den Wahlkampf zur Bundestagswahl 2009 nachweisen. Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass sich – bei Vergleich unterschiedlicher politischer Involvierungsgrade – politisch involvierte Wähler signifikant stärker für politische Probleme interessierten als die Gruppe der weniger stark Involvierten (vgl. Jandura 2013: 156).

Trotz aller Fortschritte in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung lassen sich Aussagen über die Entwicklung sachfragenorientierten Wählens nur in geringem Umfang nachzeichnen, wie Schoen und Weins (2014: 293) richtig anmerken. Kontinuierlich erhobene Items, die sich mit der globalen Bewertung des Potentials von Sachfragen für den Wahlentscheid befassen, liegen weniger vor als Einstellungen zu konkreten Policies. Dazu zählen für die 1970er Jahre Fragen zu deutsch-deutschen Beziehungen und Wirtschaftspolitik, in Analysen, die nach der Wiedervereinigung durchgeführt wurden, hingegen Fragen zu eben dieser und zum Jahrtausendwechsel vermehrt Fragen zur Währungsreform. Dies erschwert den intertemporalen Vergleich und lenkt die Aufmerksamkeit stärker auf die Anwendung gängiger Operationalisierungen, die mittels häufig identischer Indikatoren Analysestrategien verfolgen, die je nach Perspektive (sozialpsy-

⁶³ Die Autoren merken allerdings an, dass für die klare Ableitung eines Handlungsauftrags für politische Akteure aus diesen prospektiven Positionsurteilen eine konsistente Wählerpositionierung notwendig sei, da die Wähler andernfalls zwar alle aufgrund ihrer Sachfragenorientierungen, etwa zur Ausländerpolitik, für eine Partei votiert haben könnten, die eine Hälfte aber aufgrund der vermeintlich liberalen, die andere aufgrund der angeblich restriktiven Haltung (Schoen & Weins 2014: 286 bzw. Campbell et al. 1960: 183).

⁶⁴ Empirische Befunde für sachfragenorientiertes Wählen im US-amerikanischen Raum finden sich u.a. bei Schoen und Weins (2014: 291-292), Ansolabehere et al. (2008) und Claassen (2009).

chologisch oder rational) unterschiedliche theoretische Interpretationen zulassen (vgl. Paasch-Colberg 2017: 146). Dennoch soll auf Grundlage der vorliegenden Studien ein Versuch unternommen werden, eine generelle Tendenz abzuleiten, die sich der Entwicklung von inhaltlichen Präferenzen für den Wahlentscheid andeutet (vgl. Abbildung 4).

Es existiert eine Vielzahl von Querschnittstudien, die den Einfluss der Themenorientierung auf das Wahlverhalten untersucht haben (vgl. Tabelle 4, Spalte 1). Hier wird überwiegend ein Abgleich der individuellen Einstellung zu vorgegebenen bzw. offen erhobenen Themen mit der wahrgenommenen Position der Parteien oder mit der über Partei- oder Wahlprogramm objektiv messbaren Position von Parteien vorgenommen (Debus 2007, 2010, 2012; Fuchs & Kühnel 1994; Kellermann & Rattinger 2005, 2007; Klein 2005c; Klein & Rosar 2007; Küchler 1994; Kunz & Thaidigsmann 2005; Pappi & Shikano 2001; Rattinger 1994; Roller 1998; Schmitt 1998; Thurner et al. 2012; Thurner & Pappi 1998).⁶⁵ Ausgangspunkt ist die Frage nach den wichtigsten politischen Problemen, die entweder offen oder geschlossen abgefragt werden,⁶⁶ mit der daran anschließenden (oder kombinierten) Frage danach, welcher Partei am ehesten die Kompetenz zugesprochen wird, das entsprechend genannte Problem zu lösen (Spalte 2). Zudem herrscht Uneinigkeit darüber, ob mit dem Urteil der Wähler über die Problemlösekompetenz retrospektive oder prospektive Leistungseinschätzungen gefällt werden (Spalte 3). Mit Bezug auf die hohe Unsicherheit, die mit der Annahme über zukünftige Leistungen verbunden ist, lautet eine nachvollziehbare Argumentation jedoch, dass zumindest die Bewertung der künftigen Lösungskompetenz für Probleme der Gegenwart auf Urteilen der Leistungen in der Vergangenheit beruht (vgl. etwa Fuchs & Kühnel 1994: 322-323). Mit Blick auf die gelisteten Studien wird deutlich, dass Wähler dazu in der Lage sind, politische Probleme zu benennen und darüber hinaus Urteile über die eigene Position zu fällen (Spalte 4). Sie zeigen jedoch auch, dass es durchaus Unterschiede gibt, wenn die Positionen der Parteien benannt werden sollen: zum einen scheinen westdeutsche Wähler Parteien häufiger eine konkrete Position zuordnen zu können als ostdeutsche Wähler (Kunz & Thaidigsmann 2005; Rattinger 1994). Zum anderen fällt es Befragten tendenziell leichter, konkret die Positionen der großen Parteien zu benennen als die der kleinen (Klein 2005c; Kunz & Thaidigsmann 2005; Rattinger 1994; Schmitt 1998) – es sei denn, es handelt sich um spezifische Probleme, die in direktem Zusammenhang mit dem Gründungsmotiv der Parteien stehen (Zusprache von Kompetenzen in der Umweltpolitik für die Grünen oder in Fragen der Digitalisierung für die Piratenpartei; vgl. u.a. Pappi & Shikano 2001). Die großen Parteien haben somit einen gewissen Vorteil, was die Beurteilung der zugesprochenen Lösungskompetenzen betrifft. Aus Sicht der Wahlforschung können somit auch belastbarere Urteile über große Parteien gefällt werden.

⁶⁵ Zu den Vor- und Nachteilen von offen erhobenen Fragen zählt einerseits eine allumfassende Erhebung aller den Wähler bewegenden Themen, andererseits fällt ein erhöhter Recodierungsaufwand an. Bei geschlossenen Fragen entfällt dieser Recodierungsaufwand zwar für den Forscher, allerdings werden zum einen von Beginn an Themen ausgeschlossen und zum anderen besteht die Gefahr, dass Befragte nur durch die vorgegebene Themenauswahl ein bestimmtes Thema für wichtig erachten, vgl. dazu auch Maurer (2010: 29-31).

⁶⁶ In ihrer Überprüfung, ob sich in Agenda-Setting-Studien durch das tatsächliche Fragedesign (beispielsweise bei der Frage nach wichtigsten Problemen vs. der Frage nach den wichtigsten Issues) ein signifikanter Unterschied in dem Antwortverhalten der Befragten ergibt, konnten Min et al. (2007) keine relevanten Differenzen ausmachen.

Um die Wahlentscheidung zu operationalisieren (Spalte 5), wird in Vorwahlbefragungen die Wahlabsicht abgefragt (Kellermann & Rattinger 2005; Küchler 1994), in Nachwahlbefragungen die tatsächliche Wahlentscheidung via Rückerinnerung (Fuchs & Kühnel 1994; Weßels 2004). Andere Messungen erfolgen über ein Parteien-Skalometer oder die Thermometerfrage (vgl. Rattinger 1994; Schmitt 1998). Dabei konzentrieren sich die Studien vorrangig auf der (prospektiven oder retrospektiven) Vergabe der Zweitstimme, die vorrangig nominalskaliert vorliegt. Gängige Operationalisierung ist dann meist ein Set an einzeln vorliegenden Dummyvariablen für jede Partei (Kellermann & Rattinger 2005; Klein & Rosar 2005) oder Lager für CDU/CSU und FDP bzw. SPD, Grüne und PDS/Linkspartei (Küchler 1994; Weßels 2004). Mittels linearen oder binär logistischen Regressionsmodellen (Spalte 6) zeigt sich in allen Studien ein Einfluss der Themenorientierung auf den Wahlentscheid (Spalte 7), der zwischen den Parteien variiert (u.a. Kellermann & Rattinger 2005) und stärker für Performanz- als für Positionissues vorliegt (u.a. Paasch-Colberg 2017).

Tabelle 4: Messung und Untersuchung sachfragenorientierten Wählens als Bedingung für die Unterstützung des politischen Systems**Analysestrategie: Abgleich individueller Einstellung zu offen abgefragten bzw. vorgegebenen Themen mit individuell wahrgenommener Position der Parteien (Distanzmodell)**

Studie	Issuemessung	Zeitliche Ebene Performanz- einschätzung	Ergebnis Positions-/ Performanzangabe	Messung Wahlentscheid	Modell	Ausmaß der Themenorientierung für Wahlentscheid
Klein (2005c)	Zweistufige Abfrage: 1. Wichtigstes Problem 2. Kompetenzzuschreibung	prospektiv	Angabe eigener Position möglich; Angabe Partei- position stärker für große als kleine Parteien; verein- zelt Ost-/West- Unterschiede	Wahlabsicht (Zweitstimme), nominalskaliert, dummy- codiert	Binäre logistische Regression	Größer für große als für kleine Parteien
Kellermann & Rattinger (2005)					Lineare Regression	Variiert zwischen Parteien
Kellermann & Rattinger (2007); Klein & Rosar (2005); Paasch- Colberg (2017)					Binäre logistische Regression	Stärker für Performanz- als für Positionsissues (Klein & Rosar 2005)
Rattinger (1994)						Variiert zwischen Parteien
Schmitt (1998)	Kombination aus Abfrage wichtigster Probleme mit Kompetenzzuschreibung	Prospektiv	Angabe eigener Position möglich; Angabe Position kleiner Parteien nicht möglich	Wahlentscheid	Multiple OLS- Re- gression	Stärker für Performanz- als für Positionsissues;

Analysestrategie: Abgleich individueller Einstellung zu offen abgefragten/vorgegebenen Themen mit individuell wahrgenommener Parteiposition (Richtungsmodell)						
Studie	Issuemessung	Zeitliche Ebene Performanzein- schätzung	Ergebnis Positions-/ Performanzangabe	Messung Wahlentscheid	Modell	Ausmaß der Themenorientierung für Wahlentscheid
Kunz & Thaidigsmann (2005)	Zweistufige Abfrage: 1. Wichtigstes Problem 2. Kompetenzzuschreibung	keine Angabe	Angabe eigener Position möglich; Angabe Parteiposition möglich; einzelne Ost-/ West-Unterschiede	Wahlabsicht und Rückerinerung (Zweitstimme), nominalskaliert, dummy-codiert	Binär logistische Regression	Stärker für Performanz- als für Positionissues
Analysestrategie: Abgleich individueller Einstellung zu offen abgefragten/vorgegebenen Themen mit objektiver Parteiposition						
Debus (2007); (2010); (2012)	2012: 1. Wichtigstes Problem 2. Kompetenzzuschreibung; Selbsteinschätzung und Parteipositionsbestimmung auf Links-Rechts-Skala	keine Angabe	Angabe eigener Position möglich	Wahlabsicht vor der Wahl (Zweitstimme), nominalskaliert, dummy-codiert	Bedingte logistische Regression	Stärker für Performanz- als für Positionissues (Debus 2007);
Thurner & Pappi (1998)	Selbsteinschätzung und Parteipositionsbestimmung auf Links-Rechts-Skala	retrospektiv und prospektiv	Angabe eigener Position möglich	Wahlentscheidung (Zweitstimme), nominalskaliert, dummy-codiert	Genestete Klassifikationsmodelle	Stärker für Performanz- als für Positionissues, v.a. für Regierungsparteien
Analysestrategie: Abfrage individueller Einstellungen zu offen abgefragten/vorgegebenen Themen ohne Abgleich mit Parteiposition						
Roller (1998)	Selbsteinschätzung und Parteipositionsbestimmung auf Links-Rechts-Skala	retrospektiv	Angabe eigener Position möglich	Wahlentscheidung (Lagerbildung gemäß Zweitstimme), nominalskaliert, dummy-codiert	Diskriminanzanalyse	Stärker für Performanz- als für Positionissues, v.a. für Regierungsparteien

Anmerkung: Ausgewiesen sind nur Studien, die sich auf Wahlen in der Bundesrepublik Deutschland beziehen und in denen der Themenorientierung ein eigenständiger Beitrag für den Wahlentscheid nachgewiesen werden konnte. In Anlehnung an Schoen und Weins (2014: 291-293) und Paasch-Colberg (2017: 145-164); eigene Darstellung.

Politische Akteure sind sich dieser kognitiven Prozesse und der damit verbundenen Effekte bewusst, die – ganz besonders im Wahlkampf – seitens der Bürger ablaufen. Eine Möglichkeit, dieses Wissen einzusetzen, wäre die Entscheidung, die eigene Agenda rein an den Interessen der Bürger auszurichten. Allerdings verfolgen politische Akteure auf Basis eigener Motive und Interessen auch ihre eigenen Handlungsabsichten, die u.a. wahlweise die Machtübernahme oder den Machterhalt zum Ziel hat. Gerade in dem Wissen, dass nicht jeder politische Akteur auf jedem Politikfeld Kompetenzen aufweisen kann, erscheint es nicht lohnenswert, *jedes* Politikfeld zu betonen, um gewählt werden zu können. Um daher Aussagen über das Ausmaß des Responsivitäts- und Persuasionspotentials politischer Akteure treffen zu können, muss auch hier das Zustandekommen der politischen Agenda – analog zu dem der Wähleragenda – betrachtet werden. Dazu dient das folgende Kapitel. Aufgrund des erhöhten Handlungsbedarfs in dieser Phase werden stringenterweise auch hier das Zustandekommen der Agenda politischer Akteure sowie das damit verbundene kommunikative Verhalten im Wahlkampf betrachtet. Dieser Zeitraum bietet sich an, da politische Akteure in dieser Phase gezwungenermaßen eine Agenda aufstellen und dazu verschiedene Kommunikationsstrategien entwickeln müssen, um für die aufgestellten, politischen Inhalte werben. Welche Möglichkeiten nun politischen Akteuren zur Verfügung stehen, im politischen Diskurs genau darauf einzuwirken, verdeutlicht das folgende Kapitel.

4. Akteure im politischen Diskurs der Mediengesellschaft

„Von den durch die Rede geschaffenen Überzeugungsmitteln gibt es drei Arten: Sie sind zum einen im Charakter des Redners angelegt, zum anderen in der Absicht, den Zuhörer in eine bestimmte Gefühlslage zu versetzen, zuletzt in der Rede selbst, indem man etwas nachweist oder zumindest den Anschein erweckt, etwas nachzuweisen.“
(Aristoteles übersetzt 2007: 12)

Um die Möglichkeiten und das Ausmaß der Repräsentativität politischer Akteure auszuloten, muss nun ein Blick auf die politische Agenda geworfen werden. Diese Agenda ist – ähnlich wie die der Bürger – verschiedenen Einflüssen unterworfen, die sowohl externer, aber auch strategischer Natur sind. Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln die Notwendigkeit der Aufstellung einer politischen Agenda sowie die von den Bürgern formulierten Ansprüche an die politische Agenda erläutert worden sind, folgt nun zunächst eine Betrachtung des Stellenwerts politischer Sachfragen, den politische Akteure diesen zuweisen sowie ein Blick auf das strategische Themenmanagement und die generellen Ansatzpunkte, Repräsentativität bezüglich der Wähleragenda zu erzeugen. In einem zweiten Schritt folgt dann eine Betrachtung der medialen Vermittlungsinstanzen sowie der aus Sicht der Kommunikationswissenschaften relevanten Wirkungsannahmen, die im Zuge der Thematisierung von Sachfragen durch politische Akteure getroffen werden können.

4.1 Zum Stellenwert politischer Sachfragen für politische Akteure in der Mediengesellschaft

Es wurde bereits angedeutet, dass politisches Handeln in der Demokratie zustimmungsabhängig und infolgedessen auch begründungsbedürftig ist (vgl. dazu auch Sarcinelli 1998b: 11). Politische Akteure, die um die Besetzung von Regierungspositionen konkurrieren, sind daher permanent – nicht nur, aber ganz besonders im Wahlkampf – darauf angewiesen, sich und ihr Handeln in der politischen Öffentlichkeit zu präsentieren und zu rechtfertigen, die Bürger über politische Planungen und Entscheidungen zu informieren, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Unterstützung zu generieren (Tenscher 2000: 7). Damit wird mediale Präsenz zur „unverzichtbaren Machtprämie“, die für politische Akteure notwendig ist, um wiedergewählt zu werden (Sarcinelli 1991: 474). In diesem Zusammenhang findet eine notwendige Legitimationsdiskussion ihren Nährboden,⁶⁷ die sich in politisch-kultureller Perspektive auf die Trias „herrschaftlicher Setzung, Rechts-

⁶⁷ Zu den verschiedenen denkbaren Lesarten von Legitimität (Theoriegeschichte, Staatsphilosophie, politischer Kultur u.ä. siehe Sarcinelli (2011: 89-91).

geltung und politischer Unterstützung“ (Sarcinelli 2011: 91) und auf die Anerkennungswürdigkeit der vorherrschenden politischen Ordnung stützt. Diese Form der Unterstützung bedarf der permanenten Bescheinigung durch Information und Kommunikation (vgl. dazu auch Oberreuter 1989 und Ronneberger 1977).

Neben sowie bei der Herbeiführung und Durchsetzung kollektiv verbindlicher Entscheidungen über die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens ist die Vermittlung dieser Prozesse von politischen Amtsträgern an den Bürger somit ein integraler Bestandteil politischen Handelns. Dabei geht es nicht um die Abbildung von Politik, wie sie angeblich ist, sondern vielmehr um die (mediengerechte und) publikumsattraktive Vereinfachung von Politik, um langfristige Unterstützung zu generieren (vgl. etwa Sarcinelli 2011: 115). Insofern ist politische Legitimationsuche noch immer untrennbar mit politischen Vermittlungs- und Kommunikationsleistungen verknüpft. Bei der unterstützungsgenerierenden Pflicht zum permanenten Rückbezug auf die Wähler geht es aber nicht nur darum, artikulierte Interessen der Wählerschaft aufzunehmen, sondern auch darum, *nicht*-artikulierte Interessen zu erkennen und zu artikulieren (Sarcinelli 2011: 95).

„Responsivität im politischen Sinne bezeichnet [auch] die Bereitschaft der Repräsentanten, die Interessen, ‚den Willen‘ der Bürger wahrzunehmen und zu berücksichtigen“ (Cancik 2013: 280, FN 40)

Für die Darstellung von Responsivität und erfolgreich durchzuführender Persuasion benötigen politische Akteure massenmediale Ressourcen, um auf diesem Wege die eigenen politische Pläne einer breiten Masse der Bevölkerung zugänglich zu machen („Zentralachse des Wahlkampfes“, Pfetsch & Schmitt-Beck 1994: 235) und auf verschiedenen Ebenen zu überzeugen.⁶⁸ In diesem Zusammenhang sind folglich mehrere Fragen relevant:

- (1) Welche Kommunikationswege und -strategien nutzen politische Akteure?
- (2) Welche Themen besetzen sie, inwiefern leiten sie diese aus der sie umgebenden Umwelt ab, inwiefern sind sie den Akteuren immanent (*Motive*)?

4.1.1 Kommunikationswege und -management politischer Akteure

Politische Akteure können mediale Ressourcen nie vollständig kontrollieren, aber sehr wohl beeinflussen (Pfetsch & Schmitt-Beck 1994; Radunski 1980; Schoenbach 1987). Auch wenn sich die Kommunikationswege durch die Einführung und permanente Ausweitung des Internets mittels verschiedenster Plattformen sozialer Medien stetig wandeln, ermöglicht das Fernsehen durch die nach wie vor intensive Nutzung seitens seiner Rezipienten und der damit verbundenen hohen Reichweite Politikern, eine „disperse, heterogene und anonyme Wählerschaft“ zu erreichen (Pfetsch & Schmitt-Beck 1994: 234). Das Fernsehen hat demnach – aufgrund seiner visuellen Komponente, der perzipierten Objektivität, Vollständigkeit und Glaubwürdigkeit – noch immer die Rolle des führenden Mediums der politischen Informationsvermittlung auf nationaler Ebene

⁶⁸ Vgl. dazu auch das zu diesem Kapitel eingangs formulierte Zitat Aristoteles’.

inne (Zubayr & Heinz 2017: 136)⁶⁹ und erfährt dementsprechende Beachtung bei den Wahlkampfstrategen, wie ältere Untersuchungen zeigen (Kiefer 1996; Radunski 1996; Tenscher 1998: 33).

Als Ergebnis der starken TV-Fokussierung wird ein zunehmender Personalisierungstrend konstatiert (Graber 1993), der zu einer Veränderung von politischen Vermittlungsprozessen und einer veränderten Wahlkampfführung seitens des politischen Spitzenpersonals geführt hat (Brettschneider 2002c). Dies drückt sich unter anderem auch darin aus, dass statt politischer Kompetenzen Mediengewandtheit und fernsehtaugliches Charisma zum dominierenden Kriterium für politische Akteure werden (Sarcinelli 1991: 496ff.). Bei Betrachtung von TV-Wahlkämpfen als Kommunikationsereignis aus der Schnittstellenperspektive von Politik- und Kommunikationswissenschaften taucht häufig der Terminus der „symbolischen Politik“ auf, der ursprünglich von Edelman (1976) eingeführt und beständig weiterentwickelt wurde (Sarcinelli 2011: 137-152). Der Ansatz der symbolischen Politik trägt der Tatsache Rechnung, dass politische Handlungen und Entscheidungen meist ‚hinter der Bühne‘ getroffen werden, ihre Legitimation allerdings nach wie vor durch die Öffentlichkeit hergestellt werden muss, um – systemtheoretisch argumentiert – Unterstützung zu generieren. Ihm liegt demnach das Verständnis der Realitätsdopplung zugrunde, die eine Trennung politischer Handlungen und Ereignisse in die *tatsächliche* Handlung (Nennwert) und die *Darstellung* der Handlung (Symbolwert) vorsieht (Tenscher 1998: 36). Auch im TV-Wahlkampf sind Spitzenpolitiker demnach immer mit der Herausforderung konfrontiert, durch möglichst gute Inszenierung kommunikative Positionsvorteile im zwischenparteilichen Wettbewerb zu erringen (Sarcinelli 1989) – indem sie (1) dafür sorgen, dass sie überhaupt von den Wahlberechtigten wahrgenommen werden und (2) Wahlkämpfe und -ereignisse dazu nutzen, die eigene Problemlösungskompetenz und die politischen Grundorientierungen darzustellen – und dies (3) mit einem möglichst positiven, zumindest aber neutralen Medientenor (Brettschneider 2002b: 37; Radunski 1980). Um diese Ziele – Medienpräsenz und positive bzw. neutrale Medientendenz – zu erreichen, sind Politiker im Wahlkampf auf die Beratung durch Experten angewiesen, die nicht nur auf dem Gebiet des Themenmanagements, sondern auch der Wahlkampfkommunikation die notwendige Expertise vorweisen können.⁷⁰

Verschiedene Untersuchungen bescheinigen einen kontinuierlichen Abbau von politischen Experten in Wahlkampfstäben und eine beinahe analoge Aufstockung durch professionelle Medienberater (Radunski 1996; Sarcinelli 2011: 211f.). Beratung von Politik hat sich im Zuge dessen ‚verberuflicht‘ (Althaus 1998), in Berufsverbänden organisiert⁷¹ und ist vorrangig auf dem Feld der Wahlkampfkommunikation sichtbar. Es lässt sich dennoch ein wachsender Trend zur Ausdifferenzierung der Politikberatung beobachten und eine Zunahme auf dem Gebiet der sogenannten ‚issue advocacy‘, bei der es nicht um die Wahl von Personen geht, sondern vielmehr um

⁶⁹ Daran ändert sich (bisher) auch noch nicht viel in Zeiten von Postfaktizität, da dem Fernsehen – unabhängig von parteipolitischer Orientierung der Bürger – noch immer die höchste Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird, wie jüngste Umfragen im Umfeld der Bundestagswahl 2017 zeigen; vgl. Sänglerlaub 2018 sowie Zubayr & Heinz (2017).

⁷⁰ Dies ist keine neuartige Entwicklung moderner Wahlkampfführung, verändert hat sich nur die Art und Weise, wie Beratung durchgeführt und von politischen Akteuren in Anspruch genommen wird, vgl. dazu Falk et al. (2006: 12).

⁷¹ In Deutschland gründete sich im Mai 2002 der Verein „Deutsche Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol e.V.)“, der kontinuierlich eine Zunahme von Mitgliedern zu verzeichnen hat (160 direkte und 37 korporative Mitglieder im September 2016), vgl. <http://www.degepol.de/mitglieder-all/>.

themenspezifische Kampagnen, die von Politikberatern begleitet werden (vgl. Röttger 2001). Müller (2006: 90f.) hält dazu fest, dass Politiker damit eine beratende Dienstleistung in Anspruch nehmen, um eine strategische, zielgerichtete Kommunikation zu entwerfen, die auf eine veränderte kommunikative Vermittlung von Politikinhalten abziele. Politikberater, die in den Wahlkampfstab eingesetzt werden, erweisen sich wahlkampfstrategisch demnach als äußerst hilfreich, wenn es darum geht, „massenmediale Berichterstattung durch das Ausnutzen der operativen Funktionen der Massenmedien (*agenda-setting function*) zu eigenen parteipolitischen Interessen zu instrumentalisieren“ (Tenscher 1998: 35). Der TV-Wahlkampf werde zu einem „von der Parteiführung und den Kampagnenspezialisten gesamthaft geplante[n] *Kommunikationsereignis* zur Durchsetzung eigener Themen und Images“ (Pfetsch & Schmitt-Beck 1994; Tenscher 1998: 35).⁷²

Um die Quantität der tatsächlich in Anspruch genommenen Politikberatung vor Bundestagswahlen zu messen, können Befragungen von Kandidaten zu Rate gezogen werden. Hilfreich sind an dieser Stelle Daten der Kandidatenstudien, die seit 2002 in unterschiedlichem Umfang unter Bundestagsabgeordneten erhoben wurden und in denen u.a. die Inanspruchnahme von professionellen Wahlkampfberatern ermittelt wurde (vgl. Tabelle 5).⁷³ Allerdings wurden die Kandidaten nur in einer Studie (2005) nach den konkreten Inhalten bzw. den Motiven der Beratung gefragt; eine Antwort blieben die Befragten hier meist schuldig. Auch lässt sich zumindest anhand der Daten nicht eindeutig festmachen, dass eine Zunahme der professionellen Wahlkampfberatung stattfindet, sondern der Anteil derer stattdessen schwankt.⁷⁴

⁷² Welche Herausforderung dies mitunter darstellen kann, zeigte sich unter anderem im jüngsten Bundestagswahlkampf: so machte der SPD mit ihrem Spitzenkandidaten vor allem die Fokussierung und gleichzeitige Vernachlässigung einzelner Themen zu schaffen, wie eine Analyse der Print- und Online-Berichterstattung „über Parteien und Politiker in 20 führenden Meinungsführermedien“ durch den Media Tenor (2017) nahelegt. Für die Analyse wurden 25.025 Berichte ausgewertet, die zwischen dem 1. Januar und 20. September 2017 erschienen. Der Bericht ist verfügbar unter <http://de.mediatenor.com/de> (letzter Zugriff: 03.03.2018).

⁷³ Die Kandidatenstudien wurden von der Autorin auf schriftlichen Antrag über GESIS bezogen, Verwendung finden die folgenden Datensätze: Studie 2002: Zentralarchiv-Nummer ZA4225, Version 1.0.0 Schmitt et al. ; Studie 2005: ZA4923, Version 1.0.0 Gschwend et al. ; Studie 2009: ZA5318, Version 2.0.0: Rattinger et al. (2012); Studie 2013: ZA5716, Version 3.0.0: Rattinger et al. (2014). Die Autorin gewährleistet hiermit gemäß Datennutzungsvereinbarung die in den Datensätzen enthaltenen Zielpersonen durch die Analyse nicht re-identifizierbar bzw. die in der Datenbasis enthaltenen anonymisierten statistischen Einzelangaben nicht de-anonymisierbar zu veröffentlichen.

⁷⁴ Eine andere Lesart dieser Befunde wäre es zu argumentieren, dass im Rahmen der Kandidatenstudien eher diejenigen Kandidaten teilgenommen haben, deren Kandidatur nicht erfolgreich war und diejenigen Kandidaten, die in den Bundestag gewählt wurden und möglicherweise viel eher professionelle Wahlkampfberatung in Anspruch genommen haben, aufgrund der zeitlichen Belastung der Mandatswahrnehmung nicht an der Befragung teilgenommen haben und somit die Ergebnisse nicht korrekt abbilden. Um diese Kritik zumindest teilweise zu entkräften, wurde zum einen die getrennte Betrachtung des individuellen Wahlausgangs (erfolgreiche vs. verlorene Kandidatur) gewählt und zum anderen das jeweils in den Datensätzen enthaltene Repräsentativgewicht in die Analysen mit einbezogen, das es ermöglicht, die Daten an die Verteilung der entsprechenden Kandidaten- bzw. Mandatsträgeranzahl anzupassen. Mittelwertvergleiche des Wahlkampfbudgets ergeben statistisch hoch signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe der Kandidaten mit erfolgreicher Kandidatur und der Gruppe der Kandidaten mit verlorener Kandidatur; bzgl. der Anzahl professioneller Wahlkampfberater fällt das Ergebnis hingegen uneinheitlich aus (nicht signifikant; T-Tests für unabhängige Stichproben; $p < .001$).

Tabelle 5: Entwicklung der professionellen Wahlkampfberatung in der Bundesrepublik Deutschland, 2005-2013

Wahljahr	Erfolg der Kandidatur	Größe des Wahlkampfteams	Professionelle Wahlkampfberater	Höhe des Wahlkampfbudgets
2005 (N=1.031)	Ja (N=212)	12,7 / 8,25 (0; 100)	13,8 (1; 2)	26.915 / 20.004 (500; 150.000)
	Nein (N=819)	6,9 / 11,45 (0; 80)	3,8 (1; 2)	6.113 / 9.925 (0; 70.000)
2009 (N=790)	Ja (N=198)	12,2 / 16,89 (0; 150)	17 (1; 2)	31.119 / 25.892 (0; 190.000)
	Nein (N=592)	4,81 / 6,26 (0; 54)	5,3 (1; 2)	7.496 / 12.969 (0; 100.000)
2013 (N=1.137)	Ja (N=232)	16,47 / 18,44 (0; 150)	2,4 (1; 2)	32.565 / 23.893 (0; 120.000)
	Nein (N=905)	23,23 / 448,50 (0; 12.500)	2,2 (1; 2)	5.812 / 10.825 (0; 150.000)

Quelle: siehe Fußnote 73; Angaben in Mittelwerten/Standardabweichung; für Spalte professioneller Wahlkampfberater Angaben in Prozent. Angaben in Klammern: minimale bzw. maximale Anzahl an am Wahlkampf beteiligten Personen bzw. professionellen Wahlkampfberatern sowie minimales bzw. maximales Wahlkampfbudget, Angabe in EUR (gerundet).

Studien zeigen jedoch, dass das inhaltliche Themenmanagement den größten Stellenwert der Politikberatung einnimmt (Brettschneider 2002b: 38).⁷⁵ Aus diesem Grunde erfolgt im folgenden Abschnitt eine nähere Betrachtung der Themenauswahl politischer Akteure.

4.1.2 Responsivität und Persuasion: Zur Themenauswahl politischer Akteure

„In contrast to public agenda setting, where the mechanism is an accessibility effect – when people are asked what they care about they look into their memory for the things they have experienced (in the media) recently and/or frequently – political agenda setting might be more a matter of applicability.“
(Walgrave & van Aelst 2016: 12)

Studien zur Kongruenz von Wähler- und Politikagenda nehmen meist einen Vergleich zwischen Issues, die das Regierungshandeln bestimmen, und in den Medien hoch salienten Sachfragen vor (für Deutschland siehe etwa Brettschneider 1995; Marcinkowski 1998: 20; für die USA siehe u.a. Ansolabehere et al. 2001; Monroe 1979): „There are many answers to the question of what drives the political agenda. Within that large research domain, there is a steadily growing body

⁷⁵ Dies schließt nicht aus, dass es Polit-PR natürlich auch gewissen Marketing-Charakter hat, der auf Kandidaten- und Kommunikations-PR abzielt, wie Brettschneider anmerkt: „Ein nicht unerheblicher Teil der Polit-PR dient dazu, hausgemachte Kommunikationspannen wieder auszubügeln, Äußerungen von Politikern aus den eigenen Reihen zu interpretieren, Widersprüche zwischen den Aussagen unterschiedlicher Politiker zu glätten“ (Brettschneider 2002a: 38). Ein inhaltlicher Schwerpunkt ist dennoch auszumachen.

of work that looks at the impact of the mass media on the political agenda. Preceding media coverage of issues translates into later political attention, these media and politics scholars claim" (Walgrave & van Aelst 2016: 12). Empirische Befunde aus den USA belegen ebenfalls ein Mindestmaß an Responsivität, wenngleich diese im Laufe des letzten Jahrhunderts schwankten (Jacobs & Shapiro 2000): dieses Mindestmaß wird von einigen Autoren als „Zwei-Drittel-Regel“ tituliert (Monroe 1979; Page & Shapiro 1983); wobei explizit von der Berücksichtigung der Mehrheitsmeinung der Bevölkerung (und nicht der öffentlichen Meinung) gesprochen wird.⁷⁶

Für Deutschland liegen ebenfalls Befunde vor, die belegen, dass – gemessen an Wahl- und Parteiprogrammen – „die relevante Orientierung der politischen Parteien [...] die wahrgenommenen Politikpräferenzen der Wähler“ reflektieren (Marcinkowski 1998: 20; vgl. auch Tabelle 4). Die Ermittlung der Mehrheitsmeinung der Bevölkerung gehört zwischenzeitlich zu den Aufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsabteilungen von Parteien, Fraktionen und Regierungsbehörden (Rhombert 2009: 225). Dabei wird verstärkt auch auf Meinungsumfragen gesetzt, die abgekoppelt von der Medienberichterstattung durchgeführt und bewertet werden können und ein selbstverständliches Element der Wahlkampfplanung darstellen (Radunski 1980; Sarcinelli & Schatz 2002: 25). Politische Akteure nutzen demnach nicht nur die Medienagenda, sondern setzen gleichwertig auf Informationen der Demoskopie, wenn es darum geht, die zu besetzenden Themen zu ermitteln (vgl. Fuchs & Pfetsch 1996; Manza & Cook 2002: 22). Brettschneider (1995: 203-204) konnte in seiner Untersuchung der Responsivität des Deutschen Bundestags signifikante Effekte nachweisen; die Abgeordneten legen somit bei der Bearbeitung politischer Sachfragen eine hohe Orientierung an Bürgerpräferenzen an den Tag. Auch wenn diese Ergebnisse vor dem vordergründigen Motiv der Machterhaltung und weniger unter dem Postulat bewertet werden müssen, der demokratischen Norm, die Demands der Bürger aufzugreifen, zu entsprechen, so lässt sich daraus dennoch ableiten, dass Wählerinteressen Eingang in das Themenmanagement der Parteien und ihren politischen (Spitzen-)Kandidaten finden. Damit kann es ihnen durchaus gelingen, Unterstützung zu generieren, um wiedergewählt zu werden (vgl. Kapitel 3.3).⁷⁷ Die Herausforderung stellt sich – insbesondere vor dem Hintergrund geringer Parteimitgliederzahlen – letztlich darin, sowohl eine breite Wählermasse anzusprechen als auch ihren eigenen Anhängern mit ihren parteipolitisch spezifischen Interessen gegenüber responsiv zu handeln (Page 2002; Page & Shapiro 1983). Dies führt wiederum – ähnlich wie die Zuschreibung und/oder Absprache von Kompetenz – dazu, dass politische Akteure (selektiv) Themen besetzen.

Welche Themen Kandidaten im Wahlkampf betonen, ist also von großer Tragweite für ihre Bewertung durch Wählerinnen und Wähler. In der Wahlkampfforschung wird dabei auch der Fokus auf die noch unentschlossenen Wähler gelegt, da gerade dieses Wählerklientel seine Wahlentscheidung oft nur wenige Tage vor der Wahl (oder auch in der Wahlkabine selbst) trifft und die Entscheidung anhand der Themen vornimmt, „die gerade ‚top-of-the-head‘“ (Brettschneider

⁷⁶ Dabei wird die Berichterstattung meist als öffentliche Meinung definiert, die nicht unbedingt der Bevölkerungsmeynung entsprechen muss. Ausführungen zur öffentlichen Meinung, die in diesem Kontext relevant sind, werden daher ab Kapitel 4.2 behandelt.

⁷⁷ Eine alternative Lesart bedeutet für abweichende Agenden hingegen, dass diese ebenso als Sieg der ‚Stimmungsdemokratie‘ gewertet werden kann, falls befürchtet wird, „dass sich die Parteien gerade in Wahlkämpfen zu sehr an den schwankenden Interessen und Bedürfnissen der Bürger orientieren, die sie über Umfragen erfassen, ohne langfristige politische Ziele zu verfolgen“ (Hüning & Tenschler 2002: 308, in Anlehnung an Oberreuter 1987).

2002b: 38) bzw. gedanklich gerade verfügbar sind (Zaller 1992). Dies liegt auch im Komplexitätszuwachs gesellschaftlicher Probleme, begründet, der die Problemlösefähigkeit von politischen Spitzenakteuren fordert und zu erhöhtem Problem- und Zeitdruck führt, der wiederum das Engagement von Politikberatern notwendig macht (Falk et al. 2006: 12). Parallel zum Bedarf hat sich innerhalb der Politikberatung, die politisches Spitzenpersonal in Anspruch nimmt, eine ausdifferenzierte Spezialisierung auf die gängigen Dimensionen des Politikbegriffs entwickelt und etabliert, die im Zuge dieser Arbeit relevant ist (Falk et al. 2006: 15). Damit wird der Notwendigkeit Rechnung getragen, die eigene Problemlösekompetenz professionell darzustellen und glaubhaft medial zu vermitteln. Daten über die Inanspruchnahme derartiger Beratungsangebote könnten demnach wichtige Erkenntnisse darüber liefern, inwieweit vom Bürger als wichtig wahrgenommene politische Sachfragen Eingang in die Themenauswahl und das Themenmanagement finden, da sich hier die Wahrnehmung, Behandlung und Lösung der Demands (Easton 1965: 38) für den Bürger widerspiegelt und damit einen entscheidenden Beitrag für die spezifische Unterstützung der politischen Akteure im politischen System leisten. Dies ist umso wichtiger, als dass politische Kommunikation auch und gerade im Wahlkampf in einem besonderen Kommunikationsumfeld stattfindet: „Ereignisse, die bei der Formulierung einer Kommunikationsstrategie nicht vorhersehbar waren, können von heute auf morgen auf der Tagesordnung erscheinen und Reaktionen der Parteien erzwingen. [...] Um darauf reagieren zu können, muss Polit-PR sehr flexibel angelegt sein und Szenarien für zahlreiche Eventualitäten bereithalten“ (Brettschneider 2002b: 38). Sie sollte das langfristige Themenmanagement – das bis zu einem gewissen Grad die Interessen der Wähler adressieren sollte – aber dennoch nicht aus den Augen verlieren, wenn Medienpräsenz und Medientenor im Sinne der Kandidaten beeinflusst werden sollen. Hierfür stehen Kandidaten und Wahlkampfstäben verschiedene Strategien zur Verfügung (vgl. Tabelle 6, zur klassischen Agenda-Setting-Funktion der Medien vgl. Kapitel 4.2.2).

Tabelle 6: Strategien des Themenmanagements politischer Akteure

Theoretisches Konzept	Strategie	Aktion	Art des Themas	Repräsentative Strategie
Dominanzprinzip	Agenda-Setting	Themensetzung	Betonung von Themen mit Kompetenzzuschreibung für Kandidat/Partei	Persuasion
	Agenda-Cutting	Themenbeschneidung	Vermeidung von Themen mit Kompetenzabsprache für Kandidat/Partei	
Dispersionsprinzip	Agenda-Surfing	Themenbedienung	Nutzung (unvorhergesehener, nicht ignorierbarer) Ereignisse auf Grundlage der Kompetenzen von Kandidat/ Partei	Responsivität
	„Riding the wave“	Themenübertretung	Kompetenzunabhängige Betonung von Themen durch Orientierung an Wähleragenda	

Quelle: Brettschneider (2002b: 38); Riker (1996: 106) und Sides (2006: 411-412); eigene Darstellung.

Politische (Spitzen-)Kandidaten und Politikberatung sind sich dessen bewusst, dass sich die Thematisierung von politischen Sachfragen, in denen den Kandidaten oder der Partei des Kandidaten die entsprechende Lösungskompetenz durch den Wähler zugesprochen wird, vorteilhaft für sie auswirken kann. Diese Annahme geht auf die Theorie des Issue Ownership zurück, die zugleich ein *dominanzgeleitetes* rhetorisches Handeln impliziert (Riker 1996: 106). In dem Wissen über die Vorteile, die sie auf den mit ihnen verbundenen Issues innehaben, versuchen Kandida-

ten und ihre Wahlkampfstrategen durch das aktive Setzen genau jene Themen in der medialen (Wahlkampf-) Berichterstattung zu platzieren und sie dort zu halten (*Agenda-Setting*). Der zugrundeliegende Mechanismus ist hier die Glaubwürdigkeit, die die Partei des Kandidaten oder auch der Kandidat selbst durch politische Erfolge in der Vergangenheit erlangt hat (Sides 2006: 411-412). Ein ähnliches Vorgehen gilt somit auch für Themen, von denen politische Akteure (wie auch ihre Berater) wissen, dass Wähler dem politischen Gegner Kompetenzen in diesen Sachfragen absprechen. Gegnerbeobachtung und Rückkopplung sind somit zentrale Bestandteile professioneller Kampagnen (Tenscher 2007: 68). Um den Gegner in ein schlechtes Licht zu rücken, werden derartige Themen ebenso lanciert wie solche Themen, die den eigenen Kompetenzfeldern nützen. Für den Wahlkampf verantwortliche Parteimanager und speziell in Wahlkampfzeiten angeheuerte Spin-Doktoren wie auch die Medienberater der Parteien und Kandidaten versuchen also bewusst, die Medienberichterstattung zugunsten ihrer Partei zu prägen. Damit sollen die eigenen Anhänger mobilisiert und die ungebundenen Wähler überzeugt werden. Medienpräsenz, eine vorteilhafte Medientendenz und vor allem das richtige thematische Umfeld sind demnach auch aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ebenso wie aus systemtheoretischer Sicht Voraussetzungen für den Wahlerfolg (vgl. zu diesem Abschnitt Brettschneider 2014: 652-653). Im Gegensatz dazu vermeiden politische Akteure durch *Agenda-Cutting* genau die Themen, von denen bekannt ist, dass ihnen keine Kompetenzen zugetraut werden, die damit verbundenen politischen Probleme zu lösen. Sides (2006: 411) betont in diesem Zusammenhang auch die Irrationalität, die eine Betonung solcher Themenkomplexe im Wahlkampf mit sich brächte, da ein solches Handeln gleichbedeutend mit einer Verschwendung von (Wahlkampf-)Ressourcen sei. Diese Strategie kann auch als Vorstufe oder auch als ein weiteres Motiv für *Agenda-Setting* angesehen werden, da das Beschneiden der Berichterstattung über Themen, die mit Nachteilen für das eigene Lager verbunden sind, dann am besten funktioniert, wenn stattdessen ein anderes Thema platziert werden kann, das sich aus Sicht des betroffenen Kandidaten, der betroffenen Partei bzw. des betroffenen Lagers vorteilhaft auf Kompetenzzuschreibungen auswirkt. Daher handelt es sich bei einem Themenmanagement, das nach dem Dominanzprinzip ausgerichtet ist, um die repräsentative Strategie der *Persuasion*.

Mit der Einführung des *Dispersionprinzip*s wurde hingegen der Versuch unternommen, von Kompetenzzuschreibungen abweichendes Verhalten politischer Kandidaten im Wahlkampf zu erklären (Riker 1996: 106). Dies betrifft zum einen das *Agenda-Surfing*, das politischen Akteuren im Umgang mit Themen oder Ereignissen hilft, die sie weder selbst gesetzt haben noch vermeiden konnten. Dies trifft vorrangig auf (externe) Ereignisse zu (Birkland 1998), die unvorhergesehen geschehen, einen Bezug zur Politik in Deutschland haben, in der Verantwortlichkeit der Politik liegen und somit ein sofortiges Handeln im Sinne einer (parteipolitischen) Positionierung erfordern. In solchen Situationen wird insofern versucht dem Thema habhaft zu werden, indem diese Ereignisse den eigenen Kompetenzen entsprechend platziert und thematisiert werden.⁷⁸ Grundsätzlich bezieht sich das Themenmanagement somit auf Maßnahmen, „die zur Prägung

⁷⁸ Ein häufig bemühtes Beispiel in Deutschland stellt die Elbeflut und das damit verbundene Regierungshandeln der SPD-geführten Kanzlerschaft Gerhard Schröders wenige Wochen vor der Bundestagswahl im Jahr 2002 dar. Dülmer (2005: 90) weist in diesem Zusammenhang auf die positiven Ausstrahlungseffekte eines erfolgreichen Themenmanagements bzgl. unvorhergesehener Ereignisse hin, die sich für die Lösungskompetenz anderer, nicht mit diesen Ereignissen in Zusammenhang stehender Themen ergeben. Zur weiteren Klassifikation von Ereignissen nach Bereichen staatlicher Aufgaben siehe Bytzek (2008: 439).

und Umdeutung von Begriffen im Sinne einer bestimmten Wertladung beitragen, um das Setzen, Besetzen und Framing neuer bzw. etablierter Themen oder die Veränderung der Themenrangfolge öffentlicher Kommunikation“ (Hüning & Tenscher 2002; angelehnt an Gerhards 1992).

Zum anderen eröffnet sich politischen Spitzenkandidaten durch den „*Ritt auf der Welle*“ die Möglichkeit, direkten Bezug auf die in der Bevölkerung salienten Themen zu nehmen, indem die inhaltliche Ausrichtung des Wahlkampfes entlang der Wähleragenda erfolgt (vgl. Ansolabehere & Iyengar 1994; Riker 1996: 106 und Sides 2006: 411; statt Wellenritt auch als „Playing to the crowd“ bekannt, vgl. Boydston et al. 2013). Durch dieses Vorgehen lässt sich somit auch ein Themenmanagement erklären, das inhaltlich nicht vorrangig entlang der Issue-Kompetenzen einzelner Kandidaten und Parteien ausgerichtet ist: externe Ereignisse, die politisches Handeln ‚erzwingen‘, schränken die Möglichkeiten für Parteien und ihre Spitzenkandidaten ein, Themen zu lancieren, die den eigenen Kompetenzen entsprechen. Durch diesen Zwang, auf Ereignisse mit großer öffentlicher Resonanz zu reagieren, ist eine erfolgreiche Strategie für politische Akteure in diesem Fall letztlich auch durch den Anspruch geleitet, responsiv zu handeln. Damit verfolgen Wahlkampfakteure mitunter auch das Ziel, sowohl die Motivation der Wähler zu steigern, eine Wahlentscheidung zu treffen, als auch dem Vorwurf zu entgehen, die Partei oder der entsprechende Kandidat gehe gleichgültig mit den Interessen der Wähler um (Sides 2006: 412). Ein Themenmanagement, das dem Dispersionsprinzip wie hier skizziert, folgt, ist daher der Responsivitätsstrategie zuzuordnen.

4.1.3 Ergänzende Determinanten des Themenmanagements politischer Akteure im Wahlkampf

Neben der generellen Ausrichtung des Themenmanagements (Dominanz- vs. Dispersionsprinzip bzw. Persuasions- vs. Responsivitätsprinzip) existiert eine ganze Reihe an weiteren Determinanten, die einen Einfluss auf die Themenauswahl und das Themenmanagement politischer Akteure haben können. Dazu zählen:⁷⁹

Spezifika bezüglich der Kandidaten

- (1) Position des Kandidaten: Amtsinhaber vs. Herausforderer
- (2) Themenspezifika: Außerpolitische Erfahrung sowie politische Reputation
- (3) Geschlecht der Kandidaten

Spezifika der Umwelt

- (4) Demographische Zusammensetzung der Wählerschaft
- (5) Umfragewerte
- (6) Politisches System/Koalitionsoptionen
- (7) Politische Ebene

⁷⁹ Die nachfolgenden Determinanten beziehen sich grundsätzlich auf Kandidaten, die sich als ‚einfache‘ Abgeordnete zur Wahl stellen und nicht als Spitzenkandidaten, die als Führungsfiguren ein sehr viel breiteres Themenspektrum abdecken sollten. Sie werden hier dennoch aufgelistet, um ein vollständiges Bild kandidaten-spezifischen Themenmanagements aufzuzeigen.

Auf der Ebene des Kandidaten selbst hat zunächst einmal die *Position*, aus der dieser antritt, Relevanz (1). Diese ist für die Kandidaten, die gegeneinander antreten, bekanntlich entweder mit dem Ziel des Machterhalts (Regierung/Amtsinhaber) oder des Machterwerbs (Opposition/Herausforderer) verbunden. Riker (1983) argumentiert, dass es vor Allem die „Losers“ der Politik seien, die neue Issues in die politische Debatte einbringen. Daraus folgert Sides (2006), dass Herausforderer dazu tendieren sollten, Issues des politischen Gegners mehr zu betonen als Amtsinhaber. Hinzu kommt, dass Herausforderer im Wahlkampf weniger auf ihre eigenen, spezifischen politischen Errungenschaften verweisen können und somit mit einer größeren Bandbreite an Themenbereichen punkten müssen, für die sie im Wahlkampf ihre Lösungskompetenzen anbieten müssen als der Amtsinhaber, der über die Vorteile des ‚Amtsinhaberbonus‘ (Ansolabehere & Snyder 2002; Wilke & Reinemann 2000) verfügt. Dieser fehlende Bonus einer prominenteren wie auch quantitativ bedeutsameren Berichterstattung und Prominenz führt dazu, dass der Herausforderer auch durch sein Themenmanagement größere Anstrengungen unternehmen muss, sich, sein Programm und damit seine inhaltlichen Angebote einem breiten Publikum vorzustellen. Dies führt dazu, dass sich Herausforderer stärker an der Wähleragenda ausrichten als Amtsinhaber – so geschehen etwa im Bundestagswahlkampf der Union 2002, die mit der Arbeitslosenproblematik ein Thema betonte, das auch weit oben auf der Problemagenda der Bevölkerung rangierte (Klein 2005b) – und gleichzeitig auch Issues anzunähern, die eigentlich im Kompetenzbereich des Amtsinhabers angesiedelt sind (Riker 1983; Sides 2006).⁸⁰

Desweiteren kann *der persönliche Hintergrund* wie auch *die politische (Vor-)Erfahrung der Kandidaten* wichtig sein (2). Politiker setzen sich häufig gerade für die Themenbereiche ein, die sich nah an dem bewegen, was beispielsweise der beruflichen Ausbildung und außerpolitischen Erfahrung am nächsten kommt (Sellers 1998). Beispiele hierfür können ein Themenschwerpunkt in der Bildungspolitik sein, wenn der Kandidat eine Lehrerausbildung genossen hat oder ein Schwerpunkt in der Gesundheitspolitik, wenn der Politiker einen medizinischen Hintergrund hat, ebenso wie eine Vorliebe für Fragen der Umwelt- und Klimapolitik, wenn es sich bei der Ausbildung oder der (vorangegangenen) beruflichen Tätigkeit um naturwissenschaftliche Bereiche handelt. Sides (2006) verweist einschränkend darauf, dass der außerpolitische „Record“ zwar nicht determinierend, aber dennoch einflussreich auf die Themenauswahl wirken kann. Darüber hinaus kann es auch eine Rolle spielen, für welche politischen Fragen ein Kandidat bereits zuständig war – ein Minister für Finanzpolitik wird eher mit seiner Kompetenz in genau diesem Themenbereich werben als mit seinen Plänen für die Lösung entwicklungspolitischer Fragen.

Auch das *Geschlecht* kann eine Rolle spielen (3). Frauen engagieren sich demnach tendenziell eher für soziale Themenbereiche als für wirtschaftliche Fragen oder die Außenpolitik. Dies deckt sich mit Befunden aus der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Gender-Stereotypen, nach der weiblichen Kandidatinnen tendenziell eher Kompetenzen in *weichen* Politikfeldern (Kinder- und Familienpolitik, Bildungspolitik, Gesundheitspolitik, Sozialpolitik) zugeordnet werden, während männlichen Kandidaten tendenziell mehr Kompetenz auf *harten* Themen (Arbeits-

⁸⁰ Die Bundesgeschäftsstelle der CDU titulierte ihre Wahlkampfkampagne im Bundestagswahlkampf 2002 sogar als „Kompetenz-Kampagne“, die die Überlegenheit ‚ihrer‘ politischen Konzepte betonen sollte; vgl. CDU-Bundesgeschäftsstelle (2002).

politik, Innere Sicherheit, Außenpolitik, Verteidigungspolitik) zugesprochen wird.⁸¹ Zwar kann von der (geschlechtsspezifischen) Kompetenzzuschreibung der Wähler nicht automatisch auf eine unterschiedliche Agenda von Kandidaten unterschiedlichen Geschlechts geschlossen werden. Es gibt jedoch vereinzelt Hinweise darauf, dass in einzelnen Wahlkämpfen sowie im laufenden politischen Betrieb geschlechtsspezifische Themenagenden existieren (Burrell 1990; Kahn 1996; Koch 1997; Paolino 1995; Swers 2002).

Darüber hinaus können externe Größen einen Einfluss darauf haben, welche Themen im Wahlkampf der Kandidaten weniger oder stärker bedient werden. Hier kann zum Beispiel die *demographische Zusammensetzung der Wählerschaft* (4) relevant werden (Adler 2002; Adler & Lapinski 1997; Campbell 2003). Kennzahlen kann hier beispielsweise eine hohe Anzahl an Familien mit schulpflichtigen Kindern sein, in diesem Fall sollte die Bildungspolitik eine wichtige Rolle spielen. Setzt sich die Wählerschaft zu großen Teilen aus einer älteren Bevölkerung zusammen, so könnte ein Schwerpunkt auf sozialen Sicherungssystemen, der Rentenpolitik oder der Gesundheitspolitik liegen. Die genannten Studien beziehen sich allerdings auf andere (präsidentielle) politische Systeme als die Bundesrepublik Deutschland, so dass das Forschungsinteresse stärker an die politische Kultur gekoppelt ist. Eine häufig bemühte Erklärungsgröße ist hier etwa auch die Frage, ob ein Kandidat einer (ethnischen) Minderheit (Race) angehört und diese Tatsache häufiger in die Auswahl der kandidaten-spezifischen Wahlkampfthemen einfließen lässt oder nicht (vgl. etwa Sides 2006).⁸²

Ein dynamischer Aspekt betrifft die generelle Zustimmung oder Ablehnung einzelner Parteien (Kahn & Kenney 1999). Wahlkämpfe, in denen die *Umfragewerte* zwischen den Kandidaten bzw. den Parteien ein enges Rennen um den Wahlsieg prognostizieren, zeichnen sich häufig durch eine größere Bandbreite an Issues aus als Wahlkämpfe, in denen der Wahlausgang relativ eindeutig vorliegt (5). Kandidaten wollen sich mit dieser Strategie breiter aufstellen und versuchen dadurch, eine möglichst große Anzahl verschiedener Wählergruppen zu erreichen.

Auch *das politische System* an sich bleibt nicht ohne Folgen (6). Eine Partei, die auf die Bildung einer Koalition angewiesen ist, um eine regierungsfähige Mehrheit zu erreichen, muss sich bereits im Wahlkampf kompromissbereiter darstellen als eine Partei, die entweder eine Alleinregierung anstreben kann oder durch eine geringe Parteienfragmentierung keinen Koalitionspartner benötigt. Ein derartiger Wandel zeigte sich bereits im Wahlkampf zur Bundestagswahl 1969, als die traditionell mit der Union verbundene FDP erstmalig mit der SPD koalierte und auch, als die Union 1998 infolge der ersten rot-grünen Bundesregierung zum Jahrtausendwechsel damit begann, eine Koalition mit den Grünen zu überdenken (Schubert 2014: 75).⁸³ Zugleich betrifft dies vor allem die konkrete Positionierung auf einzelnen Issues, so dass sich die Beschränkung auf eine mögliche Richtungsprogrammatik als relevant für die inhaltliche Wahlkampfaufrichtung

⁸¹ Westle und Kühnel (2007) sprechen hier von „unterschiedliche[n] Erwartungen zu *Politikfeldkompetenzen*“ (Hervorhebung im Original) und verweisen auf Untersuchungen von Cook & Wilcox (1995), Cook (1994), Kahn (1994), Koch (1999); (2000), Leeper (1991), Matland (1994), Mueller (1982), Ogletree et al. (1992), Rosenwasser & Seale (1988), Sanbonmatsu (2002), Sapiro (1983) sowie Shapiro & Mahajan (1986).

⁸² Dieser Aspekt ist nach Kenntnis der Autorin bisher nicht Gegenstand bundesdeutscher Wahlkampforschung gewesen und wird auch in der vorliegenden Untersuchung vernachlässigt.

⁸³ Zum Aufbrechen der Lagerpolarisierung auf Länderebene siehe etwa Spier (2010).

erweist.⁸⁴ Je nachdem, ob und in welcher Komplexität Koalitionsabsichten vorliegen, kann die Breite an Themen – und damit auch das Ausmaß an Responsivität politischer Kandidaten variieren.

Zuletzt darf *die politische Ebene* nicht ignoriert werden, auf der ein Kandidat zur Wahl antritt (7). Ein Kandidat, der auf Bundesebene antritt, wird in föderalistisch ausgerichteten Systemen eher solche Themenbereiche wählen, die auch in den Zuständigkeitsbereich der politischen Arbeit fällt, also beispielsweise die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, während ein Kandidat auf Landesebene beispielsweise einen stärkeren Schwerpunkt auf Fragen der Bildungspolitik legen würde.

Diese ergänzende Auflistung an Einflussgrößen auf das Themenmanagement erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, da sich durch die Vielzahl an politischen wie auch den Wahlsystemen selbst große Varianzen ergeben können. Sie versucht aber – durch das Vorliegen empirischer Befunde bezüglich dieser Einflussgrößen – einen Eindruck der Determinanten zu vermitteln, die für westliche Demokratien vergleichsweise äquivalent herangezogen werden können, wenn es darum geht, die Einflussgrößen von Politiker- und Parteienagenden zu ergründen. Deutlich wird zudem auch, dass die ausschließliche Beschränkung auf Themen, in denen ein Kandidat oder seine Partei hohe Kompetenzwerte genießt – bei gleichzeitiger Ignoranz der Themen, in denen der politische Gegner einen Vorteil innehat – wenig realitätsnah und erfolgversprechend sein kann. Vielmehr ergibt sich bezüglich des Themenmanagements je nach Ausgangslage und -position des Kandidaten eine Kombination aus Dominanz- und Dispersionstrategien. Diese Kombination ist bereits bei Riker (1983; 1996) theoretisch verankert, der in diesem Zusammenhang auch von „Heresthetics“ – der Kunst der Agenda-Manipulation – spricht: „The point of an heresthetical act is to structure the situation so that the actor wins, regardless of whether or not the other participants are persuaded“ (Riker 1983: 60). In der Folge wird der Wahlkampf nicht mehr von Kandidaten bestritten, die ausschließlich versuchen herauszufinden, welche Positionen zu besetzen sind, sondern vielmehr als Wettkämpfe darüber, welche Themen die wahlentscheidenden Issues der Wahlkämpfe bilden (Hammond & Humes 1993).⁸⁵ Dies sei die logische Konsequenz dessen, dass es leichter sei, die Priorisierung der Themen auf der Wähleragenda zugunsten der eigenen Kompetenzen zu beeinflussen, als mit der inhaltlichen Positionierung und Lösungsansätzen innerhalb dieser Themen zu punkten (Berelson et al. 1954).

Politische Akteure sind somit nicht nur darauf angewiesen, die in der Bevölkerung präsenten politischen Sachfragen zu antizipieren, sondern auch darauf, ihre zu diesen Themen angestellten Lösungsangebote publik zu machen. Je nach Ausgangssituation, die sich hinsichtlich der Ausgangsposition als Amtsinhaber oder Herausforderer sowie der ihnen zugeschriebenen Kompetenzen oder der Wählergunst unterscheiden kann, stehen ihnen dazu verschiedene Strategien des Themenmanagements zur Verfügung. All diesen Strategien gemein ist jedoch, dass die Lö-

⁸⁴ Für das Themenmanagement sind damit Elemente des policy-seeking relevant, einem von drei Motiven von Koalitionsaussagen. Da in dieser Untersuchung allerdings nicht vorrangig Strategien zur Koalitionsbildung relevant sind, werden die Aspekte des vote- und office-seeking an dieser Stelle vernachlässigt. Zur Klassifizierung und Wirkung von Koalitionssignalen etwa auf die Wahlentscheidung vgl. u.a. Bytzek et al. (2011).

⁸⁵ Sides (2006) konnte dies für die US-amerikanischen Wahlkämpfe der Wahlen von Repräsentantenhaus und Senat der Jahre 1990, 1996 und 1998 anhand einer umfassenden Auswertung von Wahlwerbespots nachweisen.

sungsangebote kommuniziert werden müssen. Politische Akteure sind somit auf mediale Akteure angewiesen, die ihrerseits eigenen Handlungslogiken unterliegen und eigene Wirkungskraft entfalten können. Wie sich diese gestalten und welche Effekte mediale Angebote bei den Rezipienten bewirken können, wird in den nachfolgenden Ausführungen erläutert.

4.2 Zum Stellenwert politischer Sachfragen im Mediensystem: mediale Agenda-Setting-Akteure und Prozesse

„Erst durch die Publizitätsleistungen der Massenmedien entsteht in der modernen Gesellschaft Öffentlichkeit, d.h. ein Raum, der Themen und Meinungen zur Verfügung stellt, die kritisches Raisonement ermöglichen und so dem Souverän eine Entscheidungsgrundlage verschaffen.“

(Sarcinelli 2011: 37)

Nach der Betrachtung politischer Akteure darf der mediale Rahmen nicht vernachlässigt werden, in welchem das politische Personal agiert. Dass dieser nicht nur als Plattform notwendig ist, auf der politische Botschaften gesendet werden und repräsentatives Handeln demonstriert werden kann, sondern auch eine eigene Einflussgröße auf die Agendastrukturierung darstellt, verdeutlichen die nachfolgenden Ausführungen.

So lässt sich – wie bei Eichhorn (2005) unter dem Aspekt der Zielverwirklichung betrachtet – für jedes demokratische System „die Herausbildung von Mechanismen beobachten, die dazu dienen, gesellschaftliche Interessen zu definieren, Interessenkonflikte zu lösen und für die Verteilung von Ressourcen unter den gesellschaftlichen Gruppen zu sorgen“ (Eichhorn 2005: 100). Wie in Kapitel 2.2 beschrieben wurde, beschränken sich die formalen Kontrollmechanismen des Bürgers auf die Beteiligung an Wahlen. Im medialen Raum lässt sich der politische Prozess aber auch als „das Aushandeln der Interessen unterschiedlicher Gruppen“ beschreiben, die sich „zunehmend anderer Ausdrucksmöglichkeiten [bedienen], um die Öffentlichkeit auf ihre Interessen aufmerksam zu machen und Einfluss auf die politische Sphäre zu erlangen“ (Eichhorn 2005: 101). Eichhorn (2005: 101) empfiehlt daher, dass sowohl die Regierung, als auch die Parteien, die an Machterhaltung (oder Machterlangung) interessiert seien, gut beraten wären, die Öffentlichkeit zu beobachten. Demokratische Politik benötigt also eine permanente Öffentlichkeit: „sie verlangt ständig nach der Legitimation durch den obersten Souverän, den Bürger“ (Lettner 2010: 41, vgl. auch Meyer 2001: 85). Dieser wiederum könne nur absegnen, was er erfährt: die Vermittlung politischen Handelns – auch und gerade bezüglich politischer Sachfragen – dürfe demnach nicht als lästige Obligation verstanden werden, sondern dient als Basis demokratischer Politik (Lettner 2010: 41; Sarcinelli 1998a), die mittels Medien transportiert wird. Mediale Akteure und ihre Behandlung politischer Sachfragen sind somit unabdingbar im Zuge dieser Untersuchung. Ihnen wird sich mit Hilfe der folgenden forschungsleitenden Fragen genähert:

- (1) Unter welchen Rahmenbedingungen übernehmen mediale Akteure ihre Aufgaben im demokratischen System und welches Rollenverständnis liegt ihnen dabei zugrunde (Motive)?
- (2) Wie entstehen mediale Aussagen, welche Einflussfaktoren lassen sich identifizieren und welche Effekte resultieren daraus (Agenda-Setting, Priming)?
- (3) Welche Folgen bringt Medienberichterstattung mit sich? Wie und in welchem Umfang schlägt sich Medienberichterstattung auf wahlrelevante Einstellungen nieder (Agenda-Setting, Priming)?
- (4) Welche empirischen Erkenntnisse liegen zu den Medienwirkungen auf politische Einstellungen vor?

4.2.1 Rahmenbedingungen des medialen Systems für den politischen Vermittlungsprozess

Die informelle Ausleuchtung des politischen Systems ist die zentrale Leistung, welche das Mediensystem für Politik und Gesellschaft erbringt, es

„...[muss] spiegelbildlich die in der Gesellschaft präsenten Problemlagen aufgreifen und in der Konsequenz informieren, kontrollieren, kritisieren, Transparenz und Orientierung schaffen“

(Ruß-Mohl 2010: 24ff.)

Medien werden in ihrer Gesamtheit daher als funktionaler Bestandteil des demokratischen Gemeinwesens betrachtet und finden ihre Legitimation dazu im Grundgesetz der Bundesrepublik bereits unter Artikel 5⁸⁶ wieder, Legitimation und Freiheit der Presseberichterstattung sind zudem durch Artikel 79⁸⁷ in der Gesetzgebung des Bundes unveränderlich geschützt.

Anders als in Eastons Unterstützungskonzept⁸⁸ trafen andere Autoren konkrete Aussagen darüber, wie diese „permanente, wechselseitige Kommunikation von Arenenakteuren und Publikum, von Regierenden und Regierten, von Wählbaren und Wählenden“ (wörtlich in Tenscher 1998: 19; in Anlehnung an Luhmann 1975: 20 und Rucht 1994: 161) ablaufen könnte. Gerhards und Neid-

⁸⁶ Im Wortlaut: "Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt." (Deutscher Bundestag: Grundgesetz Artikel 5, Absatz 1).

⁸⁷ Im Wortlaut: "Eine Änderung dieses Grundgesetzes, durch welche die Gliederung des Bundes in Länder, die grundsätzliche Mitwirkung der Länder bei der Gesetzgebung oder die in den Artikeln 1 und 20 niedergelegten Grundsätze berührt werden, ist unzulässig" (Deutscher Bundestag: Grundgesetz Artikel 79, Absatz 3).

⁸⁸ Easton (1965: 86ff.) hat in seinen Ausführungen nicht gänzlich darauf verzichtet, gewisse Gatekeeper und Channels als „Types of Structural Regulators“ anzuführen, allerdings wird hier deutlich, dass sein Unterstützungskonzept zwar grundsätzlich noch heute gültig ist, die technische Weiterentwicklung bezüglich des massenmedialen Systems jedoch so weit vorangeschritten ist, dass die heutigen Kommunikationsmöglichkeiten (Fernsehen, Internet, Social Media) mit jenen „Channels“ aus den Ursprungszeiten des Unterstützungskonzepts in den 1960er Jahren nicht vergleichbar sind. Man darf aufgrund der Ausführlichkeit seines Konzepts jedoch annehmen, dass die Easton'sche Auseinandersetzung des 21. Jahrhunderts mit den zeitgemäßen Vermittlungsinstanzen ebenso ausführlich ausfallen dürfte.

hardt (1990: 12ff.) beispielsweise schreiben dem medialen System diese intermediäre Funktion zu, indem sie die Easton'schen Termini dazu nutzen, das Kommunikationssystem näher auszu-leuchten: „Diese [intermediäre Funktion] besteht in der Vermittlung zwischen Privatleuten und Entscheidungsträgern durch die Aufnahme (Input), Verarbeitung (Throughput) und Artikulation (Output) von Informationen, Meinungen, Interessen und Werten. Der Output erfolgt in Richtung des Publikums als allgemein verbindliche politische Entscheidungen und in Richtung der politi-schen Akteure als öffentliche Meinung“ (Gerhards & Neidhardt 1990, zitiert nach Tenscher 1998: 19). Politische Akteure können über Öffentlichkeit bzw. die veröffentlichte Meinung⁸⁹ Themen und Meinungen der Gesellschaft beobachten und auf diese reagieren. Der Gesellschaft hingegen wird es so ermöglicht, politische Akteure über die Öffentlichkeit zu beobachten und zu resüm-mieren, ob die von den politischen Akteuren getroffenen, bindenden Entscheidungen (=Output) mit ihren Interessen übereinstimmen (Gerhards & Neidhardt 1990: 12ff.).

Die Überprüfung der Kongruenz zwischen Input und Output wäre ohne die Entwicklung des massenmedialen Systems nicht (mehr) möglich: Dazu tragen auch die spezifisch-strukturellen Eigenschaften des medialen Systems für den politischen Vermittlungsprozess bei (vgl. Gerhards & Neidhardt 1990: 24; Tenscher 1998: 20):

- (1) eine hochentwickelte Infrastruktur = hohe Reichweite,
- (1) die räumliche Unabhängigkeit von Kommunikator und Publikum,
- (2) ein unmittelbares Erleben durch audiovisuelle Übertragungstechniken,
- (3) die indirekte, einseitige und öffentliche Übertragung von Aussagen sowie
- (4) ein weitgehend passives, aber auch aktives Publikum (Twitter etc.)

Ihre normativ zugewiesenen Funktionen – zusammengefasst als öffentliche Aufgabe – betreffen somit die Konstituierung und Aufrechterhaltung eines Meinungsmarktes, die individuelle Mei-nungsbildung, die Information und Unterhaltung der Individuen sowie die Kritik und Kontrolle des politischen Systems (Rhombert 2008: 53) und sind auch gesetzlich geregelt. Inwiefern folgt aber nun das *Rollenselbstverständnis* und *-verhalten* medialer Akteure dieser Aufgabe, inwieweit haben sie den Wähler im Blick und handeln sie (eher) responsiv oder (eher) ihrer eigenen Logik mit dem Anspruch der Persuasion?

Das journalistische Rollenverhalten wie auch das Selbstverständnis werden durchgängig durch die o.g. Rahmenbedingungen beeinflusst, aber auch durch spezifische, strukturelle und individu-elle Einflussgrößen. Weischenberg (1994) weist aber bereits darauf hin, dass das journalistische Selbstbild das konkrete Handeln nicht zwangsläufig bestimme. Idealtypen existieren dennoch, wie Tenscher (1998: 42-43) aufzeigt. So gibt es etwa

- *Vermittler, Mediatoren* und *Gatekeeper*, die vorrangig auf neutrale Berichterstattung set-zen (Donsbach 1982: 64; Janowitz 1975: 618),

⁸⁹ Öffentlichkeit ist also – im Unterschied zur Bevölkerungsmeinung als Summe von individuellen Meinun-gen – der Ort, an dem sich die herrschende öffentliche Meinung bildet, die hier im Sinne von Noelle-Neumann als „Meinungen und Verhaltensweisen verstanden werden, die man in der Öffentlichkeit äu-ßern oder zeigen *muß*, wenn man sich nicht isolieren will“ (vgl. auch Konzept der Schweigespirale; siehe Noelle-Neumann (1996: 257).

- *Pädagogen*, die die politische Betreuung und Erziehung des Bürgers fokussieren (Donsbach 1982: 59; Kunczik 1988: 82) ,
- *Pfadfinder*, die einen Schwerpunkt auf die Antizipation und Einordnung kommender Ereignisse legen (Weaver & Wilhoit 1986: 115),
- *Anwälte* und *Kritiker*, die Medien als Dienstleister verstehen und dadurch eine Veränderung der sozialen Realität bewirken können (Donsbach 1982: 63; Janowitz 1975: 619) sowie
- *Entertainer*, die auf Entspannung und unterhaltsame Informationsvermittlung Wert legen (Dörner 2001; Kunczik 1988: 88).

Diese Idealtypen erheben – wie o.g. angedeutet – nicht den Anspruch auf isolierte Zuschreibungen, vielmehr unterliegen diese einem permanent situationsabhängigen Wandel, der zu pluralistischen und komplementären medialen Akteuren führt (Tenscher 1998: 43). Auch in langfristiger Betrachtung hat sich die Rolle, die sich mediale Akteure selbst zuschreiben, gewandelt. So dominierte beispielsweise in den 1990er Jahren der Rollentypus des neutralen Vermittlers den zuvor präsenten Typus des Kritikers und Kontrolleurs, welche – wenn überhaupt, so die Autoren – nur noch beim privaten Rundfunk und weniger dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu finden sind. Das Gros medialer Akteure wollte daher eher ihrem Dienstleistungsauftrag nachkommen, als es im Sinne des „Pädagogen“ erziehen. Auch die selbstreferentielle Orientierung an Kollegen hat in unterschiedlicher Form nach wie vor Relevanz, was sich durch eine Anpassung an das komplementäre Handeln der Kollegen äußert; häufig wird dies damit begründet, dass das Publikum, für das die journalistische Akteursgruppe Inhalte produziere, sowohl sehr anonym sei und kaum Rückmeldungen zu den Arbeiten gebe (Donsbach 1982: 215; Tenscher 1998: 45). In der Folge resultierte daraus ein elitärer Gruppenstandpunkt, der als „publikumsfern und -abstoßend“ und „die Gesellschaft kontrollierend und manipulierend“ zu charakterisieren sei (vgl. Tenscher 1998, in Anlehnung Donsbach 1983: 34). Die ingroup-Orientierung hat durch die Ausweitung des Internets nicht wesentlich abgenommen, sondern verstärkte sich zusätzlich, da sich im Zuge der Ausweitung das Informationsangebot generell beschleunigt und zu einer verstärkten Arbeitsteilung geführt hat. Parallel habe sich aber auch die soziale Distanz zum Publikum kontinuierlich verringert (Weischenberg 1989: 232ff.), wodurch sich gleichzeitig auch das Interesse am Publikum gesteigert habe (Weaver & Wilhoit 1986). Diese gut 30 Jahre alte Erkenntnis hat sich in ihrer Ausprägung durch die Ausweitung der medienspezifischen Online-Angebote seit den 1990er Jahre weiter intensiviert (vgl. Weischenberg et al. 2006a). Auch das Rollenselbstverständnis hat sich in diesem Zeitraum manifestiert:⁹⁰

- Knapp 90 Prozent der Befragten stimmen der Aussage voll und ganz bzw. überwiegend zu, das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren; Handlungsrelevanz sehen hier jedoch nur drei Viertel der Befragten
- Das umgekehrte Phänomen zeigt sich in der Funktion, die politische Tagesordnung zu beeinflussen: dieser Aussage stimmen lediglich 13,8 Prozent zu; allerdings setzen dies knapp 40 Prozent der befragten Journalisten in der praktischen Arbeit um.

⁹⁰ Als „Handlungsrelevanz“ bezeichnen Weischenberg et al. (2006: 355) die Verbindung zwischen dem Selbstverständnis der Journalisten und ihrer Möglichkeit, diese auch tatsächlich im beruflichen Handeln umzusetzen.

Auch und ganz besonders seit den jüngsten Entwicklungen der letzten Jahre, in denen seitens der Rezipienten medialer Angebote der Vorwurf der „Lügenpresse“ en vogue geworden zu sein scheint, wäre eine völlige Ignoranz der Publikums-/Rezipientenagenda folgenreich für die Glaubwürdigkeit medialer Akteure (Deutschlandfunk 2015; anders: Görke 2014). Ähnlich wie bei politischen Akteuren sollte jedoch aus demokratietheoretischer Perspektive die vollständige Übernahme der Publikumsagenda nicht die logische Konsequenz bzw. Reaktion dieser Entwicklung sein. Vielmehr wird etwa aus Sicht der wissenschaftlichen Forschung mehr Transparenz, partizipativer Journalismus und sogenannte Media Accountability (Bastian & Fengler 2016) sowie die Einsicht gefordert, dass mit Digitalisierung auch Dialogisierung einhergehen müsse (Bernhard Pörksen im Interview mit dem Deutschlandfunk; vgl. Deutschlandfunk 2015). Aus Sicht medialer Akteure selbst wird durch die neuerdings vorgenommene Ausweitung interner Recherchebüros – nach anhaltendem Rückgang der Recherchemöglichkeiten um die Jahrtausendwende (vgl. Weischenberg et al. 2006b: 354) den Rezipientenansprüchen Rechnung getragen – eine Entwicklung, die für politische Sachfragen hohe Relevanz besitzt, da gerade im Zuge der Lügenpresse-Debatte die korrekte Abbildung und Überprüfung faktischer Informationen im Bereich der politischen Information einen wichtigen Stellenwert einnimmt.⁹¹ Wer bestimmt nun aber die Themen der Medienagenda?

4.2.2 Themenpräferenzen medialer Akteure

In einer Agenda-Setting-Studie, die McCombs und Shaw gut 20 Jahre nach ihrer wegweisenden Agenda-Setting-Studie (1972) durchführten, identifizierten die Autoren verschiedene Phasen des Agenda-Settings, für das auch die mediale Aussagenentstehung relevant ist (McCombs & Shaw 1993: 59). Diese Phase kann auch als „media agenda-setting“ (Kosicki 1993: 101) sowie als Agenda-Building (Sarcinelli & Schatz 2002: 22-23) bezeichnet werden, in der jene Elemente Berücksichtigung finden, die die Berichterstattung beeinflussen. Hier wird vor allem ein Einfluss der Bürger, aber auch der Parteien und ihren Einschätzungen bezüglich der wichtigsten politischen

⁹¹ Korte und Bianchi (2014: 345-346) merken zum Trend des Fact-Checking bzgl. der Bundestagswahl 2013 jedoch an: „Generell hat sich das Fakten-checken als ein Trend dieses Wahlkampfes etabliert. Vorbild sind die US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfe von 2008 und 2012. Über digitale Kanäle werden dort von unabhängigen Medien die Aussagen von Politikern auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft. PolitiFact etwa, ein Projekt der Tampa Bay Times, bietet diesen Service nicht nur in Wahlkampfzeiten an. Nahezu in ‚Echtzeit‘ wurden die Aussagen der Präsidentschaftskandidaten im Jahr 2012 ausgewertet und überprüft, etwaige Falschaussagen wurden entlarvt und die Ergebnisse über soziale Medien kommuniziert. Im Bundestagswahlkampf haben das ZDF mit dem ‚#ZDFcheck‘ oder das ‚Zeitmagazin‘ mit dem ‚Faktomat‘ erstmals ein ähnliches Angebot erprobt. Gemeinsam mit Phoenix und der gemeinnützigen Wikimedia wurden beim ZDF rund 25 Aussagen überprüft, der Faktomat lieferte zu zehn konkreten Aussagen ein Ergebnis, 92 Vorschläge sind auf der in Kooperation mit dem gemeinnützigen Verein Liquid Democracy e.V. eingegangenen Website erörtert worden. Deutlich aktiver – zumindest in quantitativer Hinsicht – sind die ‚Faktenchecker‘ der Parteien gewesen, die den ‚Faktencheck‘ als Wahlkampf-Tool nutzten. Schnelle Eingreiftruppen aus den unterschiedlichen Lagern überwachten – u.a. bei Live Events wie dem TV-Duell – sämtliche Aussagen des politischen Gegners und falsifizierten dabei nahezu jede Behauptung mit gegenläufigen, oftmals nicht wirklich belastbaren Zahlen. Diese ostentative Faktenpedanterie der Parteien fand insbesondere im Netz statt. Nicht überall, wo ein neutraler Faktencheck suggeriert wurde, steckte also auch einer drin“.

Probleme unterstellt. Für die mediale Aussagenentstehung lassen sich demnach vielfältige Einflüsse auf die Medienagenda anführen. Die über Meinungsumfragen erfasste Publikumsagenda wird in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung jedoch selten als feste Quelle genannt und falls doch, dann wird ihnen häufig eine gewisse Immunität gegen Veränderungen auf der Wähleragenda unterstellt (Behr & Iyengar 1985: 47). Vielmehr werden Bevölkerungsumfragen im Wahlkampf eher dazu genutzt, über diesen als Wettbewerb (horse-race) zu berichten.⁹² Es existiert aber eine Reihe an Faktoren, die die Aufmerksamkeit der Medienberichterstattung für bestimmte Thematiken steuert (vgl. Tabelle 7).

Mit seiner Studie belegt Funkhouser (1973), dass mediale Akteure nicht die alleinige Entscheidungsgewalt über die Ausgestaltung der Medienagenda besitzen. Dazu zählen – auf der Seite der bewussten Beeinflussungsversuche (politischer) Akteure – etwa Pseudo-Ereignisse, auf die Medien im Sinne der Nachrichtenwerttheorie (vgl. dazu in erster Linie bereits Lippmann 1922, später u.a. Ruhrmann et al. 2003 oder M. Maier et al. 2010) reagieren *müssen*. Auf der Seite der unbewussten Einflüsse dieser Akteure liegen zum anderen Phasen wie das klassische Sommerloch, in der wenig bis kaum politische Ereignisse geschehen und die politische Tagesordnung und damit auch berichtenswerte politische Entscheidungen ruhen.

Die Untersuchungen von Rogers & Dearing (1988) sowie von Danielian & Reese (1989) nehmen Funkhousers Aspekt der „anderen Medien“ stärker in den Blick und verweisen im Ergebnis auf einen „Inter-Media-Agenda-Setting-Effekt“, der sich von Eliten-Zeitungen auf die Themenauswahl einzelner Journalisten ebenso wie von der Presseberichterstattung auf die Themenauswahl der Fernsehberichterstattung niederschlägt.

Letztlich lässt sich auch, wie in Kapitel 4.1.1 unterstellt, der Einfluss politischer Akteure nachweisen (Semetko et al. 1991), der auch als „Tauziehen“ bezeichnet werden könne (Eichhorn 2005: 43). Die aktive Beeinflussung medialer Agenden fällt nach Westley (1976) hingegen sehr viel stärker auf die aktive, organisierte Bevölkerung zurück. Nach Gandy (1982) und Schönbach (1992) hingegen wären darüber hinaus noch die Aktivitäten der Public-Relations im Sinne von „Issue Advertising“ zu nennen, die nach Schönbach – eingesetzt als gezielte Problematisierung und Deproblematisierung von Themen und politischen Sachfragen – eine der wichtigsten Aufgaben der Public Relations sei (Eichhorn 2005: 43; angelehnt an Schönbach 1992). Paasch-Colberg (2017: 68) fasst abschließend bereits bestehende Studien zu der Erkenntnis von Mathes und Pfetsch zusammen: „Agenda Building can be seen as an interactive process, in which different pressure groups try to instrumentalize the mass media for their own goals. But the mass media and the journalists are not just reactive to these attempts [...] the media themselves are active participants in the agenda-building process“ (Mathes & Pfetsch 1991: 34). Somit ist die Medienagenda ebenso anfällig für vielfältige Beeinflussungsversuche. Im Zuge der in dieser Untersuchung diskutierten Repräsentativität und dem Informationsgehalt, der sich für Rezipienten durch die Auseinandersetzung mit (politischer) Medienberichterstattung ergibt, können auch intrinsische Motive der einzelnen Journalisten eine Rolle spielen.

⁹² Dass dies auch (negative) Auswirkungen auf die Qualität der Wahlkampfberichterstattung haben kann, beispielsweise weil Änderungen der Kandidatenpräferenz weniger auf reale Veränderungen, sondern vielmehr auf Fehler im Umfragedesign – vgl. dazu u.a. Faulbaum (2014) – zurückzuführen sind, zeigt beispielsweise Patterson (2005).

Tabelle 7: Externe Einflüsse auf die Medienagenda

Studie	Funkhouser (1973)	Rogers & Dearing (1988) Danielian & Reese (1989)	Semetko et al. (1991)	Westley (1976) Gandy (1982) Schönbach (1992)	Paasch-Colberg 2017(2017: 60-69) ⁹³
Einflussfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Nachrichtenwert • Pseudo-Ereignisse • Selektive Berichterstattung mit Konzentration auf sensationelle Aspekte wenig relevanter Themen • Over-Reporting • Zusammenfassung wenig relevanter Einzelereignisse zu relevanten Nachrichten • Andere Medien 	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur der Gesellschaft • Entwicklungen der realen Welt • Spektakuläre Ereignisse • Gatekeeper und einflussreiche Medien • Andere (Elite-)Medien 	<ul style="list-style-type: none"> • Stärke des Parteiensystems • Öffentlich-rechtliche vs. kommerzielle Mediensysteme • Grad der Konkurrenz um das Publikum • Grad der Professionalisierung der Wahlkampagne • Kulturelle Unterschiede • Parteiliche oder ideologische Tendenzen von Medienorganisationen • Status der Kandidaten • Journalistische Normen von Objektivität und Ausgewogenheit • Anteil der Wahlkampfberichterstattung an Gesamtberichterstattung • Rollenverständnis der Journalisten 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktive, organisierte Teile des Publikums • „Issue-Advertising“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Politische Akteure & Polit-PR • Mediale Öffentlichkeit • Journalistische Selektionsentscheidungen entlag der Nachrichtenwertforschung • Elemente der instrumentellen Aktualisierung • News-Bias • Statistiken; Beobachtungen • Kollegenorientierung; andere Leitmedien • Pseudo-Ereignisse
Fazit zur Gestaltung der Medienagenda	Medien haben nicht alleinige Entscheidungsgewalt	Entsteht durch wechselseitiges/intermediäres Agenda-Setting	Ergebnis eines Tauziehens zwischen Politikern und Journalisten	Einflussnahme durch Interessensgruppen möglich	Medien aktive Agenda-Setter und nicht nur neutrale Vermittler von Informationen

Quelle: zusammenfassend nach Eichhorn (2005: 41-43); eigene und erweiterte Darstellung.

⁹³ Im Gegensatz zu den in den vorherigen Spalten genannten Studien fasst Paasch-Colberg die Erkenntnisse einzelner Studien in Ihrer Untersuchung zusammen; zur Originalliteratur, auf die sich die Autorin bezieht, siehe Paasch-Colberg (2017: 60-69).

Hierzu zählt beispielsweise der Anspruch, sich zu profilieren, „to make a name for themselves (bolstering ratings or readership)“ (Benoit & Hansen 2001: 138). Auch für das simple Argument, hohe Einschaltquoten oder Verkaufszahlen durch konflikthaltige oder wettbewerbsorientierte Darstellungsformen („Horse-Race-Journalism“) zu generieren, finden sich in verschiedenen Untersuchungen Belege (vgl. stellvertretend Jamieson 1993; Patterson 1991, 1993a).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mediale Akteure ihrer inhärenten Logik folgen. Zwar unterliegen sie durch den Wettbewerb am medialen Markt gewissen Handlungsrestriktionen, dennoch sehen sie sich zumindest im deutschsprachigen Raum als neutrale Berichterstatter, die die Positionen zwischen Politik und Bürgern vermitteln. Medien (spezifischer: politische Berichterstatter) nehmen Einflüsse von Bürgern und Politikern auf und vermitteln zwischen beiden Akteursgruppen: so können sie einerseits die Demands der Bürger aufnehmen, an die politischen Akteure vermitteln und so die Agenda politischer Akteure beeinflussen. Im Gegenzug transportieren sie von politischen Akteuren vorgeschlagene Themenprioritäten und Handlungsoptionen an die Bürger. Somit können sie die Agenda der Bürger strukturieren und ihrer Vermittlerrolle mittels Weitergabe von politischen Informationen gerecht werden. Um die tatsächlichen Wirkmechanismen zu prüfen, werden nachfolgend die Wirkungsannahmen politischer Sachfragen in medialen Thematisierungsprozessen betrachtet.

4.2.3 Wirkungsannahmen politischer Sachfragen in medialen Thematisierungsprozessen

Da in den vergangenen Kapiteln der Stellenwert des medialen Systems als unverzichtbare Ressource für Bürger (als Informationsquelle) und politische Akteure (als Distributionsorgan) bereits deutlich wurde, wird der Fokus nun vielmehr auf die Wirkungen, die durch die mediale Kommunikation insgesamt, aber vor allem mit Bezug zu politischen Sachfragen, die im Speziellen auf Seiten der Rezipienten entstehen können, gelegt.

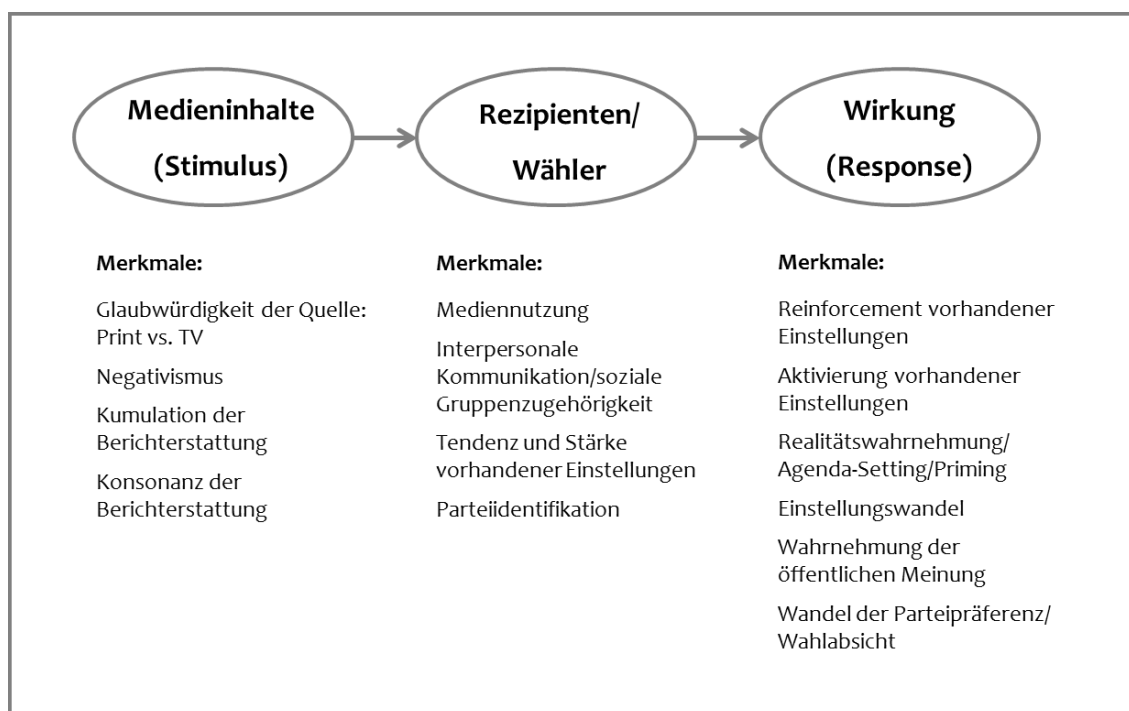
Die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung bietet – ausgehend vom grundlegenden Stimulus-Response-Modell – durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Forschung etliche Ansätze, die kommunikative Wirkungen auf den Rezipienten erklären und theoretisch fundieren. Das Stimulus-Response-Modell umfasst die drei Kernelemente eines Kommunikators, eines Stimulus sowie die darauffolgende, zum Ausdruck gebrachte Wirkung (Response).⁹⁴ Von der kontrovers diskutierten Annahme, die Botschaft (Stimulus) eines Senders (Kommunikator) wirke sich grundsätzlich in einen Einstellungswandel (Response) aus, wird zwischenzeitlich abgesehen (Brettschneider 2009: 105).⁹⁵ Vielmehr wurde die Wirkungsforschung um eine breiter gefächerte, konstruktivistische Perspektive erweitert, die es Rezipienten erlaubt, die (individuelle) Realität subjektiv zu konstruieren, indem selektives Verhalten ermöglicht wird. Für die praktische Wirkungsforschung bedeutet das, dass „die Feststellung und Messung von Wirkungen nicht an

⁹⁴ Ursprünglich formulierte bereits Aristoteles die noch immer geltenden drei Grundelemente von Kommunikationsprozessen: „Eine Rede besteht nämlich aus dreierlei: einem Redner, einem Gegenstand, worüber er spricht, und einem Publikum; und der Zweck der Rede ist nur auf ihn, den Zuhörer ausgerichtet“ (Aristoteles, übersetzt 2007: 19). Für einen historischen Abriss zur Wirkungsforschung siehe Merten (1999: 332-340).

⁹⁵ Ausgehend von Brosius & Esser (1998).

der absoluten Größe (Stärke) der wirkenden Kommunikation festgemacht werden [kann], sondern an der Konstellation von internem und externem Kontext, in dem sie rezipiert werden, denn diese beiden Faktoren erzeugen die für das Informationsangebot (den ‚Stimulus‘) notwendige Selektivität“ (Merten 1999: 355). Der benannte interne Kontext kennzeichnet sich durch Erfahrungen, Wissen und Einstellungen des Rezipienten, aber auch durch seine situative Disposition; der externe Kontext wird vor allem durch situative und soziale Randbedingungen determiniert (Merten 1999: 357; Rosenberg et al. 1960). Durch diese Erweiterung wird bereits deutlich, dass eine Response nicht grundsätzlich mit einem Einstellungswandel nach Rezeption einhergehen muss. Vielmehr wurde zusätzlich die Möglichkeit einer Verstärkung oder Aktivierung vorhandener Einstellungen eingeführt, die auf verschiedene Merkmale eingeht, die sowohl dem Stimulus selbst als auch den Rezipienten sowie letztlich der Wirkung zugeschrieben werden (Brettschneider 2009: 105). Für eine differenzierte Betrachtung der Effekte medial gesendeter Botschaften ist es demnach notwendig, derartige Merkmale zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Medieninhalte, Rezipienten und Medienwirkungen



Quelle: Brettschneider (2009: 105); eigene Darstellung

In diesem erweiterten Stimulus-Response-Modell finden sich bezüglich der einzelnen Merkmale von Stimulus, Rezipient und Response mehr oder weniger implizit etliche Ansätze der erweiterten Wirkungsforschung wieder.⁹⁶ Die Merkmale des Stimulus geben dabei zunächst die Eigenheiten des Mediums (konkreter: des spezifischen Medieninhalts) wieder, die sich auf einzelne,

⁹⁶ Hierzu zählen auf der Response-Seite der *Uses-and-Gratification*-Ansatz [Reinforcement/Aktivierung vorhandener Einstellungen; vgl. Katz et al. (1974)]; die *Theorie der Schweigespirale* [Wahrnehmung der öffentlichen Meinung; vgl. Noelle-Neumann (1980); Noelle-Neumann (1974)] oder als Weiterentwicklung des Gesamtmodells das *Kontaktmodell* (Koschnick 1995) sowie die Wirklichkeitskonstruktion durch Medien mithilfe der *Cultivation Hypothesis* (Gerbner & Gross 1976).

gesendete Botschaften (etwa Glaubwürdigkeit der Quelle), als auch auf die gesamte Medienberichterstattung (Negativismus, Kumulation und Konsonanz der Berichterstattung) beziehen können. Durch den Aspekt der Quellenglaubwürdigkeit, die sich nicht nur auf die Mediengattung, sondern auch auf den Sender des Medieninhalts/der Botschaft selbst beziehen kann, werden Querverbindungen zwischen den drei Elementen deutlich: so kann sich die Glaubwürdigkeit einer Quelle, die häufig in den Medien auftritt, positiv auf die Einstellungen eines Rezipienten auswirken. Dieser Einfluss ist dann besonders groß, wenn ein Rezipient kein Mitglied bestimmter sozialer Gruppen ist und die Möglichkeit der Beeinflussung von Meinungsführern innerhalb dieser Gruppen – wie es beispielsweise das von Lazarsfeld et al. (1944) postulierte Modell des *Two-step Flow of Communication* nahelegt – somit nicht gegeben ist. Wesentliche Erkenntnis dieses Modells ist nach Merten (1999: 363), dass es die Medienberichterstattung Rezipienten – mit all seinen internen wie externen Kontextfaktoren – ermöglicht, sich zu informieren, bestimmte Informationsangebote nach Wichtigkeit und Korrektheit einzuordnen sowie Meinungen suchen und vergleichen zu können, um Entscheidungen wie etwa Wahlentscheidungen *auf Grundlage politischer Sachinformation* zu treffen.

GRUNDANNAHMEN DER AGENDA-SETTING-FORSCHUNG IM AGGREGAT

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln das Agenda-Setting-Konzept aus Sicht der Bürger und politischer Akteure bezüglich einer Strukturierung des politischen Themenmanagements erläutert worden ist, wird im Folgenden nun der Wirkungsgehalt des Konzepts aus kommunikationswissenschaftlichem Blickwinkel der Medienwirkung nachgezeichnet und in Bezug zu den bisherigen Erkenntnissen bezüglich politischer Sachfragen gesetzt. Dazu werden zunächst die den Konzepten zugrundeliegenden Grundannahmen zusammengefasst, worauf eine Erläuterung der Forschungslogik folgt, um abschließend einen Überblick über die bisherigen empirischen Befunde des jeweiligen Wirkungskonzepts zu geben. Der Fokus der Wirkungsannahme liegt darauf, ob Medienrezeption einen Einfluss darauf hat, *welche* Themen den Wählern besonders wichtig sind.⁹⁷ Nach der nach wie vor als Pionier-Studie angesehenen Chapel-Hill-Studie (McCombs & Shaw 1972) hat die Agenda-Setting-Forschung entscheidende Weichen in der Medien(wirkungs)forschung gestellt und sich in den vergangenen 40 Jahren stetig weiterentwickelt. Eine Konstante innerhalb dieser Weiterentwicklung bilden drei wesentliche Thesen.

- (1) Die Themensetzung der Rezipienten erfolgt überwiegend vermittelt über die Massenmedien.

In ihrer Studie stellten McCombs und Shaw (1972) den Vergleich einer Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur Präsidentschaftswahl 1968 und den Daten einer zeitgleich zum Zeitraum der Berichterstattung durchgeführten Befragung von 100 Wählern in Chapel Hill an. Mit dieser Analyse zeichneten die Autoren eine nahezu deckungsgleiche Übereinstimmung der in den Medien berichteten Wahlkampfthemen mit den von den Wählern genannten wichtigsten politischen Problemen nach. Mit dieser Analyse liefern die Autoren ein weiteres Argument für die

⁹⁷ Maurer (2010: 18) weist zu Recht darauf hin, dass neben der Studie von McCombs und Shaw zuvor bzw. parallel ähnliche Studien durchgeführt wurden, die allerdings eine nicht annähernd vergleichbare wissenschaftliche Popularität verzeichnen konnten; siehe hierzu Trenaman (1961) sowie Cohen (1963) bzw. parallel Funkhouser (1973).

Funktionalität der Medienberichterstattung für Politik und Gesellschaft: „Durch die Festlegung der ‚wichtigen‘ Themen, die in der Gesellschaft diskutiert werden und die für politisches Handeln relevant sind, leisten die Massenmedien einen Beitrag zum Konsens in der Gesellschaft“ (Eichhorn 2005: 8). Neben persönlichen Erfahrungen, direktem Kontakt zu Politikern (politische Informationsquellen) und Gesprächen mit Verwandten sei es somit vorrangig die Medienberichterstattung, die als Primärquelle für politische Informationen herangezogen wird (Maurer 2010: 12). Begründet wird dies damit, dass die direkte Beobachtung politischer Probleme in der Realität nur schwer möglich ist und selbst dann, wenn Probleme direkt beobachtbar sind, die Relevanz erst an Bedeutung gewinnt, wenn Medien darüber berichten (Mutz 1994). Informationssuche und Orientierung erfolgt daher meist über die Berichterstattung der Massenmedien (Kepplinger & Maurer 2005: 63) – ein Ansatz, der nicht unumstritten ist.

(2) Rezipienten lernen politische Informationen aus den Medien.

Die Vermittlung von Informationen ist nicht gleichbedeutend mit der stringenten Übernahme der Medienagenda. Der Agenda-Setting-Ansatz kann stattdessen als ein lerntheoretischer Ansatz gewertet werden (Maurer 2010: 13): dabei wird davon ausgegangen, dass Lernen auf der Verbindung von Reizen und Reaktionen beruht. Gelernt wird ein bestimmtes Verhalten, wenn auf die Reaktion auf einen Stimulus eine Belohnung erfolgt. Beim Agenda-Setting gilt daher: die Belohnung für hohe Aufmerksamkeit ist darin zu sehen, dass Rezipienten gesellschaftlich relevante Probleme frühzeitig erkennen und in dem Sinne frühzeitig gewarnt worden sind, falls es sich um spezifische Missstände handelt oder – wie vor der Wahl – eine umfassende Information über politische Sachfragen erfolgen sollte. Im Gegensatz dazu bieten kognitionstheoretische Ansätze den Vorteil, die individuellen Eigenleistungen der Rezipienten bei der Verarbeitung von Medieninformationen zu berücksichtigen. Dadurch lassen sich – so Maurer (2010: 13) – Muster hinter den individuellen Informationsverarbeitungsstrategien ableiten.

(3) Rezipienten können nur eine begrenzte Themenanzahl aufmerksam rezipieren.

Durch ihre begrenzten Fähigkeiten, (neue) Informationen aufzunehmen, sind für die Rezipienten vor allem die Themen relevant, die ihnen kognitiv leicht zugänglich sind. In der Regel handelt es sich dabei also um solche Themen, zu denen aktuelle Informationen bezogen werden können (Maurer 2010: 13; Scheufele 2000). Dieser Accessibility-Effekt schließt somit gleichzeitig die Möglichkeit ein, dass mediale Botschaften nur deshalb bei den Rezipienten an Relevanz gewinnen, weil sie kurzzeitig kognitiv präsent sind. Hier knüpft das Konzept des Primings an. Zhu (1992) sowie Brosius und Kepplinger (1995) weisen darauf hin, dass Agenda-Setting-Prozesse auch als „Nullsummenspiel“ bezeichnet werden können: Themen, über die nicht berichtet wird, sind für Rezipienten nicht salient und tauchen neue Themen auf der Medienagenda auf, so erzielen diese keine zusätzliche Aufmerksamkeit, sondern reduzieren – ohne Veränderung der objektiven Relevanz – die Aufmerksamkeit für andere Themen .

FORSCHUNGSLOGIK UND EMPIRISCHE BEFUNDE DER AGENDA-SETTING-FORSCHUNG

Ein Vergleich zwischen aggregierter Medien- und Rezipienten-Agenda ist ein Weg, die tatsächliche Agenda-Setting-Hypothese zu überprüfen: dabei werde – wie Eichhorn (2005: 33) anmerkt –

die notwendige Varianz in der unabhängigen wie der abhängigen Variablen durch Rangfolgen eingeführt. Allerdings gilt: Streng genommen können mit derartigen Analysen keine generalisierbaren Aussagen über die Effekte von Medieninhalten auf den einzelnen Rezipienten getroffen werden, hierzu ist eine Individualdatenanalyse notwendig.⁹⁸ Für die Strukturierung der empirischen Befunde, die aus der Wirkungsforschung zum Feld des Agenda-Setting-Ansatzes vorliegen, bietet sich eine Typologisierung wie sie Maurer (2010: 41-50) vorschlägt (vgl. Tabelle 8). Dieser Vorgehensweise liegt die Erkenntnis zugrunde, nach der unterschiedliche Fragestellungen, die mithilfe des Agenda-Setting-Ansatzes empirisch überprüft werden sollen, mit sehr unterschiedlichen methodischen Zugängen beantwortet werden können (Maurer 2010: 38).

Tabelle 8: Klassifikation der Forschungsansätze des Agenda-Settings

Theoretisches Modell	Analysemodell	
	<i>Aggregatdatenanalyse gesellschaftlicher Effekte</i>	<i>Individualdatenanalyse individueller Effekte</i>
	Vergleich von Durchschnittswerten	Paarbeziehungen zwischen Agenda und genutzten Medien
<i>Themenstrukturierungsmodell (Priorities)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Themenagenda • Themenstruktur 	Themenstruktur-Aggregatanalysen	Themenstruktur-Individualanalysen
<i>Thematisierungsmodell (Salience)</i> Einzelthema	Einzelthemen-Aggregatanalysen	Einzelthemen-Individualanalyse

Quelle: Maurer (2010: 41), in Anlehnung an McCombs et al. (1995) und Rössler (1997); eigene Darstellung

Voranzustellen ist zunächst, dass sich Längs- und Querschnittsstudien mit Blick auf die untersuchten Wirkungen unterscheiden. Während Feldstudien längerfristige Agenda-Setting-Effekte – je nach Anlage der Studie – relativ realitätsnah abbilden können und die Einflüsse auf Veränderungen von Themenagenden der Rezipienten untersuchen, bieten sich experimentelle Studien dazu an, unter kontrollierten Bedingungen kurzfristige Effekte auf die Themenagenda der Rezipienten per se nachzuzeichnen. Zudem verdeutlicht die vorgeschlagene Typologisierung, dass die Datenanlage selbst zu unterschiedlichen Erkenntnissen führen kann: während die Analyse von Aggregatdaten Agenda-Setting-Effekte als gesellschaftliche Medienwirkungen interpretiert, handelt es sich bei Individualdatenanalysen vielmehr um die Effekte individuell genutzter Medieninhalte (Maurer 2010: 38-39). Für die vorliegende Arbeit ist der Ansatz der Themenstrukturierungsanalyse von entscheidender Bedeutung, da sich die zugrundeliegende Datenbasis im Debattenvergleich auf aggregierte Themenstrukturen stützt (vgl. zusammenfassend Tabelle 8):

⁹⁸ Für einen Überblick über dynamische Modelle, die in verschiedenen Studien zur Erfassung Agenda-Setting-Effekte auf die öffentliche Meinung angewendet worden sind, siehe Eichhorn (2005: 33-38). Damit wird den Medien zwar eine Agenda-Setting-Funktion zugesprochen, gleichzeitig aber auf den ergänzenden Einfluss des politischen Systems hingewiesen sowie darauf, dass Medien-Agenden durch die öffentliche Meinung beeinflusst werden.

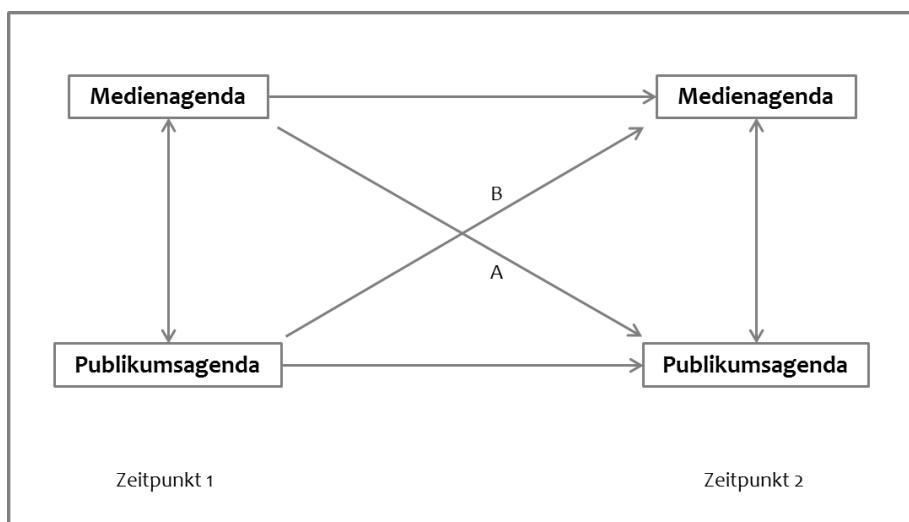
(1) Themenstruktur-Aggregatdatenanalysen

Für Themenstrukturaggregatdatenanalysen wird angenommen, dass *Themen, die häufig in der medialen Berichterstattung präsent sind, mehr Rezipienten für bedeutsam erachten als solche Themen, die weniger häufig auftreten*. Zur Überprüfung dieser Annahme wird mittels zeitversetzter Kreuzkorrelationen (vgl. Abbildung 7) die Berichterstattung zuvor festgelegter Medien über bestimmte Themen mit einer von Rezipienten aufgestellten Rangfolge wichtiger Themen miteinander verglichen (zu diesem Vorgehen siehe vor allem Shaw & McCombs 1977).⁹⁹ Über dieses methodische Vorgehen kann sowohl ein Einfluss der Medien- auf die Publikumsagenda, als auch der umgekehrte Fall belegt werden, mit dem für TV-Nachrichten eine Anpassung an die Publikumsagenda nachgewiesen werden kann (vgl. dazu zusammenfassend auch Wanta 1992).

(2) Themenstruktur-Individualdatenanalysen

Mittels Themenstrukturindividualdatenanalysen wird hingegen der Fokus auf den Rezipienten gelegt und überprüft, *inwieweit Rezipienten Themen für bedeutsamer erachten, über die sie aus den Medien viele Informationen erhalten, im Vergleich zu solchen Themen, über die sie weniger Informationen erhalten*. Hierzu wird üblicherweise eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung zweier verschiedener Medien mit einer anschließenden Rezipientenbefragung kombiniert (vgl. etwa McLeod et al. 1974 bzw. Rössler 1997). Voraussetzung für den Nachweis von Agenda-Setting-Effekten ist es hier, dass in beiden Medien über verschiedene Themen berichtet wird und sich die Agenden entsprechend unterscheiden.

Abbildung 7: Agenda-Setting-Längsschnittdesign, zeitversetzte Kreuzkorrelation



Quelle: Nach Maurer (2010: 34), Merten (2002: 365) und Jäckel (2011: 201); eigene Darstellung.

⁹⁹ Aufgrund der Datenlage können in der vorliegenden Untersuchung keine zeitversetzten Kreuzkorrelationen berechnet werden. Für die Entstehung und Wirkung auf die Publikumsagenda wird dieser Zusammenhang jedoch implizit vorausgesetzt.

Wie sich zeigt, existieren verschiedene Ansätze, um die Wirkung medial gesendeter Botschaften auf die individuelle Themenstrukturierung der Rezipienten zu erfassen. Dabei macht es durchaus einen Unterschied, ob sich dem Untersuchungsinteresse mit Aggregat- oder mit Individualdaten angenähert wird. Zudem gibt es Hinweise darauf, dass individuelle Agenda-Setting-Effekte kurzfristiger Natur sind. Für die Untersuchung dieser kurzfristigen Wirkungen medial gesendeter Botschaften hat sich gerade im Bereich der politischen Kommunikationsforschung neben dem Agenda-Setting-Ansatz seit den 1980er Jahren der Ansatz des Medienprimings etabliert, der nachfolgend erläutert wird.

FORSCHUNGSLOGIK UND EMPIRISCHE BEFUNDE DER MEDIENPRIMING-FORSCHUNG

In der Analyse individuellen Agenda-Settings ist bei Betrachtung kognitiver Effekte im Rahmen von politischer Kommunikation auch das Konzept des Medienprimings relevant. Während das grundlegende Primingkonzept davon ausgeht, dass generelle Umwelteinflüsse die Zugänglichkeit gespeicherten Wissens über bestimmte Sachverhalte erhöhen (vgl. Higgins et al. 1977; Iyengar & Kinder 1987), wird bei spezifischem Medienpriming davon ausgegangen, dass gerade über massenmediale Kanäle vermittelte Informationen die Zugänglichkeit für Wissenseinheiten bezüglich nachfolgender Zielstimuli erhöhen (Roskos-Ewoldson, Klinger et al. 2002; Roskos-Ewoldson, Roskos-Ewoldson et al. 2002).

Für Medienpriming führt Peter (2002: 22-23) verschiedene Definitionskomponenten an, die den kognitiven Prozess der Informationsverarbeitung umfassen.¹⁰⁰ Es muss sich (1) um massenmedial vermittelte Informationen handeln, die im Gedächtnis verfügbare Wissenseinheiten (2) temporär leichter zugänglich machen. Kurzfristig erhöhte Zugänglichkeiten unterscheiden sich stark von Kognitionen, die über einen längeren Zeitraum leichter zugänglich sind. Als Bedingung gilt aber dennoch, dass bezüglich möglicher Primingeffekte ein Mindestmaß an Wissen vorhanden sein muss (*availability*; Higgins 1996: 134). Deutlich wird dies u.a. anhand des Modells der zyklischen Informationsverarbeitung (Kintsch & van Dijk 1978). Durch die Zugänglichkeit (*accessibility*; Higgins 1996: 134) der zu einem früheren Zeitpunkt abgespeicherten Informationen erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass diese Informationen (3) für die Verarbeitung nachfolgender Zielstimuli aktiviert werden und somit das anschließende Verhalten beeinflussen können. Zudem ist diese Wahrscheinlichkeit (4) größer für Primes, die in der näheren Vergangenheit erfolgt sind (*recent primes*; Srull & Wyer 1979) als für solche, die weiter in der Vergangenheit zurückliegen und (5) umso höher, je häufiger der fragliche Medienprime aufgetreten ist (*frequent primes*; Srull & Wyer 1979). Als abschließende Bedingung für die erfolgreiche Aktivierung gilt, dass die fraglichen Wissenseinheiten (6) auf direkt nachfolgende Umwelteinflüsse anwendbar sind (*applicability*; Higgins 1996: 135). Maurer (2010: 74) ergänzt dazu – neben der herausgehobenen Stellung der Massenmedien – die Beschränkung auf einen „klar abgegrenzten Sachverhalt“ und verdeutlicht, dass es sich bei den Effekten von *politischen Medienpriming* (Iyengar & Kinder 1987) somit ausschließlich um „die Folgen der Betonung bestimmter politischer Sachthemen in der Medienberichterstattung für die politische Urteilsbildung der Rezipienten“ handelt (vgl. dazu auch Scheufele 2016: 20). Medienpriming lassen sich damit auch als Folge von längerfristig andauernden Agenda-Setting definieren, da durch erfolgreiches Agenda-Setting medialer Inhalte die

¹⁰⁰ Für einen umfassenden, aber gleichzeitig kompakten Überblick über die kognitionspsychologischen Grundlagen im Zuge von Priming-Vorgängen siehe Scheufele (2016: 12-22).

Relevanz der prominent platzierten Themen steigt und diese durch die Rezeption anschließend stärker für die Urteilsbildung genutzt werden (Medienpriming).

Scheufele (2016: 31ff.) verweist darauf, dass für die Primingforschung zwei verschiedene Analysedesigns zur Verfügung stehen: (1) Experimentelle Designs, die zwar „echte Kausalnachweise“, strenggenommen aber keine Übertragung der Befunde in die Realität erlauben, und (2) Feldstudien, die unter Realbedingungen stattfinden. Iyengar und Kinder (1987) knüpfen mit ihren Publikationen zum Priming direkt an die Agenda-Setting-Forschung im oben beschriebenen Sinne an. In ihrer Experimentalstudie fungieren politische Themen (in Form von Nachrichtenbeiträgen) als Prime, die nicht nur die Themenprioritäten der Rezipienten beeinflussen. Zusätzlich zeigten sich für einzelne Studienteilnehmer(gruppen) stärkere bzw. spezifischere Primingeffekte, vor allem die Parteibindung stellte sich als einflussreicher Faktor heraus (vgl. dazu auch Scheufele 2016: 25-26).¹⁰¹

Neben weiteren Forschungsansätzen¹⁰² haben Maurer und Reinemann (2003: 33) gerade bezüglich des politischen Medienprimings ein Modell für den Anwendungsfall des Wahlkampfes entworfen, das sich auf die gesamte Wahlkampfberichterstattung, aber auch auf einzelne Wahlkampfformate anwenden lässt. Dabei konnten sie – ebenso wie es Druckman und Holmes (2004) im Rahmen von politischen Reden zeigten – nachweisen, dass Politiker durch das individuelle Themenmanagement im Rahmen von Fernsehdebatten die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf bestimmte Themen lenken und damit die Kriterien zu ihrer Beurteilung zu ihren Gunsten verändern konnten (vgl. Maurer 2010; Maurer & Reinemann 2003: 33, 2007). In ihrem Modell gehen Maurer und Reinemann von drei Primingebenen aus: Auf Ebene 1 beeinflusst die Medienberichterstattung zunächst, welche Sachthemen und Persönlichkeitseigenschaften den Gesamteindruck der zur Wahl stehenden Kandidaten prägen. Auf Ebene 2 werde dann entschieden, welcher der beiden Faktoren – Sachkompetenz oder Persönlichkeitseigenschaften – den stärkeren Einfluss ausübe. Peter (2002: 23) weist jedoch einschränkend darauf hin, dass eine vereinfachte Zugänglichkeit von Wissen nicht automatisch dessen Aktivierung bedeutet, es also keineswegs zu automatischem Priming kommen muss. Begründen lässt sich dies damit, dass es sich um kognitive Prozesse handelt, die sich durch „unbewusste und unkontrollierte, aber effiziente Vorgänge mit unintendierten Ergebnissen“ kennzeichnen (Peter 2002: 23; vgl. dazu auch Bargh & Chartrand 2000; Miller & Krosnick 2000). In einer Reihe von Studien wurde der Versuch unternommen, moderierende und intervenierende Variablen systematisch zu erfassen, wobei die Variablenauswahl sowie die Befunde selbst stark variieren und sich teilweise sogar widersprechen.¹⁰³ Lediglich für die Variablen Bildung, die dargestellte Verantwortlichkeit des Präsidenten bezüglich Problemverursachung oder -lösung (in den USA) und die politische Involviertheit der befragten Rezipienten liegen gesicherte Befunde vor, die einen Einfluss auf das generelle Auftre-

¹⁰¹ Scheufele (2016: 33) bezeichnet die von Iyengar und Kinder (1987) verwendete Analysestrategie als „äußerst geschickt“, da so nicht geklärt werden müsse, ob ein politischer Kandidat (hier: der Präsident) bei einem Thema gut oder schlecht abschneide, sondern einzig entscheidend sei, dass zwischen dem durch den Prime beeinflussten Themenurteil und dem Gesamturteil ein Zusammenhang bestehe.

¹⁰² Dazu zählen Priming durch Fiktion (Maurer 2010), durch gewalthaltige Inhalte (Bushman 1998) oder das Priming von geschlechtsspezifischen oder ethnischen Stereotypen (Hansen & Hansen 1988; Hansen & Hansen 1990 und Hansen & Krygowski 1994).

¹⁰³ Interessanterweise trifft dies vor allem für das politische Wissen zu, aber auch für die Mediennutzung. Für einen Überblick siehe Peter (2002: 33-34).

ten oder das Ausmaß von Primingeffekten ausschließen lassen. Im Gegensatz dazu hat die wahrgenommene Wichtigkeit eines Themas – einer Studie von Miller und Krosnick (2000) folgend – große Relevanz für den Primingprozess. Demnach sollten Personen, für die ein bestimmtes Thema wichtig ist, diesem Thema ein größeres Gewicht für die grundsätzliche Urteilsbildung beimessen als diejenigen, für die das fragliche Thema keine Relevanz besitzt (vgl. dazu Peter 2002: 34; in Anlehnung an Miller & Krosnick 2000).

Als Folge der durch Rezeption via Priming bedingten, temporären Zugänglichkeit eines Themas lassen sich zwei Szenarien entwerfen, so Peter (2002: 36): einerseits könnte gerade durch diesen Prime die Grundlage für chronische Zugänglichkeiten gelegt werden (Roskos-Ewoldsen 1997), andererseits könnte aber auch die bestehende Zugänglichkeit durch Medienprimes noch erhöht (Bargh et al. 1986) und damit dessen Relevanz für die Urteilsbildung der entsprechenden Politiker gesteigert werden. Damit gilt für Studien, die Erkenntnisse der Primingforschung zugrundelegen, dass zwar temporär vergleichend betrachtet stärkere Medienpriming-Effekte für kürzer zurückliegende Primes existieren, die langfristige Effekte ermöglichen.

4.3 Zwischenfazit: Politische Sachfragen im Kontext politischer und medialer Akteure

In den vorangegangenen Ausführungen wurde deutlich, dass politisches Handeln zustimmungsanhängig und daher permanent begründungsbedürftig ist. Politische Akteure müssen sich und ihr Handeln daher zu jeder Zeit rechtfertigen und ihre politischen Pläne den Bürgern präsentieren, ganz besonders im Wahlkampf. Diese Phase hat einen entscheidenden Anteil daran, wem der Bürger letztlich das Mandat dazu erteilt, die angekündigten politischen Pläne umzusetzen. Politische Akteure benötigen also mediale Präsenz und müssen sich speziell in dieser Phase über ihr Kommunikations- und Themenmanagement von der politischen Konkurrenz abgrenzen. Die Wahlkampfkommunikation gewinnt dabei auch durch die zunehmende Größe der Wahlkampfstäbe an Bedeutung, die sowohl die öffentliche Meinung (über die Medienberichterstattung) als auch die Wähleragenda (über Bevölkerungsumfragen, die regelmäßig auch im Auftrag der Parteien selbst durchgeführt werden) permanent berücksichtigen. Demokratietheoretisch ist dies ein optimistischer Befund, da politische Akteure nicht nur eigene Interessen, sondern auch durch das Berücksichtigen der Ansprüche verschiedener Teilpublika den Bürger ins Kalkül ziehen. Somit lässt sich auch auf Seiten der politischen Akteure festhalten, dass politischen Sachfragen entscheidende Relevanz beigemessen wird, die durch spezifisches Themenmanagement und das Ausnutzen der operativen Funktionen der Medien ihren Ausdruck in einer politischen Agenda finden.

Dass diese aber nicht ausschließlich durch die Wähleragenda determiniert wird, wurde bei Betrachtung der Motive politischen Handelns (konkreter: des Themenmanagements) deutlich. Aus diesem Blickwinkel stellt sich politisches Handeln realiter immer als Spagat zwischen eigener Deutungshoheit (Agenda-Setting, -Cutting) und Realitätsfügung (Agenda-Surfing, Riding the Wave) dar. Für den Responsivitätsradius politischer Akteure bedeutet das, dass dem Themenmanagement der erstgenannten Strategie eher ein Persuasionsanspruch zugrundeliegt (und unter den Rezipienten der im Wahlkampf gesendeten Botschaften eher diejenigen beeinflusst werden sollen, die keine starken Prädispositionen besitzen), während der Responsivitätsanspruch eher für die Strategie gilt, die Themenstruktur der Bürger zu bedienen. Damit wurde das

Dilemma des Handlungsfelds deutlich, in dem Spitzenkandidaten während des Wahlkampfes agieren, um Unterstützung für die eigenen politischen Pläne zu generieren und somit auch langfristig das politische System stabilisieren zu können: Einerseits erscheint es wenig lukrativ, eigene Themenschwerpunkte zugunsten der Themenagenda der Bürger zu ignorieren. Andererseits wurde deutlich, dass responsives Handeln eine Grundbedingung dafür ist, Wählerstimmen zu erhalten. Somit geht es in erster Linie darum, dem Bürger einen Eindruck der eigenen Schwerpunkte – unter Berücksichtigung der zugesprochenen Kompetenzen – zu vermitteln.

Zudem wurde deutlich, dass politische Akteure in der Vermittlung der Wahlkampfinhalte auf mediale Akteure angewiesen sind, die ihrerseits eigene Interessen verfolgen. Ihnen stehen ebenfalls verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, für den Bürger responsiv zu handeln – dies zeigt sich etwa dann, wenn nach dem Selbstverständnis und den Handlungsmotiven medialer Akteure gefragt wird. Hier wurde deutlich, dass verschiedene Typen existieren, die der Rezipientenagenda unterschiedlich starke Relevanz zuweisen. Erneut kann jedoch einschränkend festgehalten werden, dass auch mediale Akteure zwar einerseits den gesetzmäßigen Auftrag haben, den politischen Willensbildungsprozess zu fördern und die inhaltlichen Dispositionen der Bürger nicht gänzlich ignorieren dürfen. Andererseits bedeutet dieser Auftrag immer eine Einordnung, Kontrolle und letztlich auch die Ermöglichung und Förderung des Informationsaustauschs zwischen Politikern und Bürgern – die mediale Agenda darf demnach nicht in Gänze weder durch die Interessen der Bürger, noch politischer Akteure determiniert werden. Es existiert insgesamt ein Mix vielfältiger Einflüsse, die sowohl auf die politische, als auch auf die mediale Agenda einwirken und dadurch verschiedene Implikationen für die Responsivität gegenüber den Interessen der Bürger als auch die Gegenseite von Unterstützung durch den Bürger haben.

Wie bedeutsam die politische wie auch die mediale Agenda für den Wähler ist, wird konkret deutlich, wenn die Wirkungen der an den Wähler transportierten Botschaften unter Annahme eines grundlegenden Stimulus-Response-Modells betrachtet werden. Die zentralen Wirkungsansätze für die Überprüfung von Themenstrukturen stellen (1) Agenda-Setting und (2) Priming dar: Während durch politisches Agenda-Setting bestimmt werden kann, welche Themen im Aggregat der Bürger relevant sind, kann aufgrund des Priming-Ansatzes davon ausgegangen werden, dass rezipierte Themen – in Abhängigkeit der vorhandenen Zugänglichkeit – einen Effekt auf die Themenstruktur der Wähler auf Individualebene haben. Damit stehen zwei Ansätze zur Verfügung, mithilfe derer die reziproken Wirkungsweisen zwischen Medien, Politik und Bürgern nachgezeichnet werden können.

Durch die vorangegangenen Ausführungen wurde abschließend deutlich, dass politische (wie mediale) Akteure individuellen Einflüssen unterliegen und individuelle Motive verfolgen, die nicht primär die Systemunterstützung der Bürger fokussieren, sondern auch dazu dienen, die eigene Macht- bzw. Marktposition zu stärken (vgl. für politische Akteure Kapitel 4.1.3, für mediale Akteure u.a. Tabelle 7). Durch die jeweilige Handlungslogik (Handlungsmotive) der Akteure kann daher der Grad an Responsivität zu den Demands der Bürger variieren. Setzen Akteure verstärkt auf Agenda-Setting- und Priming-Effekte, um von der Relevanz eigener Themen zu überzeugen und sind damit erfolgreich, so können sie den politischen Willensbildungsprozess unterstützen und beeinflussen – auch, um dadurch Unterstützung zu generieren. Gerade im Zuge von Wahlkämpfen ist es relevant, durch das Generieren von Zustimmung Unterstützung für politische Akteure und damit ein stabiles politisches System zu erreichen. Dies gelingt durch

die Austarierung dargestellter Wählerinteressen (Input) und eigener Interessen, indem ein geschicktes (da effizientes) Themenmanagement durchgeführt wird. Dessen Output kann in abgeschlossenen Kommunikationsevents leicht überprüft werden. Bürgern, die solche kommunikativen Ereignisse verfolgen, wird es so ermöglicht, ein Urteil zu fällen und daraus eine Entscheidung bzgl. der Unterstützung politischer Akteure zu treffen (support). Somit werden mediale Vermittlungsprozesse benötigt, die von einem breiten Publikum rezipiert werden und es ihm ermöglichen, die Agenden der politischen und medialen Akteure zu vergleichen und gegebenenfalls ihre Themenstrukturen zu ändern. TV-Duelle als mediales Kommunikationsevent – die trotz der viel diskutierten Personalisierungstendenzen (die ihrerseits je nach politischem System mit unterschiedlichen Folgen diskutiert werden) einen Schwerpunkt auf politische Inhalte inne haben – bieten eine gute Gelegenheit, (1) viele Bürger zu erreichen, (2) die Interessen derjenigen, die Politiker adressieren und überzeugen wollen, darzustellen und daraus (3) Unterstützung zu generieren. Um zu überprüfen, inwieweit ihnen dies – unter den gesetzten Rahmenbedingungen – gelingen kann, ist eine detaillierte Betrachtung des Formats, den formalen Rahmenbedingungen und des tatsächlichen Potentials für die Erzeugung von Repräsentation (durch Responsivität – also Kongruenz von Bürger- und Politikeragenda oder Persuasion – also nach der Rezeption übereinstimmender Politiker- und Bürgeragenda) notwendig. Diesem Anspruch gelten die nachfolgenden Ausführungen.

5. Funktionen, Strukturelemente und Effekte von TV-Debatten – Ein Wahlkampfformat mit Repräsentativitätspotential?

„Man mag es beklagen, man mag es begrüßen, es ist ein Stück Amerikanisierung des Wahlkampfes, aber ich glaube, dass damit auch Zeichen gesetzt worden sind und wohl kein Bundestagswahlkampf mehr ohne eine solche direkte Diskussion und Konfrontation zwischen dem Kanzler und seinem Herausforderer passieren wird.“

(Edmund Stoiber zu Beginn des zweiten TV-Duells im Bundestagswahlkampf 2002)

Um Unterstützung durch Bürger zu gewinnen und somit demokratische Systeme zu stabilisieren, sind politische Akteure auf mediale Vermittlungsplattformen angewiesen, mithilfe derer sie den Kontakt zum Bürger herstellen und diesen ihre politischen Inhalte präsentieren können (vgl. Kapitel 2). Dies ist im Wahlkampf von besonderer Relevanz, da in dieser Zeit viele Bürger erreicht und mobilisiert werden müssen, damit diese eine inhaltlich fundierte Wahlentscheidung treffen und diese auch tatsächlich durchführen können (vgl. Kapitel 3). Dazu stehen politischen Akteuren verschiedene Kommunikationsstrategien des Themenmanagements zur Verfügung, die – je nach gewählter Strategie – verschiedene Wirkungen entfalten können (vgl. Kapitel 4). Allerdings sind die scheinbar besten Strategien wenig erfolgversprechend, wenn die darüber transportierten politischen Botschaften den Bürger nicht erreichen. Es stellt sich daher die Frage, über welches mediale Format politische Akteure möglichst viele Wähler erreichen und diese mittels erfolgreichen Themenmanagements mobilisieren und inhaltlich überzeugen können. Eine derartige Wahlkampfoption stellen TV-Duelle dar – ein Format, das im Folgenden näher betrachtet wird.

Fernsehdebatten in Deutschland sind kein ‚neues‘ Phänomen der letzten 20 Jahre, sondern seit vielen Jahren im Wahlkampf verankert, wenn auch als unterschiedliches Format. Neben dem ‚Dauerbrenner‘ politischer Fernsehdiskussionen, dem ZDF-Format „Journalisten fragen – Politiker antworten“, das von 1963 bis 1991 ausgestrahlt wurde, wurden parallel im Zuge der Wahlkämpfe vor den Bundestagswahlen von 1972 bis 1987 hinweg erstmals Sendungen ausgestrahlt, die als Fernsehdebatten bezeichnet werden können, und sich durch die Teilnahme der Partei- oder Fraktionsvorsitzenden vielmehr als „Elefantenrunden“ einen Namen machten. Fernsehdebatten als mediales Kommunikationsevent – das trotz der viel diskutierten Personalisierungstendenzen (die ihrerseits je nach politischem System mit unterschiedlichen Folgen diskutiert werden) einen Schwerpunkt auf politischen Inhalten inne haben – bieten den teilnehmenden Spitzenkandidaten eine lukrative Gelegenheit, einem breiten Publikum die eigenen sowie die politischen Pläne der Partei zu präsentieren. Zeitgleich können sie sich von der politischen Konkurrenz abgrenzen

– mit dem Ziel, möglichst viele Zuschauer zu überzeugen und daraus Unterstützung zu generieren. Um zu überprüfen, inwieweit dies – unter den ihnen gesetzten Rahmenbedingungen – gelingen kann, wird das Format TV-Debatte unter Rückbezug auf die formalen Rahmenbedingungen sowie die tatsächlichen Gestaltungsmöglichkeiten seitens der beteiligten Akteure, jedoch mit einem Schwerpunkt auf politischen Spitzenkandidaten, fokussiert. Diese Betrachtung erfolgt entlang folgender Untersuchungsfragen:

- (1) Wie sind TV-Duelle in deutschen Wahlkämpfen (rechtlich) verankert?
- (2) Wann wurden TV-Duelle in deutschen Wahlkämpfen durchgeführt und wen erreicht dieses Format?
- (3) Welche Erkenntnisse liegen zu den Effekten, dem Responsivitätspotential und dem Themenmanagement politischer Spitzenkandidaten im Rahmen von TV-Duellen vor?
- (4) Welche Rolle spielen politische Sachfragen in deutschen TV-Duellen aus Sicht der Kampagnenpraxis?

5.1 TV-Debatten – Rechtmäßiger Kanal für politische Botschaften?

GESETZLICHE REGELUNGEN

TV-Duelle in Deutschland werden seit ihrer Einführung üblicherweise als Fernsehdebatte zwischen den beiden Politikern ausgetragen, die – gemessen an Umfrageergebnissen der Zustimmung der Bürger zu politischen Parteien – allein realistische Chancen besitzen, zum künftigen Regierungschef gewählt zu werden. Damit lassen sich derartige Fernsehdiskussionen stark von vorangegangenen Formaten wie den eingangs erwähnten monatlichen Runden „Journalisten fragen – Politiker antworten“ (Zeitraum: 1963 bis 1991) oder den Elefantenrunden vor den Bundestagswahlen (Zeitraum: 1972 bis 1987) abgrenzen, an denen die Vorsitzenden jeder im Bundestag vertretenen Partei teilnahmen. Zudem beschränkten sich die Diskussionsrunden dieser Zeit auf Gespräche zwischen Moderatoren und Politikern der Bundesebene. In TV-Duellen, wie sie seit 1997 in der Bundesrepublik ausgestrahlt werden, scheiden Kandidaten ohne realistische Aussicht, nach der Wahl den Regierungschef zu stellen, hingegen als Teilnehmer aus, wie auch das Bundesverfassungsgericht vor dem ersten Kanzlerduell im Jahr 2002 unanfechtbar entschied (Bundesverfassungsgericht 2002).¹⁰⁴

Dem Konzept zufolge sollen ein oder zwei Moderatoren die aussichtsreichsten Kandidaten zu Themen des Wahlkampfes befragen. Formal betrachtet handelt es sich bei einem TV-Duell „um eine redaktionell gestaltete, von den Rundfunkanstalten verantwortete Sendung“, die trotz einer von ihr möglicherweise ausgehenden Werbewirkung nicht als Wahlwerbesendung qualifiziert werden könne (Bundesverfassungsgericht 2002: Absatz 4). Das Bundesverfassungsgericht führt

¹⁰⁴ Der Grundsatz der Chancengleichheit von Parteien im Wahlkampf sei nach Beschluss des BVerfG durch die Verweigerung einer Teilnahme weiterer Kandidaten nicht verwirkt, da diese keine ausreichende Aussicht auf das Amt des Regierungschefs hätten. Zudem sei im konkreten Fall das TV-Duell vom 30. August 2002 so terminiert gewesen, dass trotz der heißen Phase des Wahlkampfes eine verbleibende Spanne von zwei Wochen bis zum Wahltag zeitlich nicht unerheblich und für die Teilnahme an mehreren gewichtigen Beiträgen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu Themen des Wahlkampfes nutzbar sei, um die Gunst der Wähler zu gewinnen; vgl. Bundesverfassungsgericht (2002: Absatz 6).

weiter aus, dass die Sendung auf einem „schlüssigen und folgerichtig umgesetzten journalistischen Konzept“ beruhe, das unter dem Schutz von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG stehe (Bundesverfassungsgericht 2002: Absatz 6). Damit lassen sich TV-Duelle klar abgrenzen von Elefantenrunden der ‚Debattenneuzeit‘, die meist einige Tage nach den ‚großen‘ TV-Duellen unter Teilnahme aller in Bundes- oder jeweiligem Landtag vertretenen Parteien (oder solchen, die realistische Chancen auf den Einzug in das jeweilige Parlament haben) stattfinden.¹⁰⁵

TV-DUELLE – EINE WIN-WIN-WIN-SITUATION?

Nehmen TV-Debatten tatsächlich eine Sonderstellung innerhalb des jeweiligen Wahlkampfes ein? Diese Frage beschäftigen nicht nur Politik- und Kommunikationswissenschaftler gleichermaßen, auch in der Medienberichterstattung wird diese Frage bereits seit ihrer Einführung kontrovers diskutiert. Die Konfliktlinie verläuft dabei meist zwischen Befürwortern, die die direkte Vermittlung politischer Informationen und das daraus resultierende demokratietheoretische Potential betonen und den Gegnern des Formats, die aus kommunikationstheoretischer Perspektive den Charakter der Sendungen als „Personality-Shows“ beschreiben, das politischen Mehrparteiensystemen nicht gerecht und ihrer Vorstellung der demokratischen Norm (Information vor Person) nicht entsprechen würden (zu diesem diametralen Vergleich siehe auch Tenischer 1998).

DEMOKRATIETHEORETISCHER ANSATZ

Aus Wählersicht sind TV-Duelle äußerst relevant. Besonders Medienschaffende betonen dabei, TV-Duelle seien „eine Hilfestellung für die Wahlentscheidung“ (SWR 2016b; vgl. auch Maurer & Reinemann 2003: 25), die es ermöglicht, Wähler genau zu diesem Zweck zu informieren. Damit leistet das Format – verglichen mit anderen Wahlkampfinstrumenten – einen wichtigen Beitrag zur politischen Willensbildung, indem es einem breiten Publikum (Maurer 2007: 7) durch bloße Rezeption eine große Menge an Informationen über politische Inhalte vermittelt; zugleich können sie damit etwas über für sie relevante politische Probleme erfahren und einschätzen, welche Probleme aus Sicht der teilnehmenden Politiker wichtig sind (Maurer 2007: 33, 35; Medien Tenor 2002; Tapper & Quandt 2003; Weiß 1976: 22). Während beispielsweise das Lesen kompletter Wahlprogramme auf Dauer ermüdend und teilweise nur schwer verständlich sein kann, bietet die Rezeption einer TV-Debatte die prägnante Darstellung und den Vergleich der politischen Pläne der zur Wahl stehenden Spitzenkandidaten (Maurer & Reinemann 2003: 25). Dadurch werde die Wahlentscheidung rationaler und themenbezogener, weil der Bürger Wissen über Inhalte generiert (Bishop et al. 1978; Graber & Kim 1978: 407; J. Maier 2007a; Lanoue & Schrott 1991; Maurer & Reinemann 2003; anders: Holbrook 2002). Durch den Wettkampfcharakter der

¹⁰⁵ Auch zu diesem Format gab es in der jüngeren Vergangenheit bereits etliche Kontroversen, in denen meist kleine Parteien ihren Unmut über die Zusammensetzung der Elefantenrunden äußerten. Zuletzt wurde öffentlich heftig über die zunächst angedachte und letztlich durchgeführte Teilnahme der Alternative für Deutschland (AfD) an den Elefantenrunden anlässlich der Landtagswahlen in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg 2016 diskutiert, siehe u.a. Pressemitteilung des SWR vom 27.01.2016 (SWR 2016a).

Debatte lassen sich zudem auch Wähler mit (ansonsten) eher geringem Interesse an Politik und Wahlkämpfen ansprechen (Maier & Faas 2011b).

Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass Wähler einen relativ ungefilterten Eindruck der politischen Pläne der Kandidaten erhalten. Zwar ist der Wähler in der Lage, auch ohne das Verfolgen politischer Fernsehdebatten themenbezogene Entscheidungen zu treffen. Die Parteien allerdings tun sich jedoch in der Regel schwer damit, eindeutige und klare Aussagen über ihre politischen inhaltlichen Programme zu treffen. In TV-Duellen ‚müssen‘ die Kandidaten allerdings Stellung beziehen und „direkte, unverfälschte Ersthandinformationen“ an den Wähler senden (Schrott 1990: 648; vgl. auch Merten 1991: 208).

Durch das Frage-Antwort-Format und die Live-Übertragung der Sendung fallen zudem weder von den Kandidaten getätigte Aussagen heraus (*journalistische Selektion*), noch werden diese verkürzt dargestellt oder journalistisch so aufgearbeitet, dass deren Sinngehalt möglicherweise umgedeutet oder verzerrt werden könnte (*journalistische Interpretation*) (Noelle-Neumann 1983; Schrott 1990). Darüber hinaus findet sowohl vor, als auch nach den TV-Debatten eine immense mediale Berichterstattung statt, so dass selbst Wähler, die die Debatte nicht persönlich verfolgt haben, sich über die Debatte, ihre Inhalte und die Performanz der Kandidaten informieren können. Somit strahlen Fernsehdebatten auch positive Effekte auf die politische Sozialisation aus, da familiäre sowie interpersonale Anschlusskommunikation mit Arbeitskollegen oder anderen Personen aus dem näheren Umfeld gefördert würde (Lanoue & Schrott 1991: 105; Maurer & Reinemann 2003: 7). Werden all diese Vorteile zusammengenommen, so lässt sich unterstellen, dass TV-Duelle das politische Interesse fördern und somit über das Potential verfügen, die Wahlbeteiligung insgesamt zu steigern – eine Annahme, die bereits vielfach bestätigt wurde (Faas & Maier 2004b; Lanoue & Schrott 1991: 55; Maier, Faas et al. 2013).

KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHER ANSATZ

Im Gegensatz zur demokratiethoretischen Perspektive äußert sich die grundsätzliche Kritik am Format der Fernsehdiskussion zwischen den politischen Spitzenkandidaten vor allem entlang der strukturellen Aufmachung der Sendung (Claus & Gradl 2013; Tapper & Quandt 2003, 2006, 2010, 2015). Diese sieht – unabhängig vom Austragungsland – Moderatoren vor, die als Gesprächsleiter fungieren und die Kandidaten zu einem vorgefertigten Themenkatalog innerhalb der Debatte befragen. Eine sachpolitische Diskussion, die sich insofern von einer tatsächlichen, freien Debatte unterscheidet, dass es ein festgelegtes Schema gibt, sei in diesem Rahmen daher nicht möglich und hätte eher den Charakter einer Pressekonferenz, in der Politiker zwar Journalisten Rede- und Antwort stünden, aber nicht miteinander diskutierten (Auer 1962; Benoit 1999; Bitzer & Rueter 1980, 1980; Lanoue & Schrott 1991; Schrott 1990).¹⁰⁶ Dadurch träten auch politische Sachfragen in den Hintergrund (Schütz 1994). Vielmehr würden sich Kandidaten, die an

¹⁰⁶ Klein (1990: 14) beschreibt Diskussionen als eine „ganz an der Sache orientierte Bemühung von mindestens zwei Teilnehmern, ausgehend von unterschiedlichen kontroversen Positionen mittels rationaler Argumentation zu einem Konsens zu kommen, den die Teilnehmer schließlich als wahr und richtig akzeptieren“. Dieser Definition *können* Fernsehdebatten zwischen zwei politischen Spitzenkandidaten im Wahlkampf allerdings nicht nachkommen, wenn das erklärte Ziel bleiben sollte, dass die Unterschiede zwischen den politischen Plänen deutlich werden sollen. Konsens ist im Rahmen dieser Fernsehdiskussion im Wahlkampf demnach nicht das erklärte Ziel.

Fernsehdebatten teilnehmen, inszenierten Personality-Shows hingeben (Holly et al. 1989) und das Format lediglich für den Stimmenfang nutzen (Maurer & Reinemann 2003: 33, 2006; Norpoth 1977; Schütz 1994; Weiß 1976).

Ein weiterer Aspekt, der durch die erstmalige Ausführung eines Kanzlerduells im Jahr 2002 diskutiert wurde, fokussiert den Unterschied des politischen Systems der USA, in dem das Format ursprünglich entwickelt wurde, im Vergleich zum politischen System der Bundesrepublik Deutschland. Während das US-amerikanische System darauf angelegt ist, dass die Spitzenkandidaten der zwei großen Parteien direkt gewählt werden und dies eine Fokussierung auf diese Personalien per se rechtfertige, sei genau dieses Vorgehen für Vielparteiensysteme wie die Bundesrepublik kontraproduktiv und käme u.a. einer systemfremden und antiaufklärerischen Personalisierung der Wahl gleich (Donsbach 2002; Donsbach et al. 2004; Weiß 1976) – eine Einschätzung, die sich auch als normativ nicht erwünschte Veränderung auf die Wahlkampfberichterstattung ausweite (Adam & Maier 2010; Reinemann & Wilke 2007).

Zudem seien TV-Debatten – systemunabhängig – Ausdruck einer Anpassung der Wahl- als Wettkampfberichterstattung, die politische Inhalte weitgehend ignoriere und sich stattdessen an demokratiethoretisch weniger erwünschten Kriterien der Unterhaltung orientiere (Farmsworth & Lichter 2007; Hellweg et al. 1992; Jamieson 1992; Jamieson & Birdsell 1988; Meadow 1983; Patterson 1993a, 1993b).

Welche Sichtweise die Realität besser widerspiegelt, ist keine Frage, die sich universell beantworten lässt. Dazu ist einerseits eine empirische Untersuchung nötig, die schwerlich in der Gesamtschau jeden der angesprochenen Aspekte berücksichtigen kann. Zudem ist „keine Fernsehdebatte wie die andere“, da sich die Eigenheiten der teilnehmenden Kandidaten sowie letztlich auch die Ereignislagen im Wahlkampf unterscheiden, wie Maurer und Reinemann anmerken (2003: 7). Dies trifft auch auf die demokratiethoretisch relevante Frage nach dem Repräsentationspotential von TV-Debatten zu. Wie allerdings in Kapitel 4 ausgeführt, existiert eine Reihe an Faktoren, die die inhaltliche Ausgestaltung von TV-Debatten beeinflusst und somit eine Untersuchung des Formats bezüglich des Repräsentationspotentials – auch im Debattenvergleich – zulässt. Die nachfolgenden Ausführungen geben daher einen Überblick über die Fernsehdiskussionen zwischen den Spitzenkandidaten der Parteien, die realistische Chancen darauf haben, den Amtsvorsitz (BundeskanzlerIn, MinisterpräsidentIn), wie sie seit ihrer Einführung in deutschen Wahlkämpfen als TV-Duell im Jahr 1997 durchgeführt wurden, zu gewinnen.

5.2 TV-Debatten in Deutschland – ein Überblick

Sowohl Berichterstattung als auch die Reichweite der TV-Debatten in Deutschland nahmen immens ab dem Zeitpunkt zu, an dem die damaligen Spitzenkandidaten für das Amt des Bundeskanzlers, Gerhard Schröder (als Kandidat der SPD) und Edmund Stoiber (als Kandidat für die Unionsparteien CDU/CSU), erstmals im Jahr 2002 auf Bundesebene in gleich zwei TV-Duellen aufeinandertrafen. Während sich dieses Duell gleichermaßen für die politik- wie kommunikationswissenschaftliche Forschung als Startpunkt für die empirische Analyse ausmachen lässt, tritt die Tatsache, dass die Debattenkultur bereits fünf Jahre zuvor ihren Anfang nahm, meist in den Hintergrund oder wird häufig gar nicht erst erwähnt. Wenn auch in kleinerem Rahmen durchge-

führt, war es der kleine Stadtstaat Hamburg, in dem anlässlich der Bürgerschaftswahlen 1997 erstmals eine TV-Debatte zwischen den damaligen Spitzenkandidaten Henning Voscherau (SPD) und Ole von Beust (CDU) über den öffentlich-rechtlichen Fernsehsender Norddeutscher Rundfunk (NDR) am Abend des 17. September 1997 vier Tage vor der Wahl ausgestrahlt wurde.

Seitdem ist der Anteil an TV-Debatten, die im Kontext von Wahlen auf Landes- und Bundesebene durchgeführt wurden, stetig gestiegen. Dies wird besonders deutlich, wenn die Zeiträume der vergangenen Legislaturperioden des Deutschen Bundestags miteinander verglichen werden (vgl. Abbildung 8). So fanden in den Vergleichszeiträumen, die sich durch die einzelnen Legislaturperioden des Deutschen Bundestags ergeben, annähernd gleich viele Wahlen auf Landes- und Bundesebene statt, die Anzahl der in diesem Kontext durchgeführten Duelle nimmt im Zeitverlauf jedoch zu. Maier et al. (2014: 39) leiten daraus eine eindeutige Etablierung des Formats in deutschen Wahlkämpfen ab, dem sich die Kandidaten nur mit großer Mühe und Ansehensverlusten entziehen könnten. Allerdings änderte sich dieser Verlauf mit der vergangenen Legislaturperiode. Seit 2013 sind die Zahlen der TV-Duelle, die anlässlich der Wahlen auf Landesebene durchgeführt wurden, erstmals wieder rückläufig. Neben der medialen Fokussierung auf das Aufeinandertreffen der Spitzenkandidaten von den großen Parteien CDU/CSU und SPD treten vermehrt auch Formate in den Fokus, die zum einen nicht nur die Spitzenkandidaten der ursprünglich zwei größten Parteien CDU/CSU und SPD zur Fragerunde einladen, sondern auch zunehmend Vertreter der kleineren Parteien an den Diskussionstisch bitten.¹⁰⁷ Denn obwohl die Bundestagswahl 2013 bereits die zweite Große Koalition nach der Jahrtausendwende zur Folge hatte, finden sich die beiden großen Parteien in einer veränderten Parteienstruktur wieder: ein wiedergewählter grüner Ministerpräsident in Baden-Württemberg, ein linker Ministerpräsident in Thüringen (seit 2014) und mehrere Landtagswahlen, bei denen nicht CDU und SPD die meisten Stimmen gewannen, sondern nur eine der beiden Parteien, gefolgt oder verdrängt von einer „kleinen“ Partei (Hessen 2013, Thüringen 2014, Baden-Württemberg 2016, Mecklenburg-Vorpommern 2016).¹⁰⁸ Vermehrt werden Rufe laut, nicht nur eine Fernsehdebatte zwischen den beiden Spitzenkandidaten der „großen“ Parteien, sondern vielmehr ausschließlich Elefantenrunden durchzuführen, an denen die Spitzenvertreter jeder im jeweiligen Parlament sitzenden Parteien oder Vertreter jeder Partei, die – gemessen an aktuellen Umfragen – realistische Chancen darauf hat, in das kommende Parlament gewählt zu werden (vgl. dazu auch bereits Tapper & Quandt 2010: 310-311). Dennoch halten die Fernsehsender entweder an dem ursprünglichen Format des klassischen TV-Duells fest, ergänzen diese zeitweise durch ein Duell der kleinen Parteien, Runden mit allen Spitzenkandidaten oder entziehen sich der Diskussion vollständig, indem weder eine Elefantenrunde, noch ein TV-Duell durchgeführt wird.¹⁰⁹ Um einen tatsächlich rele-

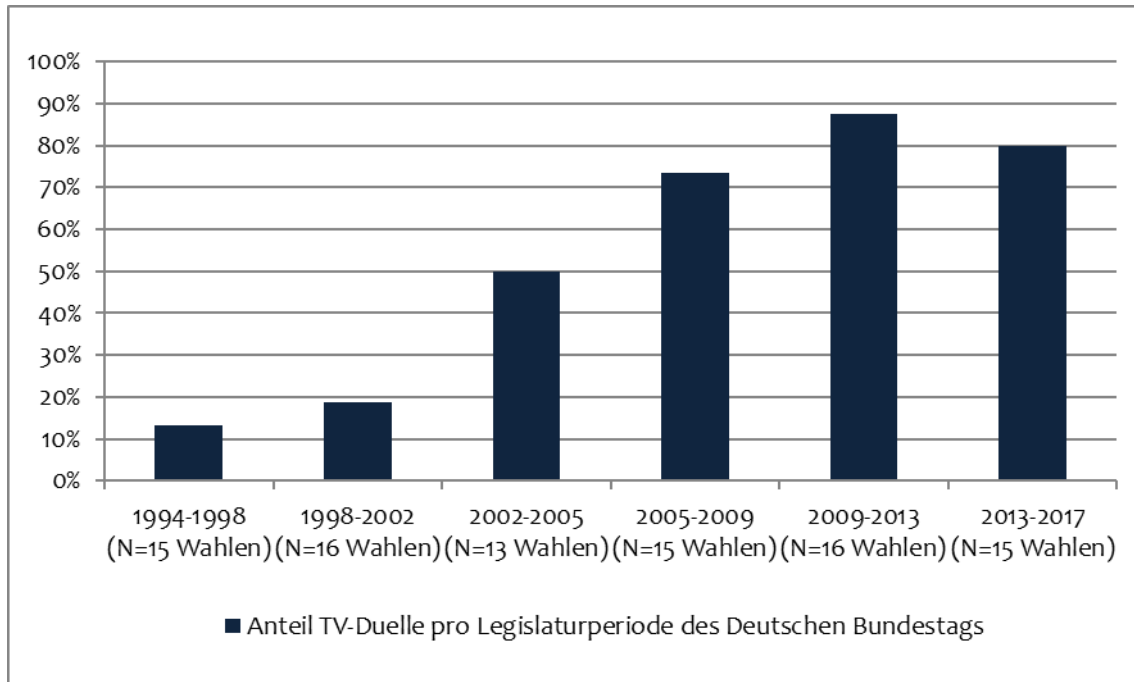
¹⁰⁷ In Einzelfällen wird der Fokus auf Kandidaten, die aussichtsreiche Chancen haben, an der Regierung beteiligt zu sein, gelegt und der Kreis der teilnehmenden Kandidaten erweitert; so durchgeführt bisher bereits in den ostdeutschen Bundesländern, in denen die Partei PDS (bzw. später Die Linke) bereits seit 2004 regelmäßig als dritte Partei neben den Kandidaten von CDU und SPD an den Debatten teilnimmt.

¹⁰⁸ Für die jeweils endgültigen Wahlergebnisse vgl. <http://www.wahlrecht.de/ergebnisse/> (letzter Zugriff: 03.03.2018).

¹⁰⁹ Während die TV-Duelle (mit wenigen Ausnahmen) in aller Regel von den öffentlich-rechtlichen Sendern der jeweiligen Landesrundfunkanstalten durchgeführt werden, führt eine TV-Duell-Absage dieser Sender mitunter dazu, dass kurzfristig private Sendeanstalten derartige Duelle durchführen; so geschehen beispielsweise zur Wahl des Berliner Abgeordnetenhauses im September 2016, als der Sender n-tv –

vanten Bedeutungsverlust des Formats zu unterstellen, fehlt zudem ein annähernd gleich langer Vergleichszeitraum.

Abbildung 8: Anteil der Wahlen mit TV-Duell nach Legislaturperioden des Deutschen Bundestags



Quelle: Maier et al. 2014: 40; eigene und erweiterte Darstellung.

Somit haben sich TV-Duelle als Höhepunkt eines jeweiligen Wahlkampfes auf Bundes- und Landesebene etabliert und es bleibt zu diesem Zeitpunkt abzuwarten, inwiefern sich diese aktuellen Entwicklungen auf die langfristige Ausgestaltung der Wahlkampfberichterstattung auswirkt oder ob es sich hierbei nur um eine temporäre Veränderung der Parteienstruktur handelt, die das Format TV-Debatte in seiner derzeitigen Form als Aufeinandertreffen der Spitzenkandidaten der aussichtsreichsten Parteien nicht grundsätzlich infrage stellt. Tabelle 9 gibt einen detaillierten Überblick über die bisher ausgestrahlten TV-Duelle, die teilnehmenden Kandidaten und weitere Kontextinformationen wie beispielsweise das an Zuschauerzahlen gemessene Interesse an den TV-Duellen.

nach Absage durch den öffentlich-rechtlichen Regionalsender RBB – 12 Tage vor der Wahl ein TV-Duell durchführte; vgl. Ehrenberg (2016).

Tabelle 9: Übersicht über TV-Debatten in Deutschland

Jahr ^a	Wahlebene/ Bundesland	Amtsinhaber(in)	Herausforderer(in)	Nächste(r) Amtsinhaber(in)	Sendeanstalt(en)	Dauer	Zuschauer BRD gesamt ^b	Zuschauer je Bundesland ^b
1997	Hamburg	Henning Voscherau (SPD)	Ole von Beust (CDU)	Ole von Beust	NDR	47 min	501.869	85.167
1998	Niedersachsen	Gerhard Schröder (SPD)	Christian Wulff (CDU)	Gerhard Schröder	NDR	45 min	1.832.565	1.040.034
2000	Schleswig-Holstein	Heide Simonis (SPD)	Volker Rühle (CDU)	Heide Simonis	NDR	45 min	634.551	151.559
2000	Baden- Württemberg	Erwin Teufel (CDU)	Ute Vogt (SPD)	Erwin Teufel	SWR BW	75 min	558.047	487.249
2002	Bund	Gerhard Schröder (SPD)	Edmund Stoiber (CSU)	Gerhard Schröder	RTL, Sat.1	75 min	15.325.535	-----
					ARD, ZDF	75 min	15.599.530	-----
2002	Mecklenburg- Vorpommern	Harald Ringstorff (SPD)	Eckhardt Rehberg (CDU)	Harald Ringstorff	NDR	45 min	298.632	89.316
2003	Niedersachsen	Sigmar Gabriel (SPD)	Christian Wulff (CDU)	Christian Wulff	RTL	60 min	1.748.534	433.504
					NDR	60 min	298.633	67.960
2004	Thüringen	Dieter Althaus (CDU)	Christoph Matschie (SPD) Bodo Ramelow (PDS)	Dieter Althaus	MDR	44 min	235.734	75.299
2004	Brandenburg	Matthias Platzeck (SPD)	Jörg Schönbohm (CDU) Dagmar Enkelmann (PDS)	Matthias Platzeck	RBB	55 min	193.014	72.915
2004	Sachsen	Georg Milbradt (CDU)	Thomas Jurk (SPD) Peter Porsch (PDS)	Georg Milbradt	MDR	45 min	346.552	119.458
2005	Schleswig-Holstein	Heide Simonis (SPD)	Peter H. Carstensen (CDU)	Peter H. Carstensen	NDR	45 min	615.195	218.153
2005	Nordrhein- Westfalen	Peer Steinbrück (SPD)	Jürgen Rüttgers (CDU)	Jürgen Rüttgers	RTL	60 min	929.339	490.469
					ZDF, WDR	60 min	2.685.724	1.175.209
2005	Bund	Gerhard Schröder (SPD)	Angela Merkel (CDU)	Angela Merkel	ARD, ZDF, RTL, SAT.1	90 min	20.978.712	-----
2006	Baden- Württemberg	Günther Oettinger (CDU)	Ute Vogt (SPD)	Günther Oettinger	SWR BW	55 min	622.218	550.691
2006	Berlin	Klaus Wowereit (SPD)	Friedbert Pflüger (CDU)	Klaus Wowereit	RBB	55 min	209.360	145.704
2006	Mecklenburg- Vorpommern	Harald Ringstorff (SPD)	Jürgen Seidel (CDU)	Harald Ringstorff	NDR	45 min	402.783	85.495
2008	Hessen	Roland Koch (CDU)	Andrea Ypsilanti (SPD)	Roland Koch	HR	90 min	563.389	361.742
2008	Niedersachsen	Christian Wulff (CDU)	Wolfgang Jüttner (SPD)	Christian Wulff	Phoenix	44 min	580.652	280.966
2008	Hamburg	Ole von Beust (CDU)	Michael Naumann (SPD)	Ole von Beust	NDR	60 min	309.202	61.120
2008	Bayern	Günther Beckstein (CSU)	Franz Maget (SPD)	Günther Beckstein	BR	45 min	897.483	646.049

5. Funktionen, Strukturelemente und Effekte von TV-Debatten – Ein Wahlkampfformat mit Repräsentativitätspotential?

Jahr ^a	Wahlebene/ Bundesland	Amtsinhaber(in)	Herausforderer(in)	Nächste(r) Amtsinhaber(in)	Sendeanstalt(en)	Dauer	Zuschauer BRD gesamt ^b	Zuschauer je Bundesland ^b
2009	Thüringen	Dieter Althaus (CDU)	Christoph Matschie (SPD) Bodo Ramelow (PDS)	Christine Lieberknecht	MDR	45 min	314.646	88.066
2009	Bund	Angela Merkel (CDU)	Frank-Walter Steinmeier (SPD)	Angela Merkel	ARD, ZDF, RTL, SAT.1	90 min	14.205.948	-----
2009	Schleswig-Holstein	Peter H. Carstensen (CDU)	Ralf Stegner (SPD)	Peter Harry Carstensen	NDR	60 min	443.930	169.236
2009	Brandenburg	Matthias Platzeck (SPD)	Johanna Wanka (CDU) Kerstin Kaiser (Linke)	Matthias Platzeck	RBB	60 min	153.109	84.261
2010	Nordrhein-Westfalen	Jürgen Rüttgers (CDU)	Hannelore Kraft (SPD)	Hannelore Kraft	WDR	60 min	864.268	722.448
2011	Hamburg	Christoph Ahlhaus (CDU)	Olaf Scholz (SPD)	Olaf Scholz	Hamburg 1 NDR	75 min 60 min	nicht bekannt 414.264	nicht bekannt 50.464
2011	Sachsen-Anhalt	Reiner Haseloff (CDU)	Jens Bullerjahn (SPD) Wulff Gallert (Die Linke)	Reiner Haseloff	MDR	60 min	541.800	54.286
2011	Baden-Württemberg	Stefan Mappus (CDU)	Nils Schmid (SPD)	Winfried Kretschmann	SWR BW	60 min	540.283	484.074
2011	Rheinland-Pfalz	Kurt Beck (SPD)	Julia Klöckner (CDU)	Kurt Beck	SWR RP	60 min	289.167	252.838
2011	Mecklenburg-Vorpommern	Erwin Sellering (SPD)	Lorenz Caffier (CDU)	Erwin Sellering	NDR	60 min	237.848	47.232
2011	Berlin	Klaus Wowereit (SPD) Klaus Wowereit (SPD)	Frank Henkel (CDU) Renate Künast (Bündnis 90/Die Grünen)	Klaus Wowereit Klaus Wowereit	RBB RBB	45 min 45 min	210.532 185.431	132.487 76.559
2012	Saarland	Annegret Kramp-Karrenbauer (CDU)	Heiko Maas (SPD)	Annegret Kramp-Karrenbauer	SR	66 min	49.001	44.862
2012	Nordrhein-Westfalen	Hannelore Kraft (SPD)	Norbert Röttgen (CDU)	Hannelore Kraft	WDR	60 min	890.795	761.027
2012	Schleswig-Holstein	Jost de Jager (CDU)	Torsten Albig (SPD)	Torsten Albig	NDR	60 min	225.333	79.527
2013	Niedersachsen	David McAllister (CDU)	Stephan Weil (SPD)	Stephan Weil	NDR	60 min	456.931	265.676
2013	Bund	Angela Merkel (CDU)	Peer Steinbrück (SPD)	Angela Merkel	ARD, ZDF, RTL, Pro7, Phoenix	80 min	17.698.893	-----
2013	Bayern	Horst Seehofer (CSU)	Christian Ude (SPD)	Horst Seehofer	BR	80 min	959.172	711.265
2013	Hessen	Volker Bouffier (CDU)	Thorsten Schäfer-Gümbel (SPD)	Volker Bouffier	HR	90 min	149.049	93.610
2014	Brandenburg	Dietmar Woidke (SPD)	Michael Schierack (CDU) Christian Görke (Die Linke)	Dietmar Woidke	RBB	45 min	142.421	87.226
2015	Hamburg	Olaf Scholz (SPD)	Dietrich Wersich (CDU)	Olaf Scholz	NDR NDR	70 min 60 min	nicht bekannt 277.638	nicht bekannt 65.084

5. Funktionen, Strukturelemente und Effekte von TV-Debatten – Ein Wahlkampfformat mit Repräsentativitätspotential?

Jahr^a	Wahlebene/ Bundesland	Amtsinhaber(in)	Herausforderer(in)	Nächste(r) Amtsinhaber(in)	Sendeanstalt(en)	Dauer	Zuschauer BRD gesamt^b	Zuschauer je Bundesland^b
2016	Baden- Württemberg	Winfried Kretschmann (<i>Bündnis 90/Die Grünen</i>)	Guido Wolf (CDU)	Winfried Kretschmann	SWR	60 min	515.922	477.709
2016	Rheinland-Pfalz	Malu Dreyer (SPD)	Julia Klöckner (CDU)	Malu Dreyer	SWR	60 min	375.275	316.921
2016	Mecklenburg- Vorpommern	Erwin Sellering (SPD)	Lorenz Caffier (CDU)	Erwin Sellering	NDR	60 min	378.409	106.651
2016	Berlin	Michael Müller (SPD)	Frank Henkel (CDU)	Michael Müller	n-tv	50 min	132.681	47.320
2017	Saarland	Annegret Kramp- Karrenbauer (CDU)	Anke Rehlinger (SPD)	Annegret Kramp- Karrenbauer	SR	60	76.381	58.346
2017	Schleswig-Holstein	Torsten Albig (SPD)	Daniel Günther (CDU)	Daniel Günther	NDR	62 min	793.647	650.834
2017	Nordrhein- Westfalen	Hannelore Kraft (SPD)	Armin Laschet (CDU)	Armin Laschet	WDR	64 min	330.013	126.052
2017	Bund	Angela Merkel (CDU)	Martin Schulz (SPD)	Angela Merkel	ARD, ZDF, RTL, SAT. 1	98 min	16.200.000	-----
2017	Niedersachsen	Stephan Weil (SPD)	Bernd Althusmann (CDU)	Stephan Weil	NDR	75 min	-----	350.000

Anmerkung: a) Angabe bezieht sich auf das Debattenjahr, beispielsweise fand die Wahl des baden-württembergischen Landtages im März 2001 statt, das dazugehörige Duell allerdings bereits mehrere Monate zuvor im November 2000. b) Die Angaben beziehen sich auf Zuschauer ab 3 Jahren. Quelle: AGF/GfK/TV Scope/media control. Bundestagswahl 2017 und Niedersachsen 2017: Selbstauskünfte der TV-Sender. Anfragen der Autorin für TV-Duelle, die der Lokalsender Hamburg 1 ausstrahlte, blieben unbeantwortet.

5.3 Zuspruch vs. Kritik – Empirische Befunde zum Format TV-Duell

Während die bisherigen Ausführungen zu TV-Debatten den Zuschauer (Wähler) normativ betrachtet ausschließlich als Nutznießer erscheinen lassen, der von der Rezeption des Formats scheinbar nur Vorteile ziehen kann, zeigt die Zusammenschau der empirischen Forschung ein differenzierteres Bild, das auch für die Bewertung des Repräsentativitätspotentials relevant ist. Sowohl im Ursprungsland des Formats, den USA, als auch im Anwendungsfall der Bundesrepublik Deutschland haben sich bereits eine Vielzahl von Autoren und Forschern mit dem Format, den Ansprüchen der beteiligten Akteure und vor allem seinen Wirkungen auf die Zuschauer (Wähler) auseinandergesetzt.¹¹⁰ So ist es nicht überraschend, dass sich durch die vielfältige Auseinandersetzung sowohl positive als auch negative Effekte auf das Repräsentativitätspotential zeigen und aus demokratietheoretischer Perspektive den verhältnismäßigen Nutzen des Formats relativieren. Sowohl in den USA als auch in Deutschland präsentierten neben den Befürwortern (Wald & Lupfer 1978) auch einige Gegner (vgl. hierzu für den US-amerikanischen Raum Auer 1962, für die Bundesrepublik in erster Linie Donsbach 2002) des Formats ihre Befunde.¹¹¹ Im Zeitverlauf hat sich weltweit – in jenen Ländern, in denen TV-Debatten durchgeführt werden – ein weitestgehend eigener Forschungsstrang entwickelt, dessen Erkenntnisse nachfolgend dargestellt und bezüglich der Implikationen für das Repräsentativitätspotential eingeordnet werden.

5.3.1 Effekte von TV-Debatten auf Einstellungen und Mobilisierung der Rezipienten – Rückschlüsse auf Responsivitätspotential

Ein viel diskutierter Aspekt in der Debattenforschung stellt die Frage dar, ob die Rezeption einen Effekt auf politische Einstellungen hat, lediglich bestehende Haltungen bestätigt oder nicht dazu in der Lage ist, Orientierungen zu verändern (vgl. Tabelle 3). Wald und Lupfer (1978: 349-350) zeigten mit ihrer Studie anlässlich der ersten TV-Debatte des US-amerikanischen Wahlkampfes 1976 zwischen Jimmy Carter und Gerald Ford, dass die Rezeption der Debatte positive Orientierungen gegenüber dem politischen System generierte, die politische Unterstützung fördern. Die Studienteilnehmer zeigten nach der Debatte gesteigertes Wahlkampfinteresse, eine erhöhte Bereitschaft zur Wahlbeteiligung und höhere Werte bezüglich der political efficacy als noch vor

¹¹⁰ In der vorliegenden Arbeit wird häufig auf die US-amerikanische Debattenforschung verwiesen. Diese Vorgehensweise erhebt nicht den Anspruch, dass die dort nachgewiesenen Befunde 1:1 auf den Anwendungsfall der Bundesrepublik Deutschland übertragbar sind, da sich die politischen Systeme und daran anknüpfend die politische Kultur dieser beiden Länder in weiten Teilen unterscheiden. Da hier allerdings nicht ein Vergleich oder die Übertragbarkeit der Effekte auf verschiedene politische Systeme im Fokus steht, sollen die zitierten Befunde aus dem US-amerikanischen Raum vorrangig dem Erkenntnisgewinn und der Darstellung der Bandbreite möglicher Effekte dienen. Zudem wird die herangezogene Literatur dort, wo es möglich ist, immer auch um Erkenntnisse aus weiteren Ländern (politischen Systemen) ergänzt, um ein möglichst ganzheitliches Bild von Debatteneffekten zu zeichnen.

¹¹¹ Während eine vergleichbare Veröffentlichung für die Bundesrepublik noch aussteht, bieten Benoit, Hansen und Verser (2003) in ihrer Meta-Studie einen umfassenden Überblick über Debatteneffekte aus dem US-amerikanischen Raum.

der Debatte (1978: 349-350).¹¹² Diese Befunde konnten in einer Reihe von Studien zu TV-Duellen in den USA, aber auch in Deutschland bestätigt werden (vgl. für *gestiegenes Wahlkampfinteresse* etwa Bachl 2016; Katz 1962, 1962; Lemert et al. 1983; Maier, Faas et al. 2013; McLeod et al. 1979; Mulder 1978; Pfau 1987; Sears & Chaffee 1962; Weaver & Drew 2001; anders: Drew & Weaver 1991; Weaver et al. 1998; für *gestiegene Wahlbeteiligungsabsicht* Best & Hubbard 1999; Faas & Maier 2004b; Klein 2005a; Maier & Faas 2005, 2011b; Maier, Faas et al. 2013; Maurer & Reinemann 2003; anders: M. Maier 2007; Weaver & Drew 2001; für *Political Efficacy* Faas & Maier 2004b; Maier & Faas 2005; Maier, Faas et al. 2013).

Eine weitere, demokratietheoretisch relevante Frage ist die nach dem Repräsentativitätspotential für Rezipienten, die zwar politisch wenig interessiert, aber durchaus dazu in der Lage sind, eine individuelle Agenda der wichtigsten politischen Probleme zu entwickeln (Niedermayer 2005) und daher in der Kommunikation politischer wie medialer Akteure berücksichtigt werden sollten. Einzelne Studien konnten diesbezüglich zeigen, dass TV-Debatten in der Regel immer auch Bürger mit geringem politischen Interesse erreichen (Dehm 2002; Faas 2006; Jandura 2013; Kraus 1962; M. Maier 2007; Maier & Faas 2005, 2011b; Maurer & Reinemann 2003). Dies ist besonders vor dem Hintergrund wichtig, dass ebenfalls Befunde dazu vorliegen, dass das politische Wissen über Themen und Kandidaten – wie von Vertretern des demokratietheoretisch relevanten Potentials von TV-Debatten argumentiert – durch die Debattenrezeption tatsächlich ansteigen und somit zu rationaleren Wahlentscheidungen führen kann (vgl. dazu Abramowitz 1978; Benoit & Hansen 2004; Blais & Perrella 2008; Chaffee 1978; Dehm 2002, 2005; Drew & Weaver 1991; Faas & Maier 2011; Holbrook 1999; J. Maier 2007a; Katz & Feldman 1962; Lau & Redlawsk 2006; Lemert 1993; Maurer & Reinemann 2003, 2006; Sears & Chaffee 1962; Zhu et al. 1994; anders: Drew & Weaver 1991; Graber & Kim 1978; J. Maier 2007a, 2007b; Jacoby et al. 1986; Kennemar 1987, 1990; Maurer & Reinemann 2006; Weaver et al. 1998; Weaver & Drew 1995, 2001). Inwiefern das Wissen über die persönlich relevanten Themen ansteigt, ist jedoch unklar. Maier und Faas (2011a) konnten allerdings zeigen, dass das Verfolgen der TV-Debatte 2009 zu einer Veränderung der wahrgenommenen Problemlösekompetenz führen kann.

Befunde zu Agenda-Setting-Effekten, die durch das Verfolgen von TV-Debatten ausgelöst werden, sind ebenfalls rar. Maier und Faas (2003) sowie Hofrichter (2004) fanden jedoch Hinweise darauf, dass TV-Debatten kaum Agenda-Setting-Effekte nach sich ziehen. Hier ist jedoch ebenfalls nicht eindeutig geklärt, inwieweit diese Befunde auf eine hohe Responsivität der an den fraglichen Debatten teilgenommenen Akteure bezüglich der Zuschaueragenda zurückzuführen ist oder ob die Zuschauer der Debatten über äußerst stabile Einstellungen verfügen, die mögliche Agenda-Setting-Effekte überlagern. Für eine derartige Interpretation sprächen die Befunde einzelner Studien (vgl. dazu Katz & Feldman 1962; Kraus 2000; Lazarsfeld et al. 1944; McKinney & Carlin 2004; Sears & Chaffee 1962). Dem gegenüber stehen etliche Belege dafür, dass das Verfolgen von TV-Debatten vor allem in Deutschland (und weniger in den USA) zu Konversionseffekten auf bestehende Verhaltensabsichten und Einstellungen führen kann (vgl. dazu u.a.

¹¹² Political Efficacy wurde über die folgenden Fragen gemessen: „1. Public officials don't care much what people like me think. 2. Voting is the only way that people like me can have any say about how the government runs things. 3. People like me don't have any say about what the government does.“ Damit unterscheiden sich die Items bezüglich ihrer Vergleichbarkeit von der von Vetter (1997) vorgeschlagenen Konzeptionalisierung (vgl. Kapitel 3.2.2).

Donsbach & Jandura 2005; Faas 2006; Faas & Maier 2004a, 2004b; Klein 2005a, 2005b; Klein & Pötschke 2005; Klein & Rosar 2005; M. Maier 2007; Maier et al. 2007; Maier 2009; 2014; Maier & Faas 2003, 2004, 2005; Maier & Jansen 2016; Maurer & Reinemann 2003; Scheufele et al. 2005). Zu diesen potenziell beeinflussbaren Einstellungen ist auf Grundlage weiterer Studien auch die Wahlabsicht zu zählen (vgl. Bachl 2013b; Faas & Maier 2004a; Geer 1988; Holbrook 1999; J. Maier 2007a; Klein 2005a, 2005b; Klein & Pötschke 2005; Klein & Rosar 2007; Lanoue 1992; Lemert 1993; M. Maier 2007; Maier & Faas 2005, 2011a). Diese ändert sich durch die Debattenrezeption vor allem bei unentschiedenen Wählern (Geer 1988). Zudem scheint auch die Bereitschaft, sich im Wahlkampf zu engagieren, als Folge der Rezeption beeinflussbar zu sein (McLeod et al. 1979). Inwiefern dies auf das Ausmaß an wahrgenommener Repräsentation zurückzuführen, ist jedoch auch ebenfalls ungeklärt.

Was hingegen die Wahrnehmung von TV-Debatten prägen kann, ist die Identifikation mit einer Partei, so wie es auch das modifizierte sozialpsychologische Modell des Wahlverhaltens postuliert. Dabei dient die ideologische Nähe zu einer Partei als Heuristik, die – wie eine parteipolitische Brille – die Wahrnehmung der rezipierten Inhalte prägt. Der tatsächliche Einfluss der Partei-identifikation ist jedoch debattenabhängig und unterscheidet sich hinsichtlich der Effektstärke und auch je nach betrachtetem Wirkungsfaktor (Bachl 2013a; J. Maier 2007b; Maier & Strömbäck 2009), besonders aber bezogen auf die Leistung des Kandidaten, der für den politischen Gegner antritt. Zuschauer erwarten hier etwa, dass der Kandidat des parteipolitischen Gegners schlechter abschneidet als der Kandidat, der die Partei vertritt, der man sich (eher) verbunden fühlt (Bachl 2013a; J. Maier 2007b; Maier et al. 2007; Maier & Strömbäck 2009; Reinemann et al. 2005). Ähnlich wie bereits bei Betrachtung politisch uninteressierter Zuschauer ist zudem bekannt, dass Zuschauer ohne Parteibindung – also genau die Zuschauer, auf die neue, unbekanntere politische Inhalte einen besonders starken Einfluss haben können – verstärkt dazu neigen, ihre Wahlentscheidung auf Grundlage der für sie wichtigen Probleme zu treffen (Dalton 2014). In welchem Ausmaß diese im Rahmen von TV-Debatten angesprochen werden, ist nun Gegenstand der nachfolgenden Ausführungen.

5.3.2 Repräsentativität mittels TV-Debatten?

Aufgrund der jungen Historie von TV-Duellen in Deutschland liegen vergleichbar wenige Erkenntnisse dazu vor, inwiefern die in der Sendung diskutierten Aspekte die Interessen der Wähler widerspiegeln. Um Aussagen über das Repräsentativitätspotential von TV-Debatten treffen zu können, ist jedoch ein Blick in die Forschung zu US-amerikanischen Duellen hilfreich.

BEFUNDE ZUR SACHPOLITISCHEN REPRÄSENTATIVITÄT US-AMERIKANISCHER TV-DEBATTEN

Der generelle, inhaltliche Rahmen von TV-Duellen liegt allein in der Hand der Moderatoren, die meist in Abstimmung mit den Redaktionen der ausführenden Sendeanstalten die Themen festlegen, die im Rahmen der jeweiligen Debatten besprochen und diskutiert werden sollen. Dies brachte ihnen zwar die zweifelhafte Bezeichnung als „joint press conferences“ (Benoit & Hansen 2001: 130), als „double public press conference“ oder auch als „counterfeit debates“ (Auer 1962) ein – es eröffnet den sendungsleitenden Moderatoren aber auch die Möglichkeit, diese entlang der Wählerinteressen zu strukturieren.

Ob und in welchem Ausmaß dies für US-amerikanische TV-Debatten insgesamt zutrifft, haben Benoit und Hansen (2001) in einer Meta-Studie für die 21 TV-Duelle der Jahre 1960 bis 2000 analysiert. In einer vorangegangenen Studie hatten die Autoren festgestellt, dass die Antworten der politischen Kandidaten signifikant mit den Fragen der Moderatoren korrelieren (Hansen & Benoit 2001). In ihrer Meta-Studie postulieren sie dann, dass die Gesprächsinhalte und die dadurch an den Wähler vermittelten Politikinhalt in hohem Maße von den Journalisten abhängig sind (Benoit & Hansen 2001: 131) und formulierten die Frage, ob die Interessen der Bürger hinsichtlich der wichtigsten politischen Probleme – gemessen anhand repräsentativer Bevölkerungsumfragen – die Fragen der Moderatoren in TV-Duellen beeinflussen würden (Benoit & Hansen 2001: 133). Aus Umfragen, die vor den fraglichen Debatten durchgeführt wurden, sowie mithilfe von Inhaltsanalysen der entsprechenden Duelle, deren Kodierschema durch die in den Umfragen gelisteten Themen vorgegeben wurde, stellten die Autoren dann je eine Bevölkerungsagenda sowie eine Debattenagenda auf und überprüften die Übereinstimmung mittels Rangkorrelationen (Spearman's Rho). Dies ermöglichte ihnen eine Einschätzung darüber, inwieweit die Fragen der Moderatoren die Themen abbildeten, denen die Wähler zuvor große Relevanz zugewiesen hatten (Benoit & Hansen 2001: 133).

Die Analyse der US-amerikanischen TV-Debatten ergab, dass die Themen der Fragen, die die Moderatoren an die Kandidaten richteten, weitgehend andere waren als die, die für die Wähler relevant waren (Ausnahme: TV-Duell 2000) (Benoit & Hansen 2001: 135). Media-Agenda-Setting (vgl. Kosicki 1993: 101 sowie Kapitel 4.2.2) ist demnach nicht der entscheidende Faktor, der die Fragen der Moderatoren in amerikanischen TV-Duellen beeinflusst. Vielmehr erhalten intrinsische Motive der Selbstprofilierung sowie die Annahme, stärker einen Wettkampf zwischen den Kandidaten herauszufordern als eine informative Diskussion zu leiten, mehr Gewicht. Die Frage nach dem Informationsgehalt von TV-Debatten für den Zuschauer ist damit aus demokratietheoretischer Perspektive weniger zufriedenstellend zu beantworten, da zumindest die Themenschwerpunkte journalistischer Fragen nicht als Hilfe für den Wahlentscheid gewertet werden können. Damit bestätigen sich einerseits die Befunde älterer Studien, wonach medial berichtete

Inhalte nicht zwangsläufig als effektivste Quelle für die Generierung von Wissen über die Positionen von Kandidaten bezüglich konkreter Issues geeignet seien (Kern 1989; Lichter & Noyes 1996; Patterson & McClure 1976). Sie stehen aber im Kontrast zu den Befunden einer Studie von Patterson und McClure (1976), nach der die Rezeption direkter Wahlkampfbotschaften zu einem signifikanten Anstieg der Wahrnehmung inhaltlicher Positionen der Kandidaten führt.

Durch die geringe Kongruenz zwischen Wähler- und Moderatorenagenda ergeben sich für die teilnehmenden Politiker sowohl Limitationen als auch Chancen für die eigene inhaltliche Ausgestaltung der Debatten und das damit verbundene Responsivitätspotential für den Wähler. Einerseits sind die Kandidaten während der Debatte in gewisser Weise an das Themenkorsett gebunden, das die Redaktionen der ausführenden Sendeanstalten vorab festlegen (vgl. Milic 1979: 187). Dass dieses Vorgehen aber auch für deutsche Debatten zutrifft, zeigen Analysen der Kanzlerduelle, (vgl. für die Kanzlerduelle 2002 Maurer 2003: 66; für 2005 Reinemann & Maurer 2007b: 15; für 2009 Bieber 2010: 244 und für 2013 Faas et al. 2017a, Faas et al. 2017b sowie für das TV-Duell 2011 in Baden-Württemberg Bachl, Käfferlein et al. 2013: 58). Den teilnehmenden Spitzenkandidaten stehen für das individuelle Themenmanagement aber dennoch die gleichen Kommunikationstools zur Verfügung wie für die generelle Kampagnengestaltung (vgl. Tabelle 6). So steht es ihnen – ohne negative Folgen für das Gesamturteil zu befürchten¹¹³ – bis zu einem gewissen Maße frei, den Fragen auszuweichen (Agenda-Cutting) und dadurch eigene Schwerpunkte zu setzen (Agenda-Setting), die sich entweder an den eigenen Kompetenzen (vgl. Riker 1996; Konzept der „herethetics“) oder der Wähleragenda (vgl. Ansolabehere & Iyengar 1994; „Riding the wave“- und Agenda-Surfing-Konzept) orientieren können.

Boydston et al. (2013) haben in ihrer Studie der amerikanischen TV-Debatten 1992, 2004 und 2008 untersucht, inwiefern die verschiedenen Strategien des Themenmanagements der Kandidaten im Wahlkampf (vgl. Kapitel 4.1.2) Anwendung in den Debatten fanden – mit anderen Worten: ob die Kandidaten stärker die eigenen Kompetenzen in den Vordergrund stellten oder ihre rhetorische Strategie eher an der Wähleragenda ausrichteten. Dafür argumentieren sie, dass Kandidaten, die eher dem *Dominanzprinzip* („herethetics“) folgen, sich weniger an der öffentlichen Agenda orientieren und stattdessen solche Themen betonen, in denen ihnen vor der jeweiligen Debatte eine gewisse Lösungskompetenz zugesprochen wurde (*Issue Ownership*; vgl. Boydston et al. 2013: 257). Sie handeln damit stärker nach einer *persuasiven* Logik. Im Gegensatz dazu fokussieren Kandidaten, die dem *Dispersionsprinzip* („*Riding the wave*“) folgen, im TV-Duell eher die Themen der Medienberichterstattung, vor allem aber der Wähleragenda (Boydston et al. 2013: 258). Kandidaten sprechen damit auch Ereignisse an, die kurzfristig auf der öffentlichen Agenda auftauchen. Dadurch bietet sich den Politikern die Chance, nicht nur ihre Lösungskompetenz und ihren Sachverstand zu demonstrieren, sondern zudem auch implizit die eigene Führungsstärke in Krisenzeiten. Im Ergebnis zeigte sich, dass die Kandidaten dazu tendierten, durch die von ihnen angesprochenen Themen die für die Bürger wichtigen Probleme anzusprechen

¹¹³ Kandidaten, die die Strategie des Agenda-Settings nutzen, müssen zwangsläufig den Fragen der Moderatoren ausweichen und gehen damit das Risiko ein, mit sozialen Normen der Interaktion zu brechen, die mit einer schlechteren Bewertung einhergehen, so Boydston et al. (2013: 264). Häufiges Ausweichen wäre demnach nur dann eine sinnvolle Strategie, wenn die Vorteile, die sich durch die Ansprache eines anderen Themas ergeben, die Nachteile des Normbruchs überwiegen – und sich letztlich mehr Wähler von der Kompetenz des Kandidaten in dem neu angesprochenen Themenbereich überzeugen lassen.

(Boydstun et al. 2013: 265), also stärker *responsiv* zu handeln. Dabei spielte auch die Rangfolge der wichtigen Probleme eine Rolle, denn je salienter ein Thema nach den Angaben der Bürger war, desto größer war die Aufmerksamkeit der Kandidaten für genau diese Themen.¹¹⁴ Diese Befunde bestätigten sich für alle drei Debatten der untersuchten Jahre und lassen daher auf ein hohes Responsivitätspotential der Kandidaten für die Zuschauer schließen. Tatsächlich überprüften die Autoren allerdings nur, welche Effekte auf die Gesamtbewertung der Kandidaten entstehen, wenn Kandidaten von der vorgegebenen Themenagenda durch die Moderatoren abweichen. Hier zeigte sich, dass ein Abweichen zwar grundsätzlich negativ von den Zuschauern bewertet wurde, sie aber eine weniger kritische Haltung einnahmen, wenn die Kandidaten statt der vorgegebenen Themen solche Politikfelder ansprachen, die für die Bürger hochsalient waren (Boydstun et al. 2013: 263-264).

Damit stehen die Befunde in Kontrast zu den Ergebnissen älterer Studien zu amerikanischen TV-Debatten. Diese Studien berücksichtigen zusätzlich auch die Agenda der Moderatoren (Jackson-Beeck & Meadow 1979) oder konzentrieren sich lediglich auf diese (Benoit & Hansen 2001). Der gemeinsame Befund dieser Studien ist eine teilweise sehr stark von der jeweiligen Wähleragenda abweichende Debattenagenda; Jackson-Beeck und Meadow sprechen sogar von einer „Triple Agenda“, die impliziert, dass nicht nur die Moderatoren, sondern zusätzlich auch die politischen Spitzenkandidaten von der Publikumsagenda abweichen (Jackson-Beeck & Meadow 1979: 177-178) – ein Ergebnis, zu dem auch Benoit und Hansen (2001: 135) in ihrer Studie aller bis zum Jahr 2000 ausgestrahlten TV-Debatten gelangen. Es wird aber auch deutlich, dass Kandidaten durch ihr Antwortverhalten näher an der Publikumsagenda argumentieren als Moderatoren (Jackson-Beeck & Meadow 1979: 177). Benoit und Hansen (2001: 138) sehen gerade darin, dass Moderatoren von der Publikumsagenda abweichen, eine Chance für Kandidaten, ihrerseits die Interessen des Publikums widerzuspiegeln. Damit ist die Studie von Boydston et al. (2001: 135) wieder anschlussfähig an die älteren, hier skizzierten Befunde, die nahelegen, dass Kandidaten in TV-Debatten durch ihr individuelles Themenmanagement die Gelegenheit dazu haben, die Debattenagenda zu beeinflussen und damit das – durch das Gesprächsverhalten der Moderatoren verlorengegangene – Repräsentativitätspotential auszuschöpfen.

BEFUNDE ZUR SACHPOLITISCHEN REPRÄSENTATIVITÄT DEUTSCHER TV-DEBATTEN

Für Fernsehdebatten, die in der Bundesrepublik Deutschland durchgeführt wurden, ist die Frage nach dem demokratiethoretisch relevanten (sachpolitischen) Repräsentativitätspotential bisher weitgehend ungeklärt. Zu den Ausnahmen, die nicht nur die reinen Inhalte der TV-Duelle in Deutschland wiedergeben, sondern auch einen Bezug zu den Wählerinteressen im Vorfeld der TV-Debatten herstellen, zählen die Studien von Maier et al. (2010) sowie Maier und Maier (2013), die das TV-Duell 2009 betrachten, sowie von Bachl et al. (2013), die die Inhalte des TV-Duells analysieren, das anlässlich der Landtagswahlen 2011 in Baden-Württemberg durchgeführt wurde. Dass Kandidaten im Rahmen von deutschen TV-Duellen davon Gebrauch machen, die Debattenagenda zu ihren Gunsten mithilfe ihres Themenmanagements zu beeinflussen, legen

¹¹⁴ Die Korrelation zwischen den wichtigsten Themen der Bürger und den von Kandidaten angesprochen Themen liegt bei .64, vgl. Boydston et al. (2013: 266). Damit kann von einem starken Zusammenhang zwischen Wählerinteressen und Kandidatenagenda ausgegangen werden.

die Agenda-Studien zum TV-Duell 2009 (J. Maier et al. 2010; Maier & Maier 2013) nahe: während die teilnehmenden Spitzenkandidaten (bei gemeinsamer Betrachtung) drei Viertel ihrer Aussagen mit politischen Inhalten¹¹⁵ auf Aussagen aus dem Gebiet der Policies bezogen, traf dies für die Moderatoren auf weniger als zwei Drittel der Aussagen zu. Diese legten einen Schwerpunkt auf politische Prozesse und folgten somit der generellen Logik der Wahlkampfberichterstattung, die sich stärker als ‚Horse-Race‘-Journalismus auszeichnet als durch den Transport politischer Inhalte (Maier & Maier 2013: 154).

Von besonderem Interesse sind in diesem Zusammenhang auch die sogenannten *Schlussstatements* der Spitzenkandidaten im TV-Duell. Im Gegensatz zu dem vorangegangenen Duellverlauf, während dessen Kandidaten im Wesentlichen darauf angewiesen sind, den zuvor formulierten Fragen der Moderatoren zu folgen oder – aufgrund von Aufforderungen durch den Gegenkandidaten – darauf reagieren müssen, was der jeweilige Gegenkandidat zuvor gesagt hat, bieten die letzten Minuten der TV-Duelle die einmalige Gelegenheit, eigene Schwerpunkte zu setzen, die eigene Führungsstärke zu betonen oder inhaltliche Standpunkte zu kommunizieren, die sich an der Wähleragenda bzw. den Interessen derjenigen Zuschauer orientieren, die der Kandidat stärker ansprechen möchte. Diese im Sinne eigener Schwerpunktsetzung wertvollen Abschlussstatements erfahren daher auch in der empirischen Auseinandersetzung besondere Beachtung. Dass diese Passagen tatsächlich in der Lage sind, Zustimmung unter einzelnen Wählersegmenten zu generieren, zeigen Analysen von Maurer und Reinmann (2003: 93), Reinemann und Maurer (2007a: 71-72), Jansen und Glogger (2017: 48) sowie Nyhuis und Friederich (2017: 169). Unklar ist allerdings bisher, inwieweit Kandidaten Abschlussstatements dazu nutzen, die Wähleragenda oder die Interessen einzelner Wählersegmente aktiv durch die Ansprache der entsprechenden Wähleragendathemen zu reflektieren oder nicht.

5.3.3 Themenauswahl politischer Akteure für TV-Duelle in Deutschland – Befunde aus der Kampagnenpraxis

Zur Themenauswahl sowie der Festlegung auf eine konkrete Themenmanagementstrategie, die in der Vorbereitung politischer Akteure auf TV-Duelle eine Rolle spielen, liegen kaum Studien vor. Dies liegt sicherlich auch darin begründet, dass sich Wahlkampfstrategen und Spitzenkandidaten selbst ungern ‚in die Karten schauen lassen‘ möchten. Eine Ausnahme in diesem Forschungsdesiderat bietet hier der Beitrag von Krafft und Zaiss (2013), die im Nachgang der TV-Debatte anlässlich der Landtagswahl in Baden-Württemberg im Jahr 2011 Interviews mit führenden Mitgliedern der Wahlkampfstäbe der am Duell beteiligten Spitzenkandidaten führten. Die Autoren bieten damit wichtige, weil rare Einblicke in die strategische Vorarbeit der Wahlkampfstrategen und somit auch der Spitzenkandidaten selbst. Mithilfe leitfadengestützter Interviews gelang es den Autoren sehr detailliert, eine höchst unterschiedliche Herangehensweise der beiden Kandidaten an das Wahlkampfformat nachzuzeichnen. Neben Einblicken in die mediale Image-Inszenierung¹¹⁶ werden vor allem Unterschiede in der Vorbereitung der Themen-

¹¹⁵ Zu Aussagen mit politischen Inhalten zählen neben Aussagen über Policies auch politics- und politybezogene Aussagen.

¹¹⁶ Während das Wahlkampfteam des Amtsinhabers (Stefan Mappus, CDU) das TV-Duell zwar als wichtiges Ereignis aber nicht als zentral für die Wahlkampfplanung ansah und die Vorbereitung lediglich auf

auswahl, als auch an die verschiedenen Wählersegmente, die durch die Wahlkampfstäbe als Publikum fokussiert wurden, deutlich.

Bezüglich der Themenauswahl nahm das Team um CDU-Amtsinhaber Mappus an, das Duell würde vor allem von politisch interessierten Personen rezipiert und dementsprechend vorrangig bestehende Einstellungen und Meinungen zu klassischen Themen aktiviert und verstärkt würden, sodass strategisch festgelegt wurde, vorrangig bereits bekannte Inhalte zu kommunizieren und „die eigenen starken Themen gekonnt auszuspielen“, um mit „sachlichen Argumenten zu überzeugen und die vorhandenen Positionen nochmals klar darzulegen“ (Krafft & Zaiss 2013: 239-240). Darüber hinaus sollten „die bedeutsamen Unterschiede in der Programmatik der beiden Parteien“ eine Rolle spielen, ganz besonders in den Themenbereichen, in denen dem Kandidaten und der Partei große Kompetenz zugesprochen wurden¹¹⁷ (Krafft & Zaiss 2013: 240). Damit wurde der Versuch des bewussten Agenda-Settings (vgl. Tabelle 6) im Rahmen der durch das Moderationsverhalten des Moderators begrenzten Möglichkeiten strategisch anvisiert. Das Gegenlager legte sich in der Duell-Vorbereitung ebenfalls auf die Themen fest, die die „Stammthemen der SPD“ waren.¹¹⁸ Auch wurde der Kandidat darauf vorbereitet, bei bestimmten Themen Agenda-Cutting zu betreiben.¹¹⁹ Beide Wahlkampfteams legten insgesamt betrachtet somit den Fokus darauf, ihre „Gewinnerthemen“ (Krafft & Zaiss 2013: 248-249) zu betonen, soweit es ihnen durch das Frage- und Leitungsverhalten des Moderators möglich wäre. Es wird jedoch auch deutlich, dass in den beiden Lagern unterschiedliche Strategien verfolgt wurden: während der Wahlkampfstab um den Amtsinhaber die persönliche Imagekomponente weitgehend ausklammerte und Sachthemen fokussierte, nahm das Team um den Herausforderer vor allem die mediale Darstellung und die Persönlichkeit des Kandidaten zum leitenden Vorbereitungsmotiv. Zudem zeigt sich durch diese Einblicke, dass die klassischen Strategien des Themenmanagements – allen voran Agenda-Setting und Agenda-Cutting – der politischen Kommunikation allgemein und im Wahlkampf insbesondere auch in TV-Duellen durch die Spitzenkandidaten Anwendung finden.

Einen journalistisch aufbereiteten Einblick in die Vorbereitung des Kanzlerkandidaten Martin Schulz auf das TV-Duell zur Bundestagswahl 2017 gewährt ein Beitrag des Magazins „Der Spiegel“ (Ausgabe 40/2017). Der Beitrag zeigt, dass das Format auch wahlkampfstrategisch/parteiintern starke Beachtung fand. Zwei komplette Durchgänge wurden in den Tagen vor dem Duell mit einem Double der Schulz-Kontrahentin Merkel durchgeführt, um den Kandidaten bestmöglich auf die Debatte vorzubereiten. Die Wahlkampfstrategen verfolgten damit eine ähnliche Vorbereitungsstrategie wie die SPD-Funktionäre anlässlich der Landtagswahl in Baden-Württemberg 2011 mit dem Spitzenkandidat Nils Schmid. Zu der inhaltlichen Vorbereitung liegen jedoch keine Informationen vor, es gibt lediglich Eindrücke davon, dass dem Kandidaten

durch drei Mitarbeiter auf Kreisverbandsebene stattfand (Krafft & Zaiss 2013: 239f.), wurde das Duell im Team um den Herausforderer (Nils Schmid, SPD) als Wahlkampfhighlight und Gelegenheit zur Gratis-Werbung angesehen, das dem Kandidaten mit Hilfe einer ausführlichen, zweitägigen Probe in einem Fotostudio die Gelegenheit bot, ausführlich zuvor eingeübte Statements zu trainieren; vgl. Krafft & Zaiss (2013: 244-245).

¹¹⁷ Konkret waren dies hier die Themen Bildungs- und Wirtschaftspolitik, denen auch in der gesamten Wahlkampagne der größte Stellenwert beigemessen wurde; vgl. Krafft & Zaiss (2013: 242).

¹¹⁸ Der Fokus lag somit auf den Themen Energie, Arbeit und ebenfalls Bildung; vgl. Krafft & Zaiss (2013: 244).

¹¹⁹ Dies betraf mögliche Koalitionsoptionen der SPD mit der Linkspartei; vgl. Krafft & Zaiss (2013: 244).

Schulz vermittelt wurde nicht zu aggressiv aufzutreten.¹²⁰ Auch zu der Vorbereitung von Schulz' Kontrahentin und duellerfahreneren Kanzlerin Merkel, die in der Vergangenheit bereits drei TV-Duelle gegen SPD-Kandidaten absolviert hatte, sind – wie bei den zuvor durchgeführten TV-Duellen – weniger Informationen durch den Wahlkampfstab veröffentlicht worden. Wie bereits 2005, 2009 und 2013 wurde nur bekannt, dass sich die Kanzlerin wie im übrigen Wahlkampf durch Medienberaterin Eva Christiansen und Regierungssprecher Steffen Seibert, die unionsseitig auch die Verhandlungen der Duell-Modalitäten mit den beteiligten TV-Sendern führten, beraten ließ, jedoch nicht, ob auch sie vergleichbare Probeläufe durchführte.

5.4 Zwischenfazit Format TV-Duell

TV-Duelle stellen das Aufeinandertreffen der politischen Spitzenkandidaten mit – gemessen an Umfragen – realistischen Chancen auf das Regierungsmandat durch die Wahl dar. Nach verschiedenen Formaten seit Gründung der Bundesrepublik, an denen meist alle im jeweiligen Parlament vertretenen Parteien miteinander diskutierten, wurden TV-Duelle, wie sie aus den USA bekannt sind, seit nunmehr 20 Jahren mehr als 50 Male sowohl auf Bundesebene (6 TV-Duelle) als auch auf Landesebene (49 TV-Duelle) durchgeführt. Während aus kommunikationstheoretischer Sicht viel Kritik an Format und Struktur geäußert wird, liegen aus demokratietheoretischer Sicht hingegen etliche Befunde zum Mobilisierungspotential und damit zumeist positive Effekten auf die Rezipienten vor. Dazu wird vermehrt ins Feld geführt, dass die Rezeption des Formats durch den Bürger dazu führt, dass diese eher dazu bereit sind, an der Wahl teilzunehmen. Diese Erkenntnis ist aus demokratietheoretischer Sicht zunächst zufriedenstellend, wenn eine (breite) Wahlbeteiligung als (breite) Unterstützung angesehen wird. Demokratietheoretisch wird allerdings auch unterstellt, dass die langfristige Stabilität nur dann gewährleistet ist, wenn Bürger mit den inhaltlichen Outputs, die politische Akteure aufgrund des inhaltlichen Inputs generieren, zufrieden sind. Wenn politische Akteure die Gelegenheit dazu haben, eine breite Wählermasse zu erreichen, so sollte es in ihrem Interesse liegen, die inhaltlichen Interessen der Bürger zu antizipieren, um entweder responsiv auf die Themenstruktur der Bürger zu reagieren oder sie von ihren eigenen Themen zu überzeugen.

Während aus der Wahlkampfforschung bereits bekannt ist, dass politischen Akteuren unterschiedliche Strategien des Themenmanagements zur Verfügung stehen, um Unterstützung beim Wähler zu erzeugen, konnte in dem vorliegenden Kapitel gezeigt werden, dass politische Akteure diese prinzipiell auch im Rahmen von TV-Duellen anwenden können. Strategische Mittel sind ganz besonders im Kontext von TV-Debatten von Bedeutung, weil politische Akteure – anders als in anderen Formaten direkter Wähleradressierung wie beispielsweise Wahlwerbespots – weitgehend an die Fragen und die Gesprächsführung der Moderatoren gebunden sind und somit nur relativ eingeschränkt handeln können. Vor dem Hintergrund, dass Medienvertreter im Rahmen von TV-Duellen der Handlungslogik journalistischer Akteure im Wahlkampf folgen und stärker auf unpolitische Aspekte des Wahlkampfs fokussieren, kommt den Kommunikationsstra-

¹²⁰ Schulz selbst wird rückblickend zitiert mit den Worten „Das war, weil mir in der ganzen Vorbereitung gesagt wurde: Attackier sie nicht!“ ; vgl. Schulz, in: Feldenkirchen (2017: 25).

tegien für das individuelle Themenmanagement der politischen Spitzenkandidaten entscheidende Bedeutung zu.

Inwieweit politische Akteure die strategischen Mittel ihrer Kommunikation aber (1) tatsächlich in den bisher in Deutschland durchgeführten TV-Debatten genutzt haben, inwieweit sie (2) durch ihr Themenmanagement einen Eindruck davon vermitteln konnten, die Interessen der Wähler antizipieren und darstellen zu können, ob sie (3) durch die Darstellung ihrer politischen Pläne eher responsiv oder persuasiv gehandelt haben, durch welche Strategie (4) welche Wählergruppe inhaltlich möglicherweise stärker repräsentiert wurde und welche Effekte dies (5) auf die Unterstützung der Wähler hatte, ist allerdings bisher ungeklärt. Das nachfolgende Kapitel fasst daher die bisherigen Befunde der vorliegenden Untersuchung zusammen, um daraus Forschungsfragen und Hypothesen zu generieren, mithilfe derer der Repräsentativitätsgehalt von TV-Duellen bestimmt werden kann. Auf dieser Grundlage können dann Aussagen darüber getroffen werden, inwieweit TV-Duelle einen demokratietheoretisch relevanten Beitrag zu inhaltlich fundierten Wahlentscheidungen leisten können, die eine grundlegende Bedingung für die Stabilität demokratischer Systeme darstellen.

6. Zusammenführung: Agenda-Setting und Agenda-Building in TV-Debatten

6.1 Vorbemerkung

TV-Debatten stehen nicht nur in den USA im Fokus des Wahlkampfes, sondern weisen zwischenzeitlich auch in Deutschland eine nunmehr 20 Jahre andauernde Tradition im Kontext von Wahlkämpfen auf. Wie in Kapitel 5 gezeigt werden konnte, wurde diesen Wahlkampfeignissen nicht nur medial, sondern zwischenzeitlich auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung enorme Beachtung geschenkt. Allerdings lassen sich allgemein verschiedene Kritikpunkte an den bisher geleisteten empirischen Studien zu TV-Duellen ausmachen:

- (1) TV-Duelle in Deutschland bilden als meistbeachtetes Einzelereignis im Wahlkampf den Ausgangspunkt für ebenso solistisch strukturierte Analysen, die sich fast ausschließlich auf ein einzelnes TV-Duell beziehen.¹²¹ Strukturelle, generalisierende Aussagen über das Format an sich sind somit nicht möglich. Damit verbleiben die mithilfe dieser Analysen gewonnenen Erkenntnisse auf einem unitären Niveau, das die Gefahr birgt, systematisch unter- als auch überschätzt zu werden.
- (2) Wenn – wie in der Gesamtschau der bisher angestellten Analysen – angenommen werden kann, dass von TV-Duellen enormes Wirkungspotential auf den Wähler ausgeht, ist es einerseits folgerichtig, den Fokus auf die Rezeptionseffekte auf den Wähler zu richten. Andererseits greifen die bisher erfolgten Analysen genau an diesem Punkt zu kurz: allzu häufig stehen Fragen nach dem wahrgenommenen Debattensieger im Fokus, die nur in Einzelfällen die demokratiethoretisch relevante Verknüpfung dieser Erkenntnis mit dem Mobilisierungspotential für den Wähler herstellen. Unter Berücksichtigung der vielerorts und teilweise in den Debattensiegerstudien selbst geäußerten Kritik, auch die mediale Berichterstattung reduziere das Effektpotential dieses Wahlkampfformats weitgehend auf die Siegerfrage, ergeben sich hier legitimatorische Zweifel derartiger Analysen bezüglich des demokratiethoretischen Potenzials von TV-Debatten.
- (3) Im Gegensatz dazu wird in den vorliegenden Studien nur allzu leicht der Benefit von TV-Duellen als ‚Hilfe für den Wahlentscheid‘ als Begründung dafür angeführt, sich dem Format empirisch zu nähern – ebenso wie die enorme Reichweite, die die Ausstrahlung der Duelle erbringt. Eine Hilfe für den Wahlentscheid können TV-Duelle aber letztlich nur dann bieten, wenn zusätzlich berücksichtigt wird, welche Duellaspunkte tatsächlich diese Hilfestellung begünstigen. In den vorliegenden Studien ist es jedoch üblich, ausschließlich auf Kandidatenaspekte abzuheben, die sich auf rhetorische Strategien (etwa im Sinne eines Angriffs- oder Verteidigungsstils), auf Kandidatenimages oder auf vorgegebene Realitätsvorstellungen (i.S.v. Lern- und Wissenseffekten) konzentrieren. Es wurde

¹²¹ Zu den wenigen Ausnahmen zählen die Studien von Bachl (2016); (2017) sowie Maier und Jansen (2016); (2017a).

jedoch gezeigt, dass Wahlentscheidungen neben der Parteineigung auf Grundlage von individuellen Kandidaten- und individuellen Themenorientierungen getroffen werden (vgl. Kapitel 3.1.2), wobei gerade letztere – trotz der Diskussion um eine zunehmende Personalisierung – großen Anteil an der Wahlentscheidung zu haben scheinen (vgl. Abbildung 4). Analysen, die die für Zuschauer individuell wichtigen Themen ignorieren, werden somit dem demokratietheoretisch relevanten Anspruch an funktionalistische Elemente von TV-Debatten ebenfalls nicht gerecht. Für die vorliegenden Analysen zweier deutscher TV-Debatten (Bundestagswahl 2009, Landtagswahl Baden-Württemberg 2011), die einen Bezug zur Wähleragenda herstellen, gilt hingegen wieder die Einzelfalleinschränkung, denen jeglicher Anspruch auf Generalisierbarkeit verwehrt bleibt.

- (4) Durch die Vernachlässigung der tatsächlich existenten Wählerinteressen fehlen zudem Erkenntnisse dazu, ob die an den Debatten teilnehmenden Kandidaten die Wähler insgesamt oder bestimmte Wählergruppen durch die Ansprache spezifischer Themen im Rahmen des Duells im Auge haben. Wenn – wie in den bisher angestellten Analysen – unterstellt wird, dass TV-Debatten über enormes Mobilisierungspotential verfügen, gleichzeitig jedoch auch bekannt ist, dass Wahlen häufig verloren werden, weil bestimmte Wählersegmente und ihre Interessen im Wahlkampf vernachlässigt wurden, erscheint eine Systematisierung der fokussierten Wählersegmente überfällig, um Wahlausgänge sinnvoll interpretieren zu können. In diesem Zusammenhang erscheint auch die Frage danach relevant, ob sich unter gegebenen Umständen (Umfragewerte, Kompetenzzuweisungen, Position des Kandidaten) bestimmte Strategien des Themenmanagements von Kandidaten (Dominanz- vs. Dispersionsprinzip), die sich für den Wahlkampf insgesamt bereits nachweisen ließen, auch für das Format der TV-Duelle nachweisen lassen – einschließlich ihrer Effekte auf den Wähler.

Mit den nachfolgenden Ausführungen werden nun die bisher gesammelten Erkenntnisse dazu genutzt, das vernachlässigte, aber demokratietheoretisch hoch relevante Potential von TV-Debatten in einigen kurzen Überlegungen zusammenzufassen und ein Modell zur empirischen Analyse vorzuschlagen. Dazu wird das systemtheoretische Prozessmodell der politischen Unterstützung auf Grundlage der Responsivität politischer Akteure nach Easton berücksichtigt, indem die darin identifizierten Akteure mit ihrer jeweiligen Agenda im Rahmen von TV-Duellen systematisch erfasst werden.

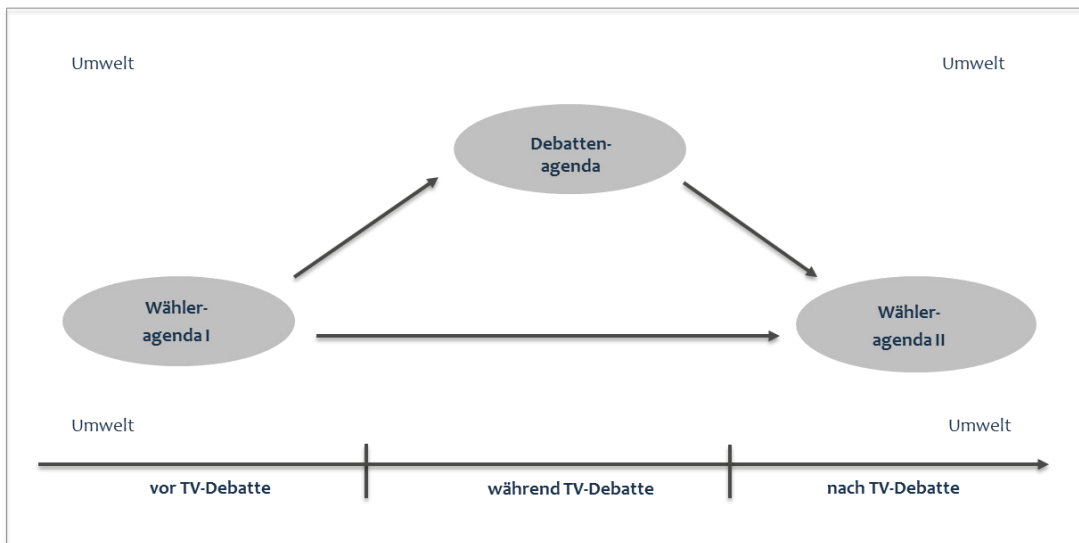
6.2 Zusammenfassung der theoretischen Konzepte – ein Modell zum Responsivitäts- und Persuasionspotential von TV-Debatten für politische Unterstützung

6.2.1 Modellkomponente 1: Die Wähleragenda vor dem Duell als Input für die TV-Duell-Agenda und Startpunkt politischer Unterstützung

Für die Unterstützung des politischen Systems, das das gesellschaftliche Leben ordnet, indem es für die Gesellschaft bindende Entscheidungen trifft, bilden die Anforderungen, Interessen und Einstellungen der Bürger den Ausgangspunkt. Die Anforderungen der Bürger, die als Inputs Eingang in das politische System finden können, werden von verschiedenen Faktoren beein-

flusst, wozu aus politikwissenschaftlicher Perspektive das Vorhandensein und die Ausprägung der Parteinigung und aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive massenmediale Kommunikation zu zählen ist. Diese dient in erster Linie als Quelle jener Informationen, die für die Urteilsbildung bezüglich der persönlich wichtigen Themen und Probleme relevant sind; ersteres dient als Filter (oder auch Heuristik), der bei der Einordnung der rezipierten Informationen hilft. Nach sorgfältiger Prüfung und Einordnung sind die Bürger dann dazu in der Lage, eine persönliche Agenda der Themen aufzustellen, die für sie im Alltag von Bedeutung sind. Diese persönliche Agenda – aggregiert in gesellschaftlichen Themen – gewinnt in Wahlkampfzeiten zusätzlich an Relevanz: Ausgehend von Eastons Modell der Unterstützung politischer Systeme nehmen Wähler permanent einen Abgleich zwischen den persönlich als wichtig empfundenen Problemen mit den Themenfeldern vor, die auf der politischen Agenda präsent und somit für politische Akteure relevant sind. Auf Grundlage dieses Abgleichs können Wähler dann einschätzen, inwieweit sie die Bearbeitung der für sie wichtigen Probleme auf der Agenda der zur Wahl stehenden politischen Akteure wiederfinden. Die Informationen über die Bearbeitung wichtiger politischer Probleme werden dabei über die Medien an die Bürger transportiert (in Nicht-Wahlkampfzeiten). In Wahlkampfzeiten hingegen verschiebt sich die mediale Berichterstattung häufig auf angekündigte Handlungsalternativen der politischen Akteure, die in Wahlkampagnen vorgestellt werden. Damit rücken im Wahlkampf Formate wie TV-Debatten in den Fokus, die es dem Wähler ermöglichen, ohne großen Ressourcenaufwand einen Abgleich der individuell wichtigen politischen Probleme mit den in der Debatte diskutierten Lösungsansätzen vorzunehmen und so einen Einfluss auf die politische Unterstützung bieten kann.

Dass sich die an der Debatte beteiligten Akteure des Stellenwerts der vom Wähler als wichtig erachteten politischen Probleme bewusst sind, wird besonders in Vorankündigungen der TV-Duelle deutlich. Darin wird die Sendung meist damit beworben, die wichtigsten politischen Probleme im jeweiligen Wahlkampf zu beleuchten (vgl. etwa SWRc). Zudem sind sich politische Akteure dessen bewusst, welchen Stellenwert politische Sachfragen für den Wähler haben (im Sinne von Anforderungen, die in Form von Inputs Eingang in das politische System finden) und haben folglich ein Interesse daran, über die für den Wähler relevanten Themen in Kenntnis zu sein und diese im Duell zu diskutieren (Modellkomponente 2). Auch Moderatoren eines TV-Duells haben – als Vertreter der Medien – den demokratietheoretischen Auftrag der politischen Willensbildung und somit ebenfalls den Auftrag, über die relevanten Themen im Bilde zu sein und diese im Rahmen des TV-Duells anzusprechen. Es ist also davon auszugehen, dass die für den Wähler wichtigen Themen – vor dem TV-Duell zum Ausdruck gebracht im Rahmen von Umfragen – als Wähleragenda einen entscheidenden Anteil an der Debattenagenda haben (vgl. Abbildung 9). Durch den Abgleich der im Duell zum Ausdruck gebrachten Agenda ergibt sich dann nach dem Duell eine Wähleragenda, die je nach Debatteninhalten und Stabilität der politischen Einstellungen vor dem Duell nach der Debattenrezeption ähnlich oder verändert ausfallen und ihrerseits – je nach wahrgenommener Responsivität und erfolgter oder Ausbleiben der Persuasion – einen Einfluss auf das Ausmaß politischer Unterstützung haben kann (Modellkomponente 3).

Abbildung 9: Einfaches Agenda-Modell im Kontext von TV-Debatten

Quelle: eigene Darstellung.

6.2.2 Modellkomponente 2: Die TV-Duell-Agenda als Katalysator der Wähleragenda vor dem Duell, als Ort des Themenmanagements und der Genese politischer Unterstützung

Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben hat die Wähleragenda vor dem Duell entscheidenden Anteil an der inhaltlichen Strukturierung der TV-Debatten. Während Wähler TV-Duelle rezipieren, um sich über das inhaltliche Angebot der diskutierenden Kandidaten zu informieren, haben die beiden Debattenakteure (Moderatoren und politische Spitzenkandidaten) den demokratietheoretisch relevanten Auftrag, die Zuschauer über jene Themen zu informieren, die für die Wähler relevant sind. Allerdings zeigen die in Kapitel 5.3.2 und Kapitel 5.3.3 vorgestellten Erkenntnisse zu einzelnen TV-Duellen, dass diese 1:1-Übertragung der Wählerinteressen so nicht feststellbar ist. Diese Befunde decken sich mit Erkenntnissen zu anderen Wahlkampfmodaten. Folgende Aspekte stehen der mit Wählerinteressen deckungsgleichen Debattenagenda entgegen:

Moderatorenagenda:

Sendeanstalten und Redaktion der ausführenden Sender legen grundsätzlich die Themen fest, die im Rahmen von TV-Duellen besprochen werden. Deklarieren wird dazu im Vorfeld der Debatten häufig, dass in der Debatte die ‚wahlentscheidenden‘, die ‚wichtigen politischen Probleme‘ diskutiert werden sollen. Mit diesem Anspruch soll dafür Sorge getragen werden, dass Moderatoren als Vertreter der Medien ihrem demokratietheoretischen und gesetzlich vorgegebenen Informationsauftrag nachkommen, die Gesellschaft sowie ihre Interessenlagen zu beobachten und die Bürger diesbezüglich zu informieren. Allerdings ist es auch Teil der politischen Willensbildung, Kritik und Kontrolle am politischen System zu üben, Missstände aufzudecken und somit auch solche Themen anzusprechen, die zuvor nicht auf der Wähleragenda relevant waren. TV-Duelle im Wahlkampf unterliegen durch ihren Zuschnitt auf das Aufeinandertreffen der beiden

Spitzenkandidaten der (meist) zwei großen Parteien darüberhinaus auch immer der Gefahr, mehr Wettkampfbeobachtung als Wahlentscheidungshilfe zu sein. Dies wird allzu häufig durch das Agieren der Moderatoren gefördert, die auch im TV-Duell eher auf die wettkampforientierten Aspekte des Wahlkampfes fokussieren als auf politische Inhalte – ein Verhalten, das aus dem generellen Wahlkampf als ‚horse-race-journalism‘ bekannt ist. Somit kann die Moderatorenagenda die Wähleragenda nur schwerlich voll umfänglich decken – durch die Zeit, die für unpolitische Aspekte im Duell verwendet wird, schwindet gleichzeitig die Gelegenheit, inhaltliche Aspekte anzusprechen, die für den Wähler relevant sind. Dieses Verhalten ist auch der Tatsache geschuldet, dass Medienanstalten nicht nur den Auftrag der politischen Willensbildung verfolgen, sondern schlussendlich auch Unternehmen darstellen, die permanent ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit auf dem medialen Markt unter Beweis stellen müssen. In Anbetracht der potentiellen Reichweite, die TV-Duelle haben können, scheint die Entscheidung, den Zuschauern eher hitzige Konfrontationen und die Diskussion spektakulärer, möglicherweise auch skandalöser Aspekte des Wahlkampfes größere Einschaltquoten (und somit mehr Marktanteile) zu liefern als eine vollkommen ‚regelkonforme‘ Frage-Antwort-Runde zwischen Politikern und Moderatoren.

Kandidatenagenda:

Politische Spitzenkandidaten, die an TV-Duellen teilnehmen, verfolgen – wie im Wahlkampf generell – das Ziel, viele Wähler von sich und ihren Themen zu überzeugen, um Unterstützung zu generieren. Der größte Vorteil an TV-Duellen teilzunehmen ergibt sich für Kandidaten dadurch, unter Umgehung der sonst üblichen journalistischen Selektion und Interpretation Themen und Inhalte zu präsentieren. Zwar sind Kandidaten im TV-Duell einerseits an die Themenvorgaben der Moderatoren gebunden und müssen somit auch auf die Ansprache von Themen reagieren, die nicht mit der Wähleragenda übereinstimmen können – wodurch bereits eine Agendaabweichung der politischen Akteure im Duell entstehen kann. Sie haben aber permanent die Möglichkeit, den Fragen der Moderatoren auszuweichen und somit eigene Schwerpunkte zu setzen. Dass sie dies gelegentlich auch tun, zeigen Untersuchungen einzelner TV-Duelle (vgl. etwa Bachl et al. 2013: 70).

Dies impliziert, dass Kandidaten ein *Themenmanagement* verfolgen, das strategischen Zielen folgt. Wie Kapitel 4.1 gezeigt hat, stehen den Kandidaten dazu verschiedene Strategien zur Verfügung, die sich nach dem *Dominanz-* und dem *Dispersionsprinzip* unterscheiden lassen (vgl. Tabelle 6). Kandidaten, die den Anspruch haben, die Themensetzung zu dominieren, werden sich des *Agenda-Settings* bedienen und dazu auch *Agenda-Cutting* anwenden. Dazu werden vorrangig die Themen bedient und angesprochen, die den eigenen Kompetenzen entsprechen: hat ein Kandidat etwa hohe Kompetenzwerte im Bereich der Arbeitsmarktpolitik und betreibt er aktives Themenmanagement im Sinne des *Agenda-Settings*, so liegt sein Bestreben darin, Themen, in denen er weniger *Kompetenz* hat, zu beschneiden und stattdessen bei jeder sich bietenden Gelegenheit die Arbeitsmarktpolitik anzusprechen und mit dieser zu *überzeugen*. Kandidaten, die hingegen stärker auf der Welle der Wähleragenda surfen – und somit *responsiv* handeln – wollen, bedienen sich vielmehr des „*Riding-the-wave*“-Prinzips und sprechen ein Themenspektrum an, das sich stärker an den für die Wähler relevanten Themen orientiert.

Die Wahl der Strategie wird maßgeblich bestimmt durch die *Ausgangsposition* der Kandidaten. Diese wiederum zeigt sich zunächst darin, aus welcher Position heraus ein Kandidat im TV-Duell

antritt. Als amtierender Regierungschef verfügt ein Kandidat etwa über einen *Amtsinhaberbonus*, der seinen Bekanntheitswert und damit auch die Kompetenzwerte im Vergleich zu seinem Gegenkandidaten steigert. Große Bekanntheit sowie zugesprochene *Kompetenz* ermöglichen es Amtsinhabern somit, im Duell verstärkt auf die eigenen Kompetenzfelder zu verweisen und somit die eigenen Anhänger zu mobilisieren und bisher unentschlossene Wähler zu überzeugen. Hier kommen ihm darüber hinaus auch die meist höheren *Umfragewerte*, gemessen etwa anhand der sogenannten ‚Sonntagsfrage‘, zu Gute, die ihm somit einen Vorteil gegenüber dem Lager des Gegners bescheinigen. Die Anzahl angesprochener Themen und damit die *Breite der Kandidatenagenda* wird somit auch dadurch bestimmt, auf wie vielen verschiedenen Politikfeldern dem einzelnen Kandidaten vor dem jeweiligen Duell Lösungskompetenz zugesprochen wird. Anders stellt sich die Sachlage für Kandidaten dar, die aus der Position des *Herausforderers* antreten und somit nicht über einen Bekanntheitsbonus – ähnlich dem des Amtsinhabers – verfügen. Nicht vorhandene Regierungstätigkeit geht für den Herausforderer daher auch mit geringerer medialer Präsenz einher, zudem kann der Herausforderer durch die Arbeit in der Opposition weniger auf erfolgreiche Leistungen verweisen, die er in direkt zurückliegender Vergangenheit erbracht hat. Somit fehlen ihm häufig Kompetenzzuschreibungen, die ihm für seine politische Arbeit bescheinigt werden könnten. Geringere Bekanntheit und mangelnde Kompetenzzuschreibungen führen somit dazu, dass die *Orientierung an der Wähleragenda* für Herausforderer die lohnenswertere Alternative darstellt. Dies gilt gleichermaßen für den Fall, dass ein Kandidat in den Umfragewerten hinter dem politischen Gegner zurückliegt: in diesem Fall müssen nicht nur die bisher unentschiedenen Wähler angesprochen, sondern auch die eigenen Anhänger mobilisiert werden – und je breiter die Themenagenda dieser Kandidaten aufgestellt ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, sämtliche Wählersegmente anzusprechen, hierdurch Responsivität zu suggerieren und letztlich den Großteil der Wähler von sich zu überzeugen. Kandidaten, die in der Position des Herausforderers antreten, im Saldo geringere Kompetenzwerte aufweisen und in den Umfragen zurückliegen, sollten ihre Themenmanagementstrategie im TV-Duell somit eher dem Dispersionsprinzip folgen lassen als Kandidaten, die aus der Position des Amtsinhabers im TV-Duell antreten.

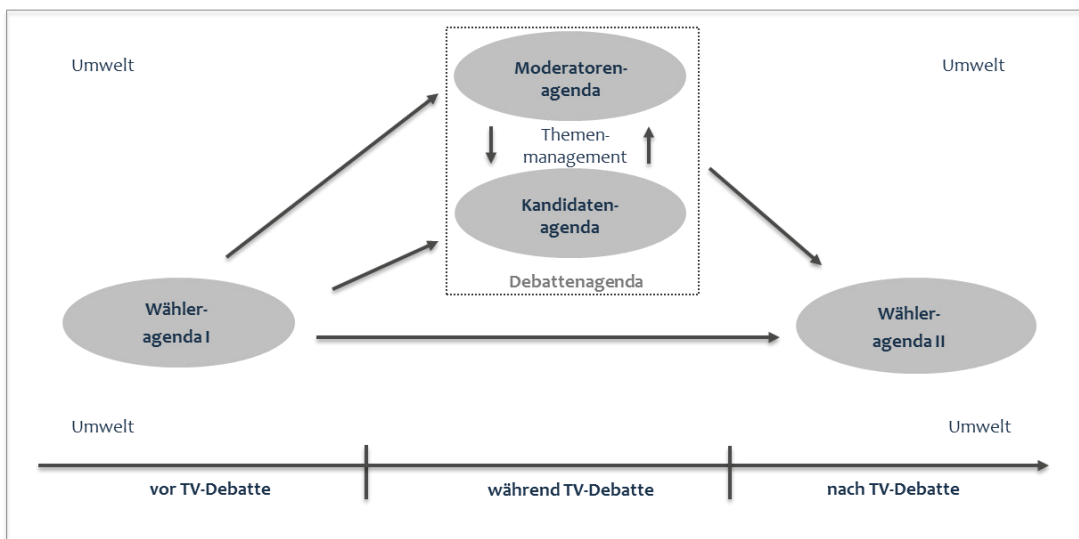
Neben der Position, der zugesprochenen Kompetenz und den Umfragewerten kann die Kandidatenagenda weiteren Einflüssen unterliegen, die sich – je nach individueller Schwerpunktsetzung durch die Kandidaten – in unterschiedlicher Stärke auf die Themenauswahl auswirken können. Je nachdem, ob und in welchem Ausmaß ein Kandidat diesen Determinanten Relevanz zuweist, lassen sich somit Strategien des Themenmanagements erklären, die weder dem Dominanz-, noch dem Dispersionsprinzip eindeutig zuzuordnen sind. Zu diesen Aspekten zählen: (1) die *politische Reputation* (vergangene politische Ämter), (2) das *Geschlecht* (mehr Ansprache ‚harter‘ Politikfelder wie Inneres und Wirtschaft bei männlichen Kandidaten vs. mehr ‚weiche‘ Politikfelder wie Familien- und Sozialpolitik bei weiblichen Kandidaten) und (3) die Berücksichtigung der *politischen Ebene* (etwa die Ansprache von Bildungspolitik eher in TV-Duellen auf Landesebene als auf Bundesebene).

Auch die inhaltliche Strukturierung der Aussagen selbst kann einen Einfluss darauf haben, ob ein Kandidat mit seinen Aussagen die Agenda der Wähler anspricht oder nicht. Kandidaten werden ihre Aussagen eher vage formulieren, da sie so eher in den Akzeptanzbereich des Zuschauers fallen. Je konkreter die Aussage hingegen ist, desto größer ist die Gefahr, Ablehnung durch den

Zuschauer zu generieren. Die Strategie ist somit für beide Kandidaten relevant. Folgt man der These, dass sich der Herausforderer stärker an der Wähleragenda orientiert als der Amtsinhaber, dann setzt dies voraus, dass sich der Herausforderer besser über die Agenda und die Interessen der Wähler informiert hat. Er hat somit auch mehr Kenntnis über den Akzeptanz- und den Ablehnungsbereich des Wählers als der Amtsinhaber. Allerdings schließt die vermehrte Ansprache solcher Themen, die stärker auf die eigenen Kompetenzen fokussieren, nicht aus, dass diese ebenfalls als Gemeinplätze (also unkonkrete Aussagen) formuliert werden, um möglichst viele Wähler in die eigene Gunst zu bringen. Unter dem Postulat der einfachen Überzeugung sind Gemeinplätze somit auch für den Amtsinhaber eine sinnvolle Strategie innerhalb des Themenmanagements.

Die Debattenagenda wird somit maßgeblich durch die Agenda der Moderatoren und der Kandidaten bestimmt (vgl. Abbildung 10). Beide Akteure haben zum einen die demokratietheoretische Aufgabe, die Wähleragenda zu antizipieren und ihre Interessen im Sinne der politischen Willensbildung im Rahmen der TV-Debatte als Wahlkampfformat zu diskutieren. Dazu geben die Moderatoren die Themen vor, den Kandidaten stehen allerdings verschiedene Möglichkeiten des Themenmanagements zur Verfügung, um die Debattenagenda entweder entlang ihrer eigenen Kompetenzen (*persuasives Handlungsmotiv*) oder entlang der Wähleragenda (*responsives Handlungsmotiv*) zu verschieben – mit dem Ziel, möglichst viele Wähler von der eigenen politischen Leistungsfähigkeit zu überzeugen.

Abbildung 10: Agenda-Modell von TV-Debatten



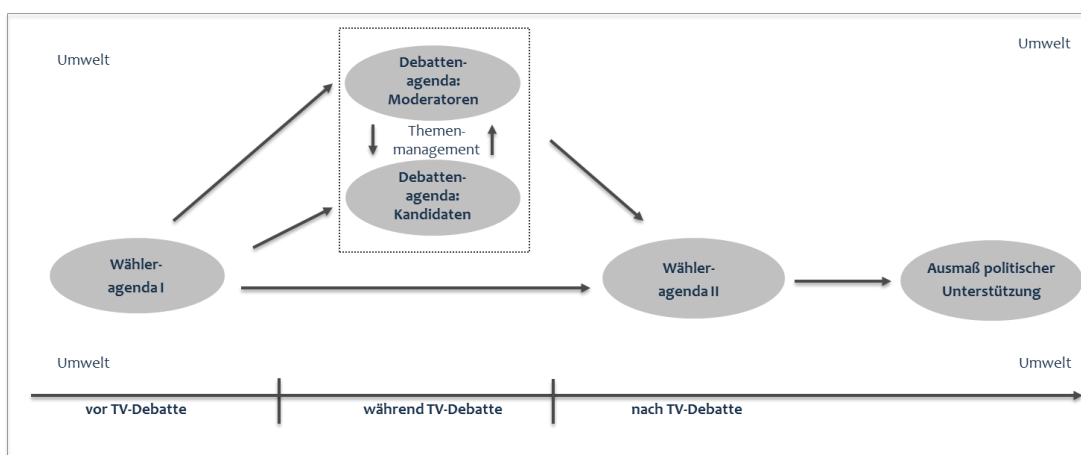
Quelle: eigene Darstellung.

6.2.3 Modellkomponente 3: Die Wähleragenda nach dem Duell als Determinante politischer Unterstützung

Politische Spitzenkandidaten, die im TV-Duell antreten, haben mit Hilfe der präsentierten und von ihnen diskutierten sachpolitischen Fragen die Chance, Repräsentativität und damit Unterstützung zu generieren. Dies gelingt ihnen dann, wenn sie sich responsiv und/oder persuasiv verhalten und somit die Wähleragenda nach der Debatte maßgeblich mitbestimmen. Politische Unterstützung, die etwa am Ausmaß der Bewertung von External Efficacy gemessen werden kann, steigt dann an, wenn sich die Zuschauer der Debatte repräsentiert fühlen, was sich durch responsives Verhalten und/oder erfolgreiche Persuasion der Kandidaten einstellen kann. Durch die Einschätzung, die im Duell antretenden Spitzenkandidaten besäßen eine Vorstellung von jenen Themen, die die sachpolitische Wähleragenda strukturiert, sollte die Einschätzung der External Efficacy – gemessen an signifikanten Zuwächsen bezüglich Aussagen wie „Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung“ oder „Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken“ – durch responsives Verhalten steigen. Ebenso sollte die Zustimmung zu diesen Aussagen steigen, wenn Debattenzuschauer sich von den politischen Plänen und Angeboten der Kandidaten überzeugen lassen, ihre Einschätzung der wichtigsten politischen Probleme also zugunsten der in der Debatte debattierten Themen verändern. Persuasives Verhalten führt daher zu einer veränderten, den Themen der Kandidaten angepassten Wähleragenda, die insofern zu einer Steigerung der Bewertung von External Efficacy führen kann, weil bei Anwendung dieser Strategie vorrangig die eigene Kompetenz im Umgang mit den debattierten politischen Sachfragen in den Vordergrund gestellt wird. Insoweit kann hier von positiven Einflüssen auf die politische Unterstützung ausgegangen werden.

Letztlich stellt sich durch die Untersuchung dieser Effekte die relevante Frage: welchen Beitrag können TV-Debatten (und die in diesem Rahmen strategisch diskutierten sachpolitischen Fragen) als Wahlkampfformat für die Funktionalität einer Demokratie leisten? Sind TV-Debatten als Format tatsächlich in der Lage, als Dienstleister an der Willensbildung der Bürger teilzuhaben und damit funktional für das Ausmaß an politischer Unterstützung (vgl. Abbildung 11)?

Abbildung 11: Agenda-Modell und ihre Wirkung im Kontext von TV-Debatten



Quelle: eigene Darstellung.

6.3 Forschungsfragen und Hypothesen

Aus dem entwickelten Analysemodell und der zugrundeliegenden Literatur werden im Folgenden verschiedene Hypothesen entwickelt, die sich der temporären Struktur des Modells zuordnen lassen: (1) Hypothesen zur generellen Debattenstruktur, (2) Hypothesen zur strategischen Ausgestaltung der Debattenagenda und (3) Hypothesen zu ihren Effekten auf die Wähleragenda und das Ausmaß politischer Unterstützung nach der Debatte. Damit geraten folgende Akteure abschließend in den Fokus:

- *Wähler*, die die Agenda der Debatte durch zuvor erhobene Meinungsumfragen beeinflussen,
- *Politiker/Parteien*, die die Wähleragenda beobachten und mithilfe von Responsivitäts- und Persuasionsstrategien *ihre* Agenda im Rahmen der Debatte diskutieren sowie
- *Moderatoren/Journalisten*, die die Wähleragenda ebenfalls beobachten (Informationsauftrag), aber auch eigene (marktpolitische) Interessen verfolgen.

Die Hypothesen werden dort, wo keine hinreichende Literatur für weitere relevante Fragestellungen existiert und somit keine gerichteten Hypothesen zulässig sind, um Forschungsfragen ergänzt.

Hypothesen zur Debattenstruktur

Zugrundeliegende Ausgangsfragen:

1. Welchen Anteil haben politische Sachfragen in TV-Duellen?
2. Welche Inhalte werden in TV-Duellen konkret von den beteiligten Akteuren diskutiert?

Hypothesen zur Debattenagenda: Demokratiethoretisches Potential

H1	Der Anteil an Aussagen mit politischem Inhalt (Polity, Politcs, Polity) ist größer als der Anteil an Aussagen mit unpolitischen Inhalten.
H2	Der Anteil an Aussagen mit politischem Inhalt ist bei Kandidaten größer als bei Moderatoren.
H3	Je wichtiger ein Politikfeld (Policy) vor dem Duell auf der Wähleragenda ist, desto größer ist sein Anteil in entsprechendem Duell.
FF1	Welchen Anteil haben vage formulierte Kandidatenaussagen in den TV-Duellen, welchen konkret formulierte Statements?
FF2	Unterscheidet sich das Themenspektrum der TV-Duelle auf Bundes- und Landesebene?

Hypothesen zur Debattenagenda: Vergleich der Wähleragenda vor dem Duell mit der Agenda während des Duells

Zugrundeliegende Ausgangsfragen:

1. Welche Themenfelder bedienen politische Spitzenkandidaten in TV-Debatten, welche Themenfelder werden vermieden?
2. Welche Wählergruppen fassen politische Spitzenkandidaten durch die Ansprache spezifischer Themen ins Auge? Gibt es Wählergruppen, die durch das Themenmanagement der Kandidaten eher angesprochen werden als andere? Oder liegt der Fokus auf der gesamten Wählerschaft?
3. Wovon hängt die Themenauswahl politischer Akteure ab? Welche spezifischen Kontextinformationen haben einen Einfluss auf die politische Agenda im TV-Duell?

Kandidatenspezifische Hypothesen zur Wähler- und Debattenagenda: Position + Mobilisierungsfokus

H4	Herausforderer orientieren sich stärker an der Gesamtwähleragenda als Amtsinhaber.
H5	Herausforderer orientieren sich stärker an der Wähleragenda der Unentschiedenen/ Anhänger anderer Parteien als Amtsinhaber.
H6	Politische Spitzenkandidaten orientieren sich insgesamt stärker an der Wähleragenda des eigenen Lagers als an der Wähleragenda des politischen Gegenkandidaten.
H7	Die Responsivität des Amtsinhabers zum eigenen Lager ist größer als die Responsivität des Herausforderers zum eigenen Lager.
FF3	Werden die Interessen aller Wählergruppen gleichermaßen von Moderatoren abgedeckt?
FF4	Welche Schwerpunkte setzen Kandidaten in ihren Abschlussstatements und gelingt es ihnen dort, die Wähleragenda zu adressieren?

Kandidatenspezifische Hypothesen zur Wähler- und Debattenagenda: Kompetenzen und Umfragen

H8	Politische Spitzenkandidaten, die in den Kompetenzzuschreibungen durch den Wähler zurückliegen, orientieren sich stärker an der Wähleragenda (responsives Themenmanagement, Dispersionsprinzip) als Spitzenkandidaten mit Kompetenzvorteilen.
H9	Politische Spitzenkandidaten, deren Partei in Umfragen zurückliegt, orientieren sich stärker an der Wähleragenda (responsives Themenmanagement, Dispersionsprinzip) als Spitzenkandidaten, deren Partei in Umfragen vorne liegt.

Rezipientenspezifische Hypothesen: Vergleich der Agenda während des Duells mit der Veränderung der Wähleragenda nach dem Duell

Zugrundeliegende Ausgangsfragen:

1. Welche Effekte hat das Themenmanagement politischer Spitzenkandidaten auf die Wähleragenda nach dem TV-Duell?
2. Welche Effekte hat das Themenmanagement auf die politische Unterstützung der Rezipienten (External Efficacy)?
3. Welche Rolle spielen vorhandene Prädispositionen wie die Parteiidentifikation für die debattenspezifischen Themenmanagementeffekte?

**Rezipientenspezifische Hypothesen zur Wähleragenda II:
Persuasionseffekte**

H10	Je geringer die Responsivität eines Kandidaten zum Wähler ausfällt, desto größer ist die Chance, diese Wähler durch die Debatte zu überzeugen (Dominanzprinzip).
H10a	Eine Veränderung der Wähleragenda nach dem Duell ist bei Rezipienten ohne politische Prädispositionen wahrscheinlicher als bei Rezipienten mit Prädispositionen.

**Hypothesen zur Debatten- und Wähleragenda II:
Effekte auf die Bewertung von External Efficacy**

H11	Responsives Themenmanagement politischer Spitzenkandidaten (Dispersionsprinzip) hat positive Effekte auf die Einschätzung der External Efficacy durch die Rezipienten.
H11a	Die Effekte responsiven Themenmanagements auf die Einschätzung der External Efficacy fallen bei Rezipienten ohne politische Prädispositionen höher aus als bei Rezipienten mit Prädispositionen.
H12	Erfolgreiche Persuasion politischer Spitzenkandidaten (Dominanzprinzip) hat positive Effekte auf die External Efficacy.
H12a	Die Effekte persuasiven Themenmanagements auf die Einschätzung der External Efficacy fallen bei Rezipienten ohne politische Prädispositionen höher aus als bei Rezipienten mit Prädispositionen.

7. Operationalisierung

Um Aussagen über das Responsivitätspotential von politischen Spitzenkandidaten im Rahmen des Wahlkampfformats TV-Duell treffen zu können, ist die Verknüpfung verschiedener Datenquellen notwendig, die sich aus Querschnittsbefragungen (Wähleragenda vor den Duellen), einer Inhaltsanalyse (Debattenagenda) und Experimentaldaten zusammensetzt. Die verwendeten empirischen Verfahren werden im Folgenden kurz vorgestellt, bevor anschließend die erfolgte Operationalisierung der genutzten Daten (Aggegratdatenanalyse für Wähleragenda vor dem Duell sowie die Debattenagenda; Individualdatenanalyse der Wähleragenda nach dem Duell und ihren Effekten für die politische Unterstützung) präsentiert wird.

7.1 Vorstellung der verwendeten empirischen Verfahren

7.1.1 Repräsentative Bevölkerungsumfragen

Als „Standardinstrument empirischer Sozialforschung bei der Ermittlung von Fakten, Wissen, Meinungen, Einstellungen oder Bewertungen im sozialwissenschaftlichen Anwendungsbereich“ (Schnell et al. 2008: 321) ist die Befragung anzusehen (vgl. dazu auch Kaase et al. 1983; Phillips 1971). Durch den Einsatz von (standardisierten) Querschnittsstudien können zum Beispiel Einstellungen zu aktuellen politischen Themen und Wahlpräferenzen analysiert werden, indem zu einem bestimmten Zeitpunkt eine Zufallsstichprobe der Grundgesamtheit erhoben wird (Mochmann 2014: 233), die mithilfe inferenzstatistischer Verfahren auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden kann (Stein 2014: 146) und als repräsentativ anzusehen ist (Schnell et al. 2008: 284). Ein Vorteil im Gegensatz zu qualitativen Untersuchungen ist, dass die Ergebnisse der Umfragen das Meinungsbild für das Agenda-Setting in der Bevölkerung insgesamt abbilden können. Zudem umgeht quantitativ angelegte Forschung die zeitlichen und finanziellen Restriktionen, denen Vollerhebungen auch für Agendafragen unterliegen. Diese Restriktionen können darüber hinaus minimiert werden, wenn für das Forschungsinteresse Sekundäranalysen vorliegender Querschnittsstudien vorgenommen werden. Für die Untersuchung wahlrelevanter Einstellungen der Bevölkerung bietet das GESIS-Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften im Rahmen der empirischen Wahl- und Politikforschung ein mehrere Jahrzehnte umfassendes Archiv von Querschnittsstudien, die im Umfeld von Landes- und Bundestagswahlen erhoben wurden. Die Erhebungsinstrumente standardisierter Befragungen werden zwar kontinuierlich evaluiert und weiterentwickelt, so dass prinzipiell von einer hohen Reliabilität und Validität der Befragungen ausgegangen werden kann. Nichtsdestotrotz stehen die Umfrageergebnisse der Demoskopen international in jüngster Zeit massiv in der Kritik, nicht tatsächlich valide zu sein, wenn es etwa um die Genauigkeit zwischen Wahlprognosen und finalen Wahlergebnissen geht.¹²² Häufig

¹²² Für eine kritische Auseinandersetzung etwa zum Verhältnis von kommerzieller und akademischer Wahlforschung siehe hingegen Gabriel & Keil (2014).

aber greift die Kritik jedoch in der Ursachenfindung zu kurz, da speziell in diesem Fall die hohe Anzahl unentschiedener Wähler, die meist für die Diskrepanz zwischen Prognose und Wahlergebnis verantwortlich zeichnet, übersehen wird; hier handelt es sich um die stets währende Gefahr falsch interpretierter Umfrageergebnisse in der massenmedialen Berichterstattung (vgl. hierzu u.a. Jung 2017). Bezüglich des in dieser Arbeit vorliegenden Erkenntnisinteresses – der Frage nach wichtigen politischen Problemen in der Bevölkerung – besteht dieses Problem hingegen nicht, da es sich bei der Frage nach der Wähleragenda um ein „relativ robustes Konstrukt“ (Maurer 2010: 32) handelt, das valide misst, welchen Problemen die Bevölkerung Relevanz zuweist (vgl. dazu auch Min et al. 2007).

7.1.2 Quantitative Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse dient als empirische Methode für die Untersuchung von Mitteilungen im Kommunikationsprozess. Spezifische Regeln wurden erstmals durch Berelson (1971) entworfen, welcher die Inhaltsanalyse als „a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication“ definierte – eine Definition, die in späteren Jahren vor allem wegen der Begriffe „manifest“, „objektiv“ und „quantitativ“ immer wieder kritisiert wurde und in der zeitgenössisch betrachtet weitaus relevanteren Definition nach Früh keine Verwendung mehr finden, sondern sie stattdessen als „empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen (häufig mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz)“ charakterisiert (Früh 2015: 29). Die Entwicklung der Inhaltsanalyse ist begleitet worden von der Diskussion um quantitative und qualitative Forschungsansätze (siehe dazu etwa bereits Gerbner et al. 1969). Während den quantitativen Verfahren die reine Beschränkung auf die Textelemente vorgeworfen wurde, wurden die qualitativen Verfahren mit dem Etikett Subjektivität und Nichtgeneralisierbarkeit versehen. Zwischenzeitlich werden beide Richtungen nicht abgrenzend, sondern als sich ergänzend verstanden (Lisch & Kriz 1978: 47-48). Im Zuge der Diskussion um die Funktionalität und die anwendungsorientierte Tauglichkeit quantitativer Verfahren – im Vergleich zu qualitativen Verfahren der Inhaltsanalyse – dienen gerade quantitative Verfahren zur Feststellung der Häufigkeiten bestimmter Textmerkmale, weshalb sie – sofern mithilfe eines inhaltsanalytischen Kategoriensystems erhoben – auch Frequenzanalyse genannt wird. Dies bietet den Vorteil, dass der Forscher genau die Textelemente des Untersuchungsgegenstandes analysieren kann, denen das Forschungsinteresse gilt. Die Anzahl relevanter Merkmale der Texte kann daher gleichzeitig sowohl als Indikator für die Intensität einer Einstellung, Meinung oder Wertvorstellung verstanden als auch interpretiert werden (Merten & Teipen 1991: 103), so dass sich das Verfahren auch zur Untersuchung von verschriftlichten Ereignissen, die in konkreten Situationen eintreten, eignet, zu denen im Wahlkampf die TV-Debatten zählen. Um Stabilität, Replizierbarkeit und Genauigkeit der über die Inhaltsanalyse gewonnenen Erkenntnisse zu gewährleisten, haben sich verschiedene Verfahren etabliert, die – je nach Anzahl der Forscher – variieren. Besonders relevant sind in diesem Zusammenhang Reliabilitätstests, die im Rahmen inhaltsanalytischer Verfahren konsequent berichtet werden sollten und deren Ergebnisse nach verschiedenen Koeffizienten angegeben werden können (siehe dazu etwa Krippendorff 2004 und Holsti 1969).

7.1.3 Experimentaldaten

Die grundlegende Erkenntnis experimenteller Designs wie beispielsweise Feld-, Labor- und Umfrageexperimente (Morton & Williams 2010) besteht nach Kubbe (2016: 1) darin, „Erkenntnisse über Ursache-Wirkungsbeziehungen zu gewinnen und auf dieser Grundlage soziale Phänomene zu erklären“. Während etablierte Forschungsmethoden wie auch die in der vorliegenden Arbeit berücksichtigte Methode der Befragung nur begrenzt aussagekräftig sind, was die Verifikation von kausalen Zusammenhängen betrifft und Aussagen auf der Individualebene kaum bis gar nicht zulassen, ermöglichen es experimentelle Designs, genau diese Forschungsproblematik zu schließen (vgl. auch Kubbe 2016: 3; darin auch Brody & Brownstein 1975; Iyengar & Kinder 1987 sowie Morton & Williams 2010). Besonders in der Politikwissenschaft hat in der jüngeren Forschung eine regelrechte Fokusverlagerung stattgefunden, die mehr und mehr nach dem individuellen Einstellungswandel von Wählerinnen und Wählern fragt, so dass Experimente eine zunehmende wissenschaftliche Akzeptanz erfahren (Kubbe 2016).

Um die Ursache (unabhängige Variable) von Wirkungen (abhängige Variable) im Rahmen von Experimenten zu erforschen, ist es wesentlich, mögliche Drittvariablen als Störfaktoren auszuschließen, um die kausale Ursache-Wirkungsbeziehung valide zu erheben (Heller 2012). Eine wichtige Rolle bei der Planung und Durchführung von Experimenten besteht daher sowohl in der Kontrolle der zentralen erklärenden Variablen als auch in der Kontrolle möglicher Störfaktoren. Dies erfolgt beispielsweise dadurch, dass Studienteilnehmer zunächst randomisiert, also zufällig, auf eine oder mehrere Experimentalgruppen und eine Kontrollgruppe zugeteilt werden, um die Stichprobe der Studienteilnehmer repräsentativ zu halten und keine systematischen Verzerrungen zuzulassen. Gerade der Anspruch der Repräsentativität scheitert jedoch häufig an finanziellen oder zeitlichen Ressourcen (Morton & Williams 2010). Abhilfe kann jedoch mit Quotierungen der Studienteilnehmer geschaffen werden, die dafür sorgt, dass zumindest annähernd gleichverteilte Fallzahlen verschiedener Persönlichkeitseigenschaften und wie im vorliegenden Fall politischer Einstellungen in der Gesamtstichprobe vorliegen. Somit können – auch ohne Repräsentativität – gemessene Ergebnisse zumindest als gute Indikatoren für die interessierende Ursache-Wirkungsbeziehung gewertet werden.

Üblicherweise werden die Studienteilnehmer nach erfolgter Zuteilung auf Experimental- und Kontrollgruppe zunächst bezüglich der interessierenden Einstellungen und Prädispositionen befragt, bevor beide Gruppen mit einem unterschiedlichen Treatment konfrontiert werden. Während Experimentalgruppenteilnehmer das relevante Treatment erhalten, von dem Forscher eine konkrete Wirkung erwarten, erhalten die Teilnehmer der Kontrollgruppen ein anderes Set an Informationen. Beide Gruppen werden anschließend erneut befragt. Schlussfolgerungen über die überprüfte Ursache-Wirkungsbeziehung werden anschließend ausschließlich über den Vergleich der (veränderten) Einstellungen und Dispositionen der Teilnehmer beider Gruppen gezogen (Döring & Bortz 2016; Kubbe 2016: 84).

Aussagen über die Zuverlässigkeit der experimentell erhobenen Daten lassen sich ebenfalls anhand der Gütekriterien der Validität, Reliabilität und Objektivität treffen. Gerade die Validität (intern wie extern) nimmt in dieser Forschungsmethode einen wesentlichen Stellenwert ein, da

nur bei vorliegender Validität sichergestellt ist, dass zum einen die Wirkung (beispielsweise Veränderung politischer Prädispositionen) tatsächlich und ausschließlich auf die getestete Ursache (beispielsweise ein Treatment, das politische Informationen beinhaltet) zurückgeht und die Ergebnisse zudem als Indikatoren verallgemeinerbar sind.

7.2 Operationalisierung der vorliegenden Untersuchung

Datengrundlage für die nachfolgenden Auswertungen sind in erster Linie Inhaltsanalysedaten zu den 50 TV-Debatten, die im Zeitraum 1997 bis 2016 in der Bundesrepublik Deutschland auf Bundes- und Landesebene durchgeführt wurden und zu denen Umfragedaten bezüglich des wichtigsten politischen Problems vorliegen, die vor den berücksichtigten TV-Duellen erhoben wurden.¹²³ Die Daten der Inhaltsanalyse werden daher durch Befragungsdaten repräsentativer Bevölkerungsumfragen ergänzt, um einen Abgleich zwischen Wähler- und Debattenagenda vorzunehmen. Anschließend werden die Experimentaldaten der Fernsehdebatten 2002 (Gerhard Schröder vs. Edmund Stoiber), 2009 (Angela Merkel vs. Frank-Walter Steinmeier) und 2013 (Angela Merkel vs. Peer Steinbrück) zur Messung der debattenbedingten Veränderung der Wähleragenda herangezogen.¹²⁴ Die Daten werden im Folgenden einzeln vorgestellt, die konkreten Variablenoperationalisierungen erläutert und die Auswertungsmethoden (empirische Analyseverfahren) entlang der in Kapitel 6.3 vorgestellten Hypothesen und Forschungsfragen dargelegt.

7.2.1 Die Debattenagenda: Inhaltsanalyse der untersuchten TV-Duelle

Für die Analyse der in den TV-Duellen diskutierten politischen Probleme wurde an der Universität Koblenz-Landau im Zeitraum 2012-2017 im Rahmen eines durch das Land Rheinland-Pfalz finanzierten Forschungsprojekts eine Inhaltsanalyse aller TV-Debatten durchgeführt.¹²⁵ Die In-

¹²³ Somit können lediglich die fünf TV-Debatten des Jahres 2017, die anlässlich der Bundestagswahl und der Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein, in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen durchgeführt wurden, in der Analyse nicht berücksichtigt werden, da zum Zeitpunkt der Finalisierung dieser Untersuchung noch keine repräsentativen Umfragedaten für alle Debatten dieses Jahres vorliegen (fehlend: Saarland 2017).

¹²⁴ Im Jahre 2005 wurde ebenfalls eine Rezeptionsstudie am Abend des TV-Duells durchgeführt. In den vorliegenden Experimentaldaten wurden die wichtigsten politischen Probleme allerdings nicht getrennt von den durch die Studienteilnehmer zugewiesenen Kompetenzzuschreibungen für die Lösung der im Rahmen der Studie abgefragten politischen Probleme erhoben. Die Aufstellung einer der vorliegenden Datenstruktur vergleichbar adäquaten Wähleragenda ist somit leider nicht möglich, weshalb die Daten der TV-Duell-Studie 2005 leider nicht berücksichtigt werden können.

¹²⁵ Dabei handelt es sich konkret um das Projekt „Kandidatenstrategien in TV-Debatten“, das in den interdisziplinär ausgerichteten, campusübergreifenden Forschungsschwerpunkt „Kommunikation, Medien, Politik (KoMePol)“ eingebettet ist. Die Finanzierung erfolgte konkret über die Forschungsinitiativen I, II und III des Landes Rheinland-Pfalz <https://mwwwk.rlp.de/ar/themen/wissenschaft/forschungs-und-innovationspolitik/forschung-und-technologie/forschungsinitiative-des-landes-rlp/> (letzter Zugriff: 03.03.2018). Weitere Informationen zum Forschungsschwerpunkt und den weiteren Teilprojekten finden sich auf der KoMePol-Homepage der Universität Koblenz-Landau: <https://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol> (letzter Zugriff: 03.03.2018).

haltsanalyse wurde über weite Strecken eigenverantwortlich von der Autorin und der Unterstützungsreihe von studentischen Hilfskräften durchgeführt, die zur Codierung des vorliegenden Materials ausführlich durch die Autorin geschult wurden.¹²⁶

Um die Inhaltsanalyse durchzuführen, wurde jede Debatte, die vor 2012 ausgestrahlt und der Autorin nicht durch vorherige Projekte zur Verfügung gestellt wurde, aus dem Archiv der Konrad-Adenauer-Stiftung¹²⁷ bereitgestellt oder bei den entsprechenden Sendeanstalten angefordert. Ab 2012 wurden die Debatten jeweils über die an der Universität Koblenz-Landau zur Verfügung stehende Haustechnik oder privat aufgezeichnet. Jede Debatte wurde nach der Aufzeichnung in einem ersten Schritt mit Hilfe der Transkriptionssoftware f4 im Wortlaut transkribiert, so dass für jeden Kandidaten und jeden Moderator aller bisher ausgestrahlten TV-Debatten ein lückenloses Datenmaterial vorliegt.¹²⁸ Anschließend wurde jedes Transkript von jeweils zwei unabhängig agierenden Akteuren in Einzelaussagen zerlegt, die die finalen Codiereinheiten der Inhaltsanalyse bilden. Eine Codiereinheit beginnt, wenn der Sprecher wechselt, der Inhalt sich ändert, ein neues Bezugsobjekt in den Fokus genommen wird oder ein Sprecher eine andere rhetorische Strategie wählt.¹²⁹ Eine Codiereinheit kann unterschiedlich lang sein, nur einige Worte beinhalten oder mehrere Sätze umfassen. Für jede Codiereinheit wurde der Sprecher festgelegt. Insgesamt enthalten die Daten N=23.798 funktionale Codiereinheiten, die auf N=16.126 Aussagen von Kandidaten beruhen und N=7.672 Codiereinheiten, die auf Aussagen von Moderatoren beruhen. Nicht-funktional sind Aussagen dann, wenn sie keine Sinnhaftigkeit

¹²⁶ An dieser Stelle dankt die Autorin ganz herzlich allen Hilfskräften, – *Viola Berger, Isabel Dibos, Katharina Disch, Gloria Grötzschel, Annemarie Harwood, Jonas Hirschberg, Sonja Hoffmann, Laura Hopfer, Michelle Metzger, Christian Mutz, Malina Müller, Verena Noll, Sarah-Lena Ochs und Wolf-Gero Serfas* – die die Inhaltsanalyse über viele Jahre hinweg im Rahmen des Projekts „Kandidatenstrategien in TV-Debatten“ an der Universität Koblenz-Landau gewissenhaft und lückenlos durchgeführt haben. Ihre Unterstützung beim Transkribieren, Codieren und/oder Veröffentlichen der Debattentexte hat ganz wesentlich und auf vielfältige Weise zum Fortschritt des Dissertationsprojekts beigetragen.

¹²⁷ Ein herzlicher Dank gilt hier vor allem *Michael Kaufmann* aus der Hauptabteilung Wissenschaftliche Dienste/Abteilung Medienarchiv der *Konrad-Adenauer-Stiftung*, der freundlicherweise die Aufzeichnungen der TV-Debatten in Hamburg 1997, in Schleswig-Holstein 2000, in Niedersachsen 1998 und 2003 (2. Duell) sowie in Nordrhein-Westfalen 2005 für das Forschungsprojekt „Kandidatenstrategien in TV-Debatten“ und dieses Dissertationsprojekt zur Verfügung gestellt hat.

¹²⁸ Die Transkripte aller TV-Debatten seit 1997 sind auf der Homepage des Forschungsschwerpunkts „Kommunikation, Medien, Politik (KoMePol)“ verfügbar: https://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/publikationen/working_paper_series (Stand: 03.03.2018). *Ausnahmen: Kanzlerduelle 2002* (Maier, J. & Faas, T. (2003). Wortlaut und Wahrnehmung des ersten Fernsehduells im Bundestagswahlkampf 2002 – eine Dokumentation. Bamberg (=Bamberger Beiträge zur Politikwissenschaft, Nr. II-16/2003; Faas, T. & Maier, J. (2003). Wortlaut und Wahrnehmung des zweiten Fernsehduells im Bundestagswahlkampf 2002 – eine Dokumentation. Bamberg (=Bamberger Beiträge zur Politikwissenschaft, Nr. II-17/2003). 2005 (Maier, J., Maier, M., Reinemann, C. & Maurer, M. (2006). Wortlaut der Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2005 und ihre Wahrnehmung im Ost-West-Vergleich – eine Dokumentation. Kaiserslautern (=Kaiserslauterer Beiträge zur Sozialforschung, Nr. 3/2006) und 2009 (Rattinger, H.; Roßteutscher, S.; Schmitt-Beck, R.; Weßels, B.; Brettschneider, F.; Faas, T.; Maier, J.; Maier, M. (2010): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse TV-Duell: Transkription TV-Duell (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln).

¹²⁹ Auch diese Zerlegung in Aussagen als Analyseeinheiten wurde über weite Strecken von der Autorin und einer weiteren Hilfskraft und weitere Duelle durch zwei Hilfskräften getrennt voneinander durchgeführt und die identifizierten Analyseeinheiten anschließend verglichen. Lagen bezüglich einzelner Passagen unterschiedliche Auffassungen vor, wann eine Aussage beginnt und wann sie endet, wurde die Einteilung anhand der genannten Kategorien Wechsel des Sprechers, des Inhalts, des Objekts oder der Strategie erneut überprüft und entsprechend angepasst.

erkennen lassen (etwa unvollständige oder akkustisch unverständliche und somit nicht interpretierbare Aussagen) – derartige Aussagen wurden somit aus der Analyse ausgeschlossen (N=753 Kandidaten- bzw. N=366 Moderatorenaussagen).

Das in vielen Analysen von Debatteninhalten präferierte Vorgehen der Auswertung auf Sekundärbasis kann in der vorliegenden Untersuchung nicht angewendet werden. Zum einen liegen nur für die auf Bundesebene durchgeführten TV-Duelle Zeitmessungen für die einzelnen Debattenaussagen vor, da diese im Anschluss mit den Daten der Echtzeitbewertung der Probanden, die im Rahmen der Feldstudien während der TV-Duell-Ausstrahlung erhoben wurden, verknüpft wurden. Für die insgesamt 45 Fernsehdebatten, die auf Landesebene durchgeführt wurden und in dieser Untersuchung berücksichtigt werden, fehlen solche sekundengenauen Messungen der Einzelaussagen (Ausnahme: Rheinland-Pfalz 2016; Studie an den Universitäten Koblenz-Landau und Mainz¹³⁰ sowie für Baden-Württemberg 2011, Studie der Universität Hohenheim und der Dualen Hochschule Baden-Württemberg¹³¹). Um diese Debatten nicht von der Analyse auszuschließen, wird auf die von der Autorin über weite Strecken selbst durchgeführte Aufteilung der TV-Debatten im Sample zurückgegriffen. Die Analyse auf Aussagenebene bietet im Vergleich zu der sekundlichen Erfassung einen weiteren Vorteil, der mit Blick auf die alternative Vorgehensweise anderer TV-Duell-Studien deutlich wird: während hierzu etwa immer dann, wenn mehrere Sprecher gleichzeitig gesprochen haben, immer nur jener Sprecher erfasst wurde, der am besten zu verstehen war (vgl. etwa Maurer 2007: 37), werden durch Auswertungen auf Aussagenebene alle Sprecher und somit jede Debattenbotschaft erfasst. Durch diese Vorgehensweise wird gewährleistet, dass keine Information verlorengeht, eine Verzerrung zuungunsten der einzelnen Sprecher im Hinblick auf unberücksichtigte Aussagen (und ein unvollständiges Bild) wird somit ausgeschlossen.¹³²

Berücksichtigt werden zunächst alle verwertbaren Debattenaussagen von Kandidaten und Moderatoren, also solche, die eindeutig interpretierbar sind (=funktionale Kandidaten bzw. Moderatorenaussagen). In einem ersten Schritt werden sämtliche Aussagen analysiert, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie sich das Verhältnis zwischen Aussagen mit politischem und persönlichem Bezug darstellt. Grundlage bildet die Variable „Inhalt“ (vgl. Codebuch in Anlage 3), mithilfe derer die Aussagen in die Aussagetypen politische oder unpolitische Inhalte und Aussagen, die der Strukturierung des jeweiligen Duells dienen, eingeteilt werden. Als Aussagen mit politischem Inhalt werden sämtliche Aussagen kategorisiert, die einen eindeutigen Bezug zu den drei Politikdimensionen politische Strukturen, politische Prozesse und politische Sachfragen aufweisen. So kann überprüft werden, ob im Rahmen von deutschen TV-Debatten (wie in der demokratiethoretischen Betrachtungsweise unterstellt, vgl. Kapitel 5.1) ein Schwerpunkt auf politischen Inhalten liegt (=funktionale Aussagen mit politischem Inhalt). Für die weiteren Analysen werden dann nur noch solche Aussagen berücksichtigt, die eindeutige Bezüge zu konkreten

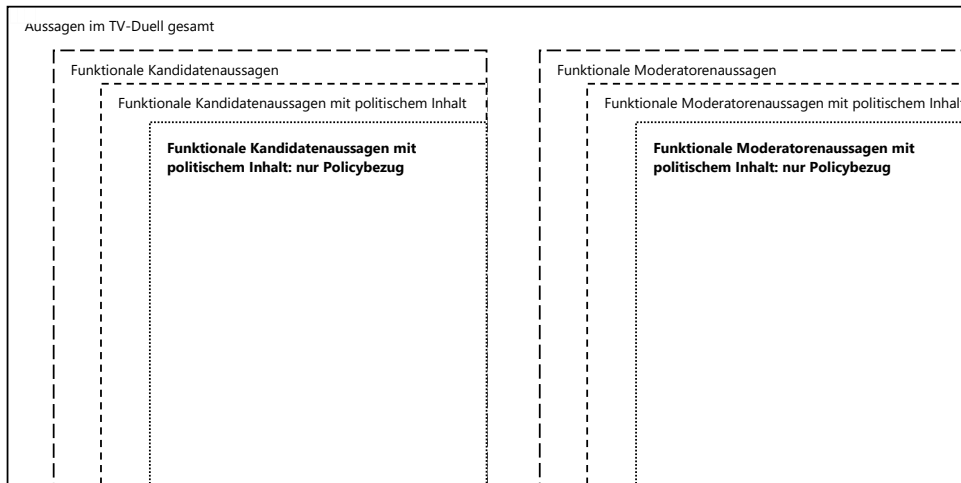
¹³⁰ Studienleitung: Prof. Dr. Jürgen Maier (Universität Koblenz-Landau) und Thorsten Faas (zum Zeitpunkt der TV-Duell-Studie Universität Mainz).

¹³¹ Studienleitung: Prof. Dr. Frank Brettschneider und Dr. Marko Bachl (Universität Hohenheim) sowie Prof. Dr. Simon Ottler (Duale Hochschule Baden-Württemberg).

¹³² Dadurch ergeben sich von anderen Analysen abweichende Redeanteile der an den Debatten beteiligten Sprecher, die jedoch keine ‚falsche‘, sondern nur eine alternative Darstellung des Untersuchungsmaterials wiedergibt.

Policies aufweisen (=funktionale Aussagen mit politischem Inhalt: nur Policybezug; zu einem ähnlichen Vorgehen siehe u.a. J. Maier et al. 2010: 10; Maier & Maier 2013: 156).

Abbildung 12: Darstellung der TV-Duell-Analyseeinheiten



Quelle: eigene Darstellung.

THEMENCODIERUNG IM RAHMEN DER INHALTSANALYSE

Die Codierung der einzelnen Themen erfolgte schließlich vorrangig anhand des Codebuchs der von der GLES durchgeführten Inhaltsanalyse des TV-Duells 2009, das auch Grundlage für das eingangs vorgestellte Projekt „Kandidatenstrategien in TV-Debatten“ an der Universität Koblenz-Landau war und in dessen Rahmen die vorliegende Untersuchung entstanden ist (vgl. Fußnote 125).¹³³ Hierzu wurde die vorliegende Themenliste durch die Autorin umfassend erweitert und ermöglicht so auch die Berücksichtigung bundesland- bzw. wahlspezifischer Thematiken über den gesamten Untersuchungszeitraum, die von entsprechender Relevanz sind (vgl. Anlage 3). Hierunter fallen etwa langandauernde Großbauprojekte (wie Stuttgart 21, den Bau des Berliner Flughafens BER), aber auch Themen, die zu Beginn des Untersuchungsraumes keine vergleichbare Bedeutung hatten bzw. noch kein Ereignis oder Entwicklung eingetreten war, die die Erfassung als Einzelthema rechtfertigen würden (hierzu zählen beispielsweise Atomunglücke wie in Fukushima 2011 oder die Flüchtlingskrise 2015). Die rund 200 Codes umfassende Liste an Themen, die für die Codierung berücksichtigt wurde, wurde anschließend in Policykategorien eingeteilt, um so den Vergleich mit der Wähleragenda valide leisten zu können. Die Kategorisierung orientierte sich erneut an der Vorstrukturierung des Ausgangscodebuchs, die im Wesentlichen die Besetzung von Ministerien auf der Bundesebene widerspiegelt. Somit fallen alle Aussagen, die sich in irgendeiner Form auf arbeitspolitische Aspekte beziehen, in die Kategorie Arbeitsmarktpolitik; Aussagen zu Energiepreisen oder der Lage auf dem Wohnungsmarkt hingegen in die Kategorie der Infrastrukturpolitik (für eine detaillierte Übersicht siehe Themenliste im Codebuch) etc. den nachfolgenden Auswertungen liegen damit jeweils diese Kategorisierungen zugrunde.

¹³³ Die Codebücher der Inhaltsanalysen für die GLES sind als Komponente 5 auf der GLES-Homepage frei verfügbar, siehe <http://www.gesis.org/wahlen/gles/daten/> (letzter Zugriff: 03.03.2018).

CODIERUNG VAGER UND KONKRETER AUSSAGEN IM RAHMEN DER INHALTSANALYSE

Für die Untersuchung des Konkretheitsgrades der Kandidatenaussagen wurde die Codierung zunächst entlang von vier Kategorien vorgenommen, die den Konkretheitsgrad entlang zunehmender Präzision erfassen. Eine *Nullaussage* liegt dann vor, wenn ein Kandidat in der Aussage zwar formuliert, was allgemein getan wurde, aber nicht, welche Maßnahmen konkret durchgeführt wurden und eine Bewertung der Aussage durch den Wähler so nicht möglich ist, so etwa wenn etwa grundsätzlich von Angleichungen politischer Schieflagen gesprochen wird, dies jedoch ohne eine Angabe, ob es sich bei diesen Angleichungen um Minderungen oder Erweiterungen handelt. Ein *Gemeinplatz* liegt für Aussagen vor, denen Wähler aller Parteien zustimmen würden, also floskelhafte Aussagen im Wahlplakatstil getätigt werden (etwa „Die Rente muss immer gerecht sein“). Derartige Einschränkungen liegen hingegen bei *allgemeinen Darstellungen* vor, bei denen eine bestimmte Richtung der Politik beschrieben wird, die nicht zwangsläufig von allen Wählern geteilt wird (etwa „Dieses Prinzip heißt: Leistung und Gegenleistung, Solidarität und Eigenverantwortung“ im Kontext von Verteilungsgerechtigkeitsdebatten). Derartige Aussagen bergen allerdings ebenfalls noch Interpretationsspielraum, da keine konkreten Maßnahmen beschrieben werden. Dies trifft schließlich nur auf *konkrete Aussagen* zu, die soweit präzisiert wurden, dass sie unmittelbar nachprüfbar und messbar sind, etwa Angaben zu konkreten Steuererhöhungssätzen oder der spezifischen Angabe der Erhöhung des Kindergelds. Für die Auswertung wurden interpretationsbedürftige Aussagen der Kategorien *Nullaussage*, *Gemeinplatz* und *allgemeine Darstellung* schließlich als *vage Aussagen* zusammengefasst und in der Auswertung der Kategorie *konkrete Aussagen* gegenübergestellt. Da bei diesen Aussagen ausschließlich Bewertungen politischer Maßnahmen von Interesse sind, werden die Aussagen der Moderatoren für diese Analyse vernachlässigt.

IDENTIFIKATION DER SCHLUSSTATEMENTS DER KANDIDATEN

Zudem wurde in Kapitel 5.3.2 die hervorgehobene Position der Schlussstatements der Kandidaten erläutert. Zur Beantwortung der Forschungsfrage 4 werden daher abschließend die letzten Statements der Kandidaten innerhalb der TV-Debatten isoliert betrachtet und die Frage beantwortet, inwieweit sich die Wähleragenda in diesen Aussagen widerspiegelt. Die Identifikation erfolgt anhand der verbalen Aufforderung der Kandidaten durch die Moderatoren, unter Vorgabe einer Länge von 90 Sekunden bis maximal drei Minuten ein abschließendes Statement an die Zuschauer zu richten – während der gesamten TV-Debatte also der einzigen Gelegenheit, zu der Kandidaten ohne jegliche thematische Vorgabe ihr Wort frei und vollkommen selbstbestimmt an die Zuschauer richten und selbst entscheiden können, welche inhaltlichen Schwerpunkte sie für dieses Zeitfenster nutzen sowie ob und inwieweit sie sich hier den wichtigsten politischen Problemen der Wähler widmen.

Die Auswertungen der Inhaltsanalyse beschränken sich auf zunächst auf deskriptive Auswertungen, mit Hilfe derer die Hypothesen zur Debattenagenda (H1 bis H2) getestet werden. Zudem werden mit den inhaltsanalytischen Daten die Fragen beantwortet, wie groß der Anteil an vagen Aussagen im Vergleich zum Anteil an konkreten Aussagen der Kandidaten ausfällt (Forschungs-

frage 1) und inwieweit sich das Themenspektrum in TV-Duellen auf Bundes- und Landesebene unterscheidet (Forschungsfrage 2).

7.2.2 Die Wähleragenda vor den TV-Duellen: Datenquellen und Operationalisierung

Wähleragenda

Um die Wähleragenda vor den zu untersuchenden TV-Debatten zu bestimmen, ist es notwendig, für jedes TV-Duell eine repräsentative Bevölkerungsumfrage heranzuziehen, die in einem Zeitraum vor dem jeweiligen Fernsehduell durchgeführt wurde (oder zumindest begonnen hat). Mit dem Politbarometer sowie seit ihrer Einführung im Jahr 2009 mittels der German Longitudinal Election Study (LES) stehen eine Reihe von Querschnittsdaten zur Verfügung, so dass ein vollständiges Bild der Wähleragenda im Vorfeld der in den Jahren 1997-2016 in Deutschland durchgeführten TV-Debatten gezeichnet werden kann. Für den Fall, dass eine TV-Debatte so früh im Wahlkampf durchgeführt wurde, dass keine landesspezifische Umfrage vorliegt, wird auf Daten des Politbarometers bzw. des Langfrist-Online-Trackings der GLES zurückgegriffen.¹³⁴ Liegen hingegen mehrere Studien zu einer Wahl vor, wurde jenen Umfragen der Vorzug gegeben, die der jeweiligen TV-Debatte zeitlich gesehen am nächsten kam.¹³⁵ Tabelle 10 informiert über die verwendeten Studien, die Fallzahlen sowie über die Erhebungsmethode der Frage nach dem wichtigsten politischen Problem (für den genauen Wortlaut siehe Anlage 2). Insgesamt wird somit über alle Befragungen hinweg die Agenda von 36.771 Wählern in den Analysen berücksichtigt.

¹³⁴ Ersteres ist für die TV-Debatten in Baden-Württemberg 2001 und 2006, Nordrhein-Westfalen 2005 (1. Duell), Hamburg 2011 (1. Duell) sowie für das Saarland 2012 der Fall. Für die Wähleragenda wurden hier die Befragten des entsprechenden Bundeslandes selektiert und die Angaben aus dem Monat vor der jeweiligen Debatte zur Erstellung der Wähleragenda herangezogen. Das Langfrist-Online-Tracking T33, 2016 wurde für die Wähleragenda vor dem TV-Duell in Berlin 2016 herangezogen.

¹³⁵ Dies ist beispielsweise für Duelle zur Bundestagswahl der Fall. Zusätzlich zu der zeitlichen Dimension ergab ein Vergleich der verschiedenen Umfragen keine wesentlichen Unterschiede in der jeweiligen Wähleragenda, so dass hier von einer jeweils relativ homogenen Wähleragenda vor der entsprechenden Wahl ausgegangen werden kann.

Tabelle 10: Übersicht der verwendeten Bevölkerungsumfragen zur Bestimmung der Wähleragenda vor TV-Duellen

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Anzahl Fälle (N)	Ausgeschlossene Fälle (N)	Erhebungsart
Hamburg 1997	Landtagswahl in Hamburg 1997	ZA3030_v2-0-0	883	75	offen
Niedersachsen 1998	Landtagswahl in Niedersachsen 1998	ZA3031_v2-0-0	935	95	offen
Schleswig-Holstein 2000	Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2000	ZA3435_v2-0-0	770	256	offen
Baden-Württemberg 2001	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 10/2000	ZA2391_v7-0-0	125	30	offen
Bundestagswahl 2002 (1. & 2. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur 8/2002	ZA2391_v7-0-0	945	90	offen
Mecklenburg-Vorpommern 2002	Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2002	ZA3864_v2-0-0	1.071	35	offen
Niedersachsen 2003 (2 Duelle)	Landtagswahl in Niedersachsen 2003	ZA3867_v2-0-0	869	158	offen
Thüringen 2004	Zur politischen Lage in Thüringen im Juli 2004	ZA3998_v1-0-0	926	88	offen
Brandenburg 2004	Landtagswahl in Brandenburg 2004	ZA3992_v2-0-0	957	58	offen
Sachsen 2004	Landtagswahl im Sachsen 2004	ZA3994_v2-0-0	923	67	offen
Schleswig-Holstein 2005	Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2005	ZA4393_v1-0-0	992	114	offen
Nordrhein-Westfalen 2005 (1. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur NRW 4/2005	ZA2391_v7-0-0	518	32	offen
Nordrhein-Westfalen 2005 (2. Duell)	Zur politischen Lage in Nordrhein-Westfalen im Mai 2005	ZA4395_v1-1-0	955	132	offen
Bundestagswahl 2005	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur 08/2005	ZA2391_v7-0-0	3.664	420	offen
Baden-Württemberg 2006	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 2/2006	ZA2391_v7-0-0	142	11	offen
Berlin 2006	Zur politischen Lage in Berlin im September 2006	ZA4404_v1-0-0	915	112	offen
Mecklenburg-Vorpommern	Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern	ZA4511_v1-0-0	1.392	110	offen

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Anzahl Fälle (N)	Ausgeschlossene Fälle (N)	Erhebungsart
2006	2006				
Hessen 2008	Zur politischen Lage in Hessen im Januar 2008	ZA4865_v1-0-0	965	197	offen
Niedersachsen 2008	Landtagswahl in Niedersachsen 2008	ZA4863_v1-0-0	907	179	offen
Hamburg 2008	Zur politischen Lage in Hamburg im Februar 2008	ZA4868_v1-0-0	1.226	298	offen
Bayern 2008	Zur politischen Lage in Bayern im September 2008	ZA4869_v1-0-0	756	389	offen
Thüringen 2009	Zur politischen Lage in Thüringen im August 2009	ZA5374_v1-0-0	854	125	offen
Bundestagswahl 2009	Vorwahl-Querschnitt (GLES 2009)	ZA5300_v5-0-0	1.514	299	offen
Schleswig-Holstein 2009	Zur politischen Lage in Schleswig-Holstein im September 2009	ZA5380_v1-0-0	1.591	369	offen
Brandenburg 2009	Landtagswahl in Brandenburg 2009	ZA5383_v1-0-0	1.423	80	offen
Nordrhein-Westfalen 2010	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in NRW 2010 (GLES 2009)	ZA5324_v2-0-0	337	238	offen
Hamburg 2011 (1. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur HH 12/2010	ZA2391_v7-0-0	83	12	offen
Hamburg 2011 (2. Duell)	Bürgerschaftswahl in Hamburg 2011	ZA5623_v1-0-0	836	217	offen
Sachsen-Anhalt 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Sachsen-Anhalt 2011 (GLES 2009)	ZA5325_v3-0-0	170	81	offen
Baden-Württemberg 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Baden-Württemberg 2011	ZA5328_v3-0-0	254	216	offen
Rheinland-Pfalz 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Rheinland-Pfalz 2011 (GLES 2009)	ZA5327_v3-0-0	143	136	offen
Mecklenburg-Vorpommern 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2011	ZA5330_v1-0-0	235	126	offen

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Anzahl Fälle (N)	Ausgeschlossene Fälle (N)	Erhebungsart
Berlin 2011 (2 Duelle)	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Berlin 2011 (GLES 2009)	ZA5329_v1-0-0	425	200	offen
Saarland 2012	Politbarometer 2012 (Kumul. Datensatz inkl. Kurzbarometer); nur SL 01/2012	ZA5641_v1-1-0	42	10	offen
Nordrhein-Westfalen 2012	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur NRW 4/2012	ZA2391_v7-0-0	211	62	offen
Schleswig-Holstein 2012	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2012	ZA5332_v1-0-0	411	209	offen
Niedersachsen 2013	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Niedersachsen 2013	ZA5735_v2-0-0	224	125	offen
Bundestagswahl 2013	Vorwahl-Querschnitt (GLES 2013)	ZA5700_v2-0-0	844	81	offen
Bayern 2013	Landtagswahl in Bayern 2013	ZA5736_v2-0-0	179	165	offen
Hessen 2013	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Hessen 2013 (GLES)	ZA5737_v3-0-0	274	108	offen
Brandenburg 2014	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Brandenburg 2014 (GLES)	ZA5739_v2-0-0	416	119	offen
Hamburg 2015 (2 Duelle)	Bürgerschaftswahl in Hamburg 2015	ZA6698_v1-0-0	1.324	367	offen
Baden-Württemberg 2016	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 12/2015	ZA2391_v7-0-0	143	16	offen
Rheinland-Pfalz 2016	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Rheinland-Pfalz 2016 (GLES)	ZA5743_v1-0-0	255	73	offen
Mecklenburg-Vorpommern 2016	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2016	ZA5744_v1-0-0	163	23	offen
Berlin 2016	Langfrist-Online-Tracking T33 (GLES); nur Berlin	ZA5733_v1-0-0	21	14	offen
GESAMT			36.771	7.232	

Anmerkung: alle verwendeten Datensätze sowie die dazugehörigen Studienbeschreibungen sind bei GESIS über den Datenbestandskatalog verfügbar (siehe <http://www.gesis.org/angebot/daten-analysieren/umfragedaten/>; letzter Zugriff: 28.02.2018). Ausgeschlossen wurden Befragte, deren Antwort auf die Frage nach dem wichtigsten politischen Problem keinen eindeutigen Bezug zu politischen Inhalten (Policies) erkennen ließ oder die keine Angabe machten. Quelle: eigene Darstellung.

Wie Tabelle 10 verdeutlicht, wurde das wichtigste Problem über die Jahre hinweg jeweils als offene Frage erhoben und ermöglicht somit direkte Vergleichbarkeit der Datenquellen. Die Wahl fiel auf die o.g. Studien, da einerseits ein über die Jahre hinweg relativ einheitliches Erhebungsinstrument vorliegt und somit eine hohe Vergleichbarkeit der Daten gewährleistet werden kann. Zudem enthalten die Datensätze entsprechende Zusatzinformationen, beispielsweise über die parteipolitische Präferenz (Parteiidentifikation) der Befragten, die es ermöglicht, eine Aufgliederung der verschiedenen Lager (Anhänger der Amtsinhaber vs. Anhänger der Herausforderer vs. unentschlossene Wähler) vorzunehmen. Zwar existieren für jede Wahl auch Daten des Meinungsforschungsinstituts infratest dimap (vgl. Infratest dimap 2017), allerdings werden diese der Forschung nur mittels interner Auswertungen zur Verfügung gestellt, die eine weitere Aufteilung nach Subgruppen nicht zulassen. Meist werden hier auch nur die drei bzw. fünf wichtigsten Themen dargestellt. Dies stellt ein weiteres Problem dieser Daten dar, da bereits bekannt ist, dass innerhalb eines TV-Duells nicht nur drei (oder fünf), sondern meist mehr Themen diskutiert werden und somit kein realistischer Vergleich, der die Bandbreite der Wähleragenda berücksichtigen soll, erfolgen kann. Ein Vergleich der Wähleragenda, die über die in Tabelle 10 gelisteten Daten generiert wurde, mit der Auflistung der wichtigsten politischen Probleme, die über infratest dimap veröffentlicht wurden, macht jedoch auch deutlich, dass sich die Wahrnehmung der Bürger bezüglich der wichtigsten politischen Probleme in den unterschiedlichen Erhebungen relativ kongruent zueinander verhält.

Für die Erstellung der jeweiligen Wähleragenda war für die meisten Befragungen eine Reihe an Umcodierungen notwendig, um die Vergleichbarkeit der Studien zu gewährleisten. Dies betraf u.a. solche Befragungen, die offen nach dem wichtigsten Problem fragten, aber auch Befragungen, für die in den dazugehörigen Datensätzen bereits eine Vorcodierung anhand einzelner Policies vorgenommen worden ist. Für eine einheitliche Codierung wurden offene Nennungen an die Codiervorgaben angepasst, die für die Inhaltsanalyse durch die GLES erarbeitet und im Rahmen des Forschungsprojekts „Kandidatenstrategien in TV-Debatten“ an der Universität Koblenz-Landau durch die Autorin erweitert wurde. Hiermit lag ein sehr detaillierter Codierplan vor, der die offenen Nennungen nahezu vollständig widerspiegelt und zugleich eine einheitliche (und somit vergleichbare) Codierung mit den Themen ermöglicht, die in den TV-Duellen diskutiert wurden (Debatten-, Kandidaten- und Moderatorenagenda). Die Vereinheitlichung erfolgte in den für die Inhaltsanalyse verwendeten Policy-Kategorien:¹³⁶ Nennungen wie „Arbeitslosigkeit“, „Lohnpolitik“, „Prekäre Arbeitsverhältnisse“ oder „Arbeitskämpfe“ wurden unter Arbeitsmarktpolitik zusammengefasst, „Familienpolitik“, „Soziale Gerechtigkeit“, „Höhe der Renten“ oder „Gesundheitspolitik“ dem Bereich Sozialpolitik zugewiesen. Dies hat zudem den Vorteil, dass auch die Berücksichtigung solcher Nennungen möglich war, die nicht als Einzelpolicy in den Codierverfahren der Inhaltsanalyse gelistet sind. In diesem Fall wurde jeweils die Policy-Gruppe gewählt, die der Nennung am nächsten kommt (Nennungen wie „Es bleibt zu wenig Netto vom Bruttolohn“ wurden in die Einzelpolicy „Lohnpolitik allgemein“ umcodiert und damit der Policy-Gruppe „Arbeitsmarktpolitik“ zugewiesen).

Die Auflistung der Wähleragenda erfolgte schließlich, indem die Antworten der Befragten auf die Frage nach dem wichtigsten Problem anhand ihrer Nennungen in eine Rangfolge gebracht

¹³⁶ Anlage 3 gibt anhand der Themencodierung im Codebuch einen detaillierten Überblick über die möglichen Ausprägungen.

wurde: Wenn beispielsweise die Arbeitslosigkeit am häufigsten genannt wurde, wurde die Arbeitsmarktpolitik auf den ersten Rang der Wähleragenda gesetzt, das Problem mit den zweithäufigsten Nennungen auf den zweiten Rang etc. Für die Aufstellung der Wähleragenda wurden ausschließlich jene Nennungen berücksichtigt, die einer der Policy-Kategorien eindeutig zugeordnet werden konnten, da diese stärker das dieser Arbeit zugrundeliegende Verständnis von Demands (=Inputs) an das politische System widerspiegeln (vgl. dazu Kapitel 2.3; Campbell et al. 1960: 169; Easton 1965: 38; Pappi & Shikano 2001: 315; Roller 1998: 176-177).¹³⁷

Parteilager

Zudem wurden die Befragten zusätzlich in Parteilager eingeteilt und darüber als Anhänger der Amtsinhaber, Anhänger der Herausforderer oder als Unentschiedene bzw. Wähler anderer oder keiner Parteien definiert. Die Einteilung erfolgt in die Parteilager (1) CDU/CSU und FDP, (2) SPD, Bündnis '90/Die Grünen und PDS/Die Linke sowie (3) die der Anderen bzw. Unentschlossenen, also Wähler anderer oder keiner Parteien sowie Befragte, die keine spezifische Angabe machten.¹³⁸ Ausnahmen gelten für Befragungen, die im Vorfeld zu ostdeutschen TV-Duellen durchgeführt wurden, da hier oftmals ein dritter Kandidat der PDS (und später Linkspartei) an den jeweiligen Debatten teilgenommen hat (vgl. Tabelle 9): Für die Befragungen zu den TV-Duellen in Thüringen (2004, 2009), Brandenburg (2004, 2009, 2014) und Sachsen-Anhalt (2011) wurde ein viertes Lager gebildet, das nur Anhänger der PDS bzw. Linkspartei enthält, da die Partei in diesen Bundesländern zu CDU und SPD vergleichbare starke Umfragewerte verbuchen konnte und die Partei für die entsprechenden TV-Duelle einen eigenen Spitzenkandidaten teilnehmen ließ. In den Umfragen zu den TV-Duellen in Schleswig-Holstein wurde der Südschleswigsche Wählerverband (SSW) dem Lager der „Andere[n] Parteien/Unentschiedene“ zugeteilt. Gleiches gilt für Befragungen zu TV-Duellen, die seit der Gründung der Alternative für Deutschland (AfD) nach 2013 ausgestrahlt wurden und die Partei explizit in der Befragung berücksichtigen.

Kompetenzwerte

Für die Bestimmung der Problemlösekompetenz der Politiker wurden zudem aus den verwendeten Bevölkerungsumfragen für jedes TV-Duell die zugesprochenen Kompetenzwerte extrahiert.¹³⁹ Da diese meist parteispezifisch abgefragt werden, wurden diese den Kandidaten anschließend duellspezifisch zugeordnet. Dies hat den Hintergrund, dass sich zwar einzelne Issues den Parteien eindeutig zuordnen lassen (etwa Innere Sicherheit=CDU; Soziale Gerechtigkeit=SPD), die tatsächlichen Lösungskompetenzen allerdings mitunter von Wahl zu Wahl variie-

¹³⁷ Der Anteil an Befragten, die kein wichtigstes Problem angeben können, ist sehr gering: im Mittel über alle berücksichtigten Datensätze beträgt er 6,1% (min: 1,3% für das 1. TV-Duell in NRW 2005 sowie Hessen 2013; max: Bayern 2008); Berechnung anhand der Nennungen von „weiß nicht“ und/oder „keine Angabe“, wobei für die Kategorie „keine Angabe“ nicht ausgeschlossen werden kann, dass hierunter auch Befragte fallen, für die ein Fehler in der Datenerhebung vorlag und somit keine Angabe in den Datensätzen enthalten war.

¹³⁸ Aufgrund besserer Lesbarkeit wird in den Auswertungen auf die Nennung „keine Partei“ verzichtet und grundsätzlich auf das Lager der Unentschiedenen/Wähler anderer Parteien verwiesen. Befragte, die keine Parteiidentifikation angegeben haben oder zu Protokoll gaben, sich mit keiner Partei zu identifizieren, sind in allen Analysen in dieser Gruppe eingeschlossen.

¹³⁹ Gängige Formulierungen der offen formulierten Fragestellung lauten hier etwa „Welche Partei kann am ehesten die wirtschaftliche Lage in [BUNDESLAND] verbessern?“ mit anschließender Vercodung der genannten Partei.

ren können. Die Kompetenzen wurden für jedes der 12 in der Analyse berücksichtigten Themenfelder ermittelt, indem zunächst der prozentuale Anteil (Zustimmung, die Partei habe die Kompetenz, das abgefragte Themenfeld händeln) er- und anschließend über alle abgefragten Kompetenzfelder gemittelt wurde. Die Zuordnung erfolgte daher, indem den Kandidaten durch Verrechnung der ausgewiesenen Werte entweder ein Vorteil gegenüber dem Gegenkandidaten, ein Nachteil oder ein ausgeglichenes Verhältnis identifiziert werden konnte. Ein Vorteil für einen der beiden (bzw. drei Kandidaten) ergibt sich, wenn der Saldo der beiden bzw. drei Kompetenzwerte ($\text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Amtsinhaber}} - \text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Herausforderer}}$ bzw. $\text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Amtsinhaber}} - \text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Herausforderer}_2}$) positiv ausfällt, ein Nachteil, wenn der Saldo negativ ist. Wurden für ein Politikfeld mehrere Kompetenzzuschreibungen erhoben, so wurden diese miteinander verrechnet, um einen Gesamtkompetenzwert auf diesem Politikfeld zu erhalten.¹⁴⁰ Da die Lösungskompetenzen der Parteien nur für einzelne, aber nie für alle Politikfelder abgefragt wurde, die in dieser Untersuchung berücksichtigt werden, werden zudem alternative Datenquellen (ab 2010; *Infratest*: infratest dimap 2017; *Politbarometer*: Forschungsgruppe Wahlen Mannheim 2017; *Forsa-Bus*: FORSA 2015) herangezogen und daraus ebenfalls die Kompetenzzuschreibungen derjenigen extrahiert, die vor den jeweiligen Debatten befragt wurden. Da nicht in jeder der berücksichtigten Bevölkerungsumfragen die Kompetenz für jedes in der Analyse berücksichtigte Themenfeld abgefragt wurde, wurde für diese Themenfelder der Mittelwert je Partei verwendet.¹⁴¹

Umfragewerte

Umfragewerte wurden jeweils debattenspezifisch ermittelt. Hierzu wurden die jeweils letzten repräsentativen Umfragen zu Rate gezogen, die vor den TV-Duellen erhoben und über die Webseite wahlrecht.de veröffentlicht wurden.¹⁴² Wesentlich ist die klassische Sonntagsfrage, also die Frage danach, welcher Partei die Befragten ihre Stimme geben würden, sofern am folgenden Sonntag Bundes- bzw. Landtagswahl wäre. Die Verrechnung von Umfragevor- bzw. -nachteilen erfolgte analog zum Verrechnungsweg der Kompetenzbeurteilung: Ein Vorteil für einen der beiden (bzw. drei Kandidaten) ergibt sich, wenn der Saldo der beiden bzw. drei Umfragewerte ($\text{Umfragewert}_{\text{Partei Amtsinhaber}} - \text{Umfragewert}_{\text{Partei Herausforderer}}$ bzw. $\text{Umfragewert}_{\text{Partei Amtsinhaber}} - \text{Umfragewert}_{\text{Partei Herausforderer}_2}$) positiv ausfällt, ein Nachteil, wenn der Saldo negativ ist.¹⁴³

¹⁴⁰ Dies ist etwa im Politikfeld Infrastruktur der Fall, zu dem Zuschreibungen der Lösungskompetenz von Problemen des Wohnungsmarkts und der Verkehrspolitik zählen, Verrechnungsweg:

$$\text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Amtsinhaber}} \left(\frac{\text{Kompetenzwert A1} + \text{Kompetenzwert A2} + \text{Kompetenzwert An}}{\text{Anzahl abgefragter Kompetenzfelder}} \right) - \text{Kompetenzwert}_{\text{Partei Herausforderer}} \left(\frac{\text{Kompetenzwert H1} + \text{Kompetenzwert H2} + \text{Kompetenzwert Hn}}{\text{Anzahl abgefragter Kompetenzfelder}} \right)$$

¹⁴¹ Fehlte beispielsweise vor dem Hamburger TV-Duell 1997 der Kompetenzwert für das Themenfeld Innere Sicherheit, wurde für den Amtsinhaber der mittlere Kompetenzwert aller CDU-Kandidaten des TV-Duell-Gesamtsamples für das Themenfeld Innere Sicherheit eingetragen, für Herausforderer der mittlere Kompetenzwert aller SPD-Kandidaten in diesem Themenfeld. Anlage 17 weist die ermittelten Kompetenzwerte aus.

¹⁴² Damit variieren die Umfrageinstitute, deren Daten hier herangezogen werden. Berücksichtigt werden etwa Daten der Forschungsinstitute infratest dimap, Forschungsgruppe Wahlen, Forsa, INSA, TNS Infratest, Emnid u.ä. Für nähere Informationen vgl. <http://www.wahlrecht.de/umfragen/> (letzter Zugriff: 28.02.2018).

¹⁴³ Anlage 17 weist die ermittelten Umfragewerte aus.

Kandidatenposition

Ein wesentlicher Einflussfaktor, der im Rahmen der Analysen kontrolliert werden kann, stellt die Position der Kandidaten dar, also die Frage danach, ob ein Kandidat als Amtsinhaber oder als Herausforderer antritt (vgl. Tabelle 9). Die Position des Kandidaten wird in den nachfolgenden multivariaten Analysen als unabhängige, dichotome Variable modelliert.

Weitere ausgeschlossene Determinanten

In Kapitel 4.1.3 wurde beschrieben, dass eine Reihe weiterer Determinanten existiert, die einen Einfluss auf die Themenauswahl politischer Kandidaten haben können. Wie bereits in Fußnote 79 angedeutet, beziehen sich die aus der Literatur bekannten Einflussgrößen allerdings grundsätzlich auf Kandidaten, die als Abgeordnete ohne Bestreben nach Führungspositionen (im Sinne der Kanzlerschaft oder Ministerpräsidentschaft) zur Wahl antreten. Während diese Kandidaten ihrem Wahlkampf ein sehr viel themenspezifischeres Profil zugrundelegen können, entfallen für Kandidaten für Führungspositionen beispielweise geschlechtsspezifische Einflussgrößen: Angela Merkel etwa würde kaum mit ausschließlich familienpolitischen und damit „weichen“ Themen den Wahlkampf bestreiten, um als Kanzlerin (wieder-)gewählt zu werden, sondern ihr Profil auch auf „härtere“ Policies – wie die Außenpolitik – legen. Das Geschlecht der Kandidaten, die hier untersucht werden, wird daher vernachlässigt. Ähnlich verhält es sich mit außerpolitischer Erfahrung (erlangt durch Berufsausbildung) oder das ausschließliche Berufen auf die bisherige politische Reputation: auch hier würden große Segmente der Wählerschaft nicht angesprochen werden, würde – um erneut das Merkel-Beispiel zu bemühen – der Wahlkampf ausschließlich mit umweltpolitischen Themen bestritten, sofern ein Kandidat in der Vergangenheit als Umweltminister tätig gewesen ist. Für das berufsspezifische Profil außerhalb der Politik fehlt für die Kandidaten des Untersuchungszeitraums hingegen zusätzlich die Varianz, da die große Mehrheit der Kandidaten entweder über eine juristische oder verwaltungstechnische Berufsausbildung verfügt, von der ihrerseits auf eine ebenfalls zu geringe Themenbandbreite zu schließen wäre. Die demographische Zusammensetzung der Wählerschaft sowie Auswirkungen des politischen Systems auf Koalitionsoptionen und die damit verbundene Themenauswahl politischer Spitzenkandidaten werden aus forschungsökonomischen Gründen ausgeschlossen: ersteres hätte die Datenanalyse statistischer Landesämter für mehr als 50 Erhebungszeitpunkte in einem Zeitraum von beinahe 20 Jahren vorausgesetzt, letzteres die Analyse von Pressemitteilungen sowie der Medienberichterstattung bezüglich möglicher Koalitionssignale der an den Debatten beteiligten Parteien.

ANALYSESCHRITTE

Für die Überprüfung, inwiefern TV-Duelle repräsentativ die in der Bevölkerung relevanten Themen aufgreifen und thematisieren, werden zunächst *Themendifferenzen* zwischen den einzelnen Themen auf der Wähleragenda und der Debattenagenda gebildet. Für die Erstellung der Wähleragenda werden die Anteile an Themennennungen durch die Wähler absteigend anhand ihrer prozentualen Anteile gerankt. Für die Ermittlung der Themendifferenzen wird der Wähleragenda dann der Anteil an Debattenaussagen sowohl insgesamt als auch akteurspezifisch gegenüber-

gestellt. Akteursspezifisch bedeutet hier, dass zunächst ein Vergleich mit den in der Debatte insgesamt getätigten Aussagen vorgenommen wird, anschließend eine Unterteilung in Kandidaten- und Moderatorenaussagen erfolgt und abschließend die Kandidatenagenda positionsspezifisch (Agenda der Amtsinhaber sowie der Herausforderer) mit der Wähleragenda verglichen wird. Die einzelnen Themendifferenzen werden anschließend als Beträge aufsummiert und aus diesem Wert duellspezifische Mittelwerte gebildet, um die Vergleichbarkeit bei unterschiedlicher Themenanzahl in den verschiedenen Duellen zu gewährleisten.¹⁴⁴ Durch dieses Vorgehen lässt sich einerseits herausfinden, ob unterschiedliche Differenzen der verschiedenen Debattenakteure existieren. Aus dem Vergleich von Kandidaten- und Moderatorenagenda lässt sich klären, ob es aus Kandidatensicht möglich ist, eigene Themenschwerpunkte zu setzen. Durch die Aufgliederung der Wähleragenda in parteipolitische Lageragenden können Aussagen darüber getroffen werden, ob und inwieweit sich die akteursspezifischen Differenzen lagerspezifisch unterscheiden. Zudem kann die Frage beantwortet werden, inwieweit die Interessen der Bevölkerung gleichermaßen (und somit parteiunabhängig) durch die Themensetzung der Moderatoren berücksichtigt werden oder ob es einzelne Wählersegmente gibt, deren Interessen keine oder stärkere Berücksichtigung durch die Moderatoren finden. Mögliche Unterschiede in der mittleren Gesamtdifferenz werden duellspezifisch für den Vergleich der Moderatoren- und Kandidatenagenda sowie der Agenda von Amtsinhabern und Herausforderern durch Mittelwertvergleiche (T-Tests) auf statistische Signifikanz geprüft; für TV-Duelle, an denen drei Kandidaten teilnehmen, durch Varianzanalysen (ANOVAs).¹⁴⁵

Zusätzlich zu diesem vergleichenden Maß unterschiedlicher Agendadifferenzen werden Wähleragenda und Debattenagenda (insgesamt sowie akteursspezifisch) ergänzend anhand der Standardmethode der Agenda-Forschung geprüft, der Bildung von Rangkorrelationen (vgl. dazu bereits McCombs & Shaw 1972 sowie im Kontext von TV-Debatten Benoit & Hansen 2001). Dies hat den Vorteil, dass auch bei fehlender Varianz weitere multivariate Analysen, die die Unterschiede zwischen Wähler- und Debattenagenda als abhängige Variable benötigen, durchgeführt werden können. Auf Basis der Rangwerte können debattenspezifisch Spearman'sche Rangkorrelationskoeffizienten (r_s) jeweils für die Debatten-, die Kandidaten- und die Moderatorenagenda

¹⁴⁴ Somit kann die Problematik ausgeschlossen werden, dass sich positive und negative Differenzen gegenseitig aufheben und eine mittlere Gesamtdifferenz von Null entsteht, die trotz vorliegender Differenzen auf eine mit der Wähleragenda nahezu deckungsgleiche Debattenagenda schließen lassen würde.

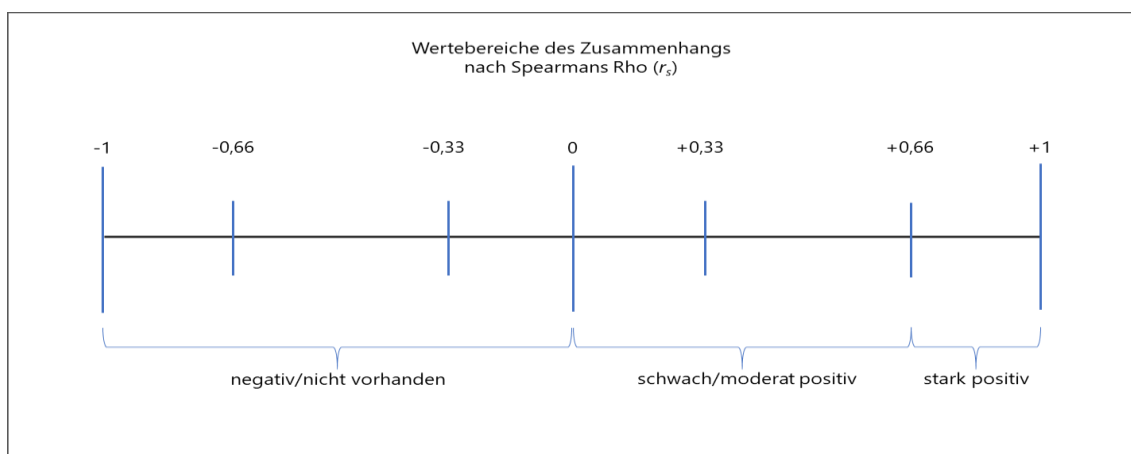
¹⁴⁵ Die Mittelwerte sind abhängig von der Anzahl der Themen, die vor den Debatten von den Wählern in Umfragen genannt wurden. Designbedingt kann die max. Summe der Betragsdifferenzen bei $199, \overline{9}$ liegen. Dies wäre im simpelsten Fall etwa dann der Fall, wenn die Debattenakteure nur über jenes Thema sprechen, das in den Befragungen nur ein Befragter auf die Wähleragenda gesetzt hat, während alle anderen Befragten Themen präferieren, die in der Debatte zu keinem Zeitpunkt angesprochen wurden. Je nach Anzahl der durch die übrigen Befragten präferierten Themen liegt das Maximum der mittleren

Abweichungen bei $X = \left(\frac{199, \overline{9}}{\text{Anzahl von Wählern genannte Themen}} \right)$, da die mittlere Abweichung aus der Summe der Betragsdifferenzen bzgl. der Themenanzahl berechnet wird. Diese Werte unterscheiden sich in der Gesamtschau zwischen Bund, Land sowie den Debattenakteuren zwischen max. $16, \overline{6}$ Prozentpunkten mittlerer Abweichung (bei 12 Themen), $18, \overline{18}$ Prozentpunkten (bei 11 Themen), 20,00 Prozentpunkten (bei 10 Themen) usw. Anlage 11 informiert über die debattenspezifischen Werte, die die Grenzen der Responsivitätsgrade anhand der Einteilung in Terzile (keine/niedrige; mittlere; hohe Responsivität) festlegen.

in Bezug auf die – lagerspezifische – Wähleragenda berechnet werden. Die Deckungsgleichheit der Wähleragenda mit den jeweiligen Agenden (Debatten, Kandidaten- und Moderatorenagenda) erschließt sich durch die jeweilige Höhe der Rangkorrelationskoeffizienten: je höher (positiv) der Koeffizient ausfällt, desto näher bewegen sich die Aussagen der entsprechenden Debattenakteure entlang der Wähleragenda. Für die Hypothesen H3, H4, H5, H6 und H7 werden dementsprechend Spearman-Korrelationen berechnet, um Unterschiede in der Deckungsgleichheit zwischen Wählern und Debattenakteuren zu ermitteln.

Neben der tabellarischen Darstellung, die sich auf die aggregierte Betrachtung der Themendifferenzen bezieht, werden die Anteile keiner/niedriger, mittlerer und hoher Responsivität für jede Debatte und jeden Debattenakteur grafisch dargestellt (vgl. in den Analysen Abbildung 16). Die zusätzliche Information der Grafiken ist somit der Grad an Responsivität auf Debattenebene und lässt daher Antworten auf die Frage zu, wie sich die jeweiligen Gesamtwerte an Differenzen und Korrelationen jeweils zusammensetzt; wie stark die Debatten also bezüglich ihrer Themendifferenzen bzw. Korrelationen zwischen Wähler- und Debattenagenda variieren. Um sich einer Vergleichbarkeit mit der grafischen Darstellung der Themendifferenzen anzunähern (Abbildung 16), werden die Debatten in Abbildung 20 ebenfalls in drei Gruppen der Responsivität klassifiziert. Die Logik und Richtung von Rangkorrelationskoeffizienten lassen keine völlige Analogie zu Abbildung 16 zu, da negative Korrelationskoeffizienten möglich sind, die bei der Bildung von Betragsdifferenzen nicht existieren können. Für Abbildung 20 werden deshalb drei Gruppen gebildet, die jeweils negative bzw. keine Zusammenhänge (r_s [-1;0]), positive Zusammenhänge schwacher und mittlerer Stärke (r_s [0,1;0,65]) sowie positive Zusammenhänge großer Stärke (r_s [0,66;1]) zusammenfassen. Mit Blick auf Abbildung 13 wird deutlich, dass ein stark positiver Zusammenhang, also eine hohe Responsivität umso aussagekräftiger ist, da dieser Wertebereich im Vergleich zu jenen negativer bzw. schwach positiver Responsivität vergleichsweise kleiner ausfällt.

Abbildung 13: Responsivitätsgrad nach Wertebereich der Rangkorrelationskoeffizienten



Anmerkung: Ausgewiesen sind Responsivitätsgrenzen gemessen an der Richtung des Zusammenhangs nach Spearman's Rho (r_s); Einteilung in Anlehnung an Kühnel und Krebs (2006: 404-405). Quelle: eigene Darstellung.

Um nun zu analysieren, ob die in H4, H8 und H9 angenommenen Kontextfaktoren (Kandidatenposition, Umfragewerte und allgemeine Kompetenzzuschreibungen) eine bestimmte Themenmanagementstrategie begünstigen, werden üblicherweise Regressionsmodelle gerechnet. Im vorliegenden Fall könnte die aggregierte Gesamtabweichung auf verschiedene Weise als abhängige Variable modelliert werden (beispielsweise über die absolute Differenz, die aufsummierte Differenz oder als Mittelwerte der Differenzen) und als unabhängige Variablen die Kandidatenposition, die Kompetenz- und die Umfragewerte vor dem Duell herangezogen werden. Hier stellt sich jedoch die Besonderheit des Formats TV-Debatten dar, nach der die Themenauswahl der Kandidaten stark durch die Vorgaben der Moderatoren vorstrukturiert ist: Kandidaten können selbst bei bester inhaltlicher Vorbereitung nicht zwangsläufig die von ihnen präferierten Themen in dem Maße zum Ausdruck bringen, wie sie es gern täten. Trotz des engen Fragenkorsetts bestehen allerdings durch Ausweichen von Fragen oder Abschweifen in vorgegebenen Themenblöcken die (geringen) Möglichkeiten, eigene Themenspitzen zu setzen und geplantes Themenmanagement zu betreiben. Weichen nun die Kandidaten von den Vorgaben der Moderatoren in ihrer Themensetzung ab, so liegen die Rangkorrelationskoeffizienten der Kandidaten unter bzw. über denen der Moderatoren. Je höher die absolute Abweichung ausfällt, desto stärker werden eigene Themen unabhängig vom Moderator platziert. In den folgenden Analysen werden diese Unterschiede anhand von Abweichungsterzilen der Korrelationskoeffizienten zwischen Kandidat und Moderator berücksichtigt, um eine feingliedrige Betrachtung der Einflussfaktoren auf Kandidatenstrategien zu ermöglichen.

Die Vorstrukturierung der Debatten durch die Moderatoren stellt die Analyse vor ein weiteres Problem. Um Aussagen darüber treffen zu können, welche Kandidaten sich stärker an der Wähleragenda orientieren, ist ein Vergleich der absoluten Korrelationskoeffizienten zwischen den Kandidaten über alle Duelle unzulänglich. Je nach Duell können durch die Vorstrukturierung die absoluten Korrelationen höher oder niedriger ausfallen. Dies würde in der Analyse dazu führen, dass beobachtete Effekte der Einflussfaktoren durch Strukturierungseffekte der Debatte verdeckt werden. Als abhängige Variable zur Prüfung der Hypothesen 4, 8 und 9 wird daher der jeweilige Vergleich zwischen den Kandidaten auf Debattenebene erfolgen. Hierzu wird die Differenz zwischen der Korrelation eines Kandidaten zum jeweiligen Gegenkandidaten als abhängige Variable verwendet. Für diese abhängige Variable gilt dann ebenfalls: je höher (positiv) der Koeffizient ausfällt, desto näher bewegen sich die entsprechenden Kandidaten entlang der Wähleragenda im Vergleich zu ihren Gegenkandidaten. Diese Variablen stellen nun ein feingliedrigeres und trennschärferes Maß für das Zusammenspiel zwischen Wähler-, Kandidaten- und Moderatorenagenda dar als reine Differenzwerte und können somit als abhängige Variablen für die Untersuchung der Stärke weiterer Einflussfaktoren fungieren. Hierzu werden – wie in den Hypothesen angenommen – die Position der Kandidaten (Amtsinhaber vs. Herausforderer) sowie ihre Kompetenz- und Umfragewerte als unabhängige Variablen in linearen Regressionsmodellen berücksichtigt.

Abschließend kann über den Vergleich mit der Moderatorenagenda untersucht werden, ob einzelne parteipolitische Lager eher von der Debatte profitieren können als andere, sofern eine gewisse Bevorzugung dieser Wählersegmente durch stärkere Berücksichtigung der Interessen dieser Zuschauer stattfindet (Forschungsfrage 3). Darüber hinaus kann über den Vergleich der

Wähleragenda mit der Kandidatenagenda analysiert werden, ob Kandidaten ihre Schlusstates dazu nutzen, die Interessen der Wähler anzusprechen (Forschungsfrage 4).

7.2.3 Die Veränderung der Wähleragenda durch Debattenrezeption: Experimentaldaten

Um die abschließenden Hypothesen zu den Effekten der Debatteninhalte zu untersuchen (H10-H12a), werden anschließend Experimentaldaten von TV-Duell-Studien herangezogen, die an den Abenden der TV-Duelle 2002 (zwei Duelle), 2009 und 2013 unter den nachfolgenden Studienbedingungen durchgeführt wurden.¹⁴⁶

EXPERIMENTALBEDINGUNGEN

An den Experimentalstudien nahmen 2002 141 (1. Duell: 68, 2. Duell: 73), 2009 449 und 2013 269 Bürger teil (vgl. Tabelle 11). Die Studien fanden 2002 an zwei (Augsburg, Bamberg), 2009 an fünf (Stuttgart, Jena, Kaiserslautern, Landau, Mannheim) und 2013 an drei Standorten (Koblenz, Mainz, Landau) statt. Die Studien 2009 und 2013 wurden im Rahmen der von der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) durchgeführten German Longitudinal Election Study (GLES) erhoben und von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert.¹⁴⁷ Die Rekrutierung der Untersuchungsteilnehmer erfolgte nach vorab festgelegten Quoten hinsichtlich der Variablen Alter, Bildung, Geschlecht, Parteiidentifikation und politisches Interesse (letzteres nur 2009). Abweichend hiervon basierte die Rekrutierung der Teilnehmer in Augsburg (2002) nicht auf einem Quotenplan. Bei den Debatten 2009 und 2013 wurde zusätzlich eine Kontrollgruppe rekrutiert, die anstelle des jeweiligen Duells einen nicht-politischen Kinofilm angesehen hat. Mit Flyern und Postern sowie redaktionellen Beiträgen in Zeitungen und dem Radio wurde für die Untersuchung geworben.¹⁴⁸ Die Teilnahme wurde vergütet (Ausnahme: Augsburg). Die Experimente liefen alle nach dem gleichen Muster ab. Die Teilnehmer füllten direkt vor der Debatte einen Fragebogen zu ihren politischen Kenntnissen, Einstellungen, Verhaltensabsichten und Erwartungen an das Duell aus. Nachdem sie das Fernsehduell verfolgt hatten, wurde ihnen ein zweiter Fragebogen vorgelegt, der in weiten Teilen identisch mit dem ersten Fragebogen war, aber um Fragen zur Wahrnehmung des Duells ergänzt wurde. In den Untersuchungen 2009 und

¹⁴⁶ Für das TV-Duell, das anlässlich der Bundestagswahl 2005 zwischen Amtsinhaber Gerhard Schröder und Herausforderin Angela Merkel ausgetragen wurde, wurde ebenfalls eine Studie am Abend der Ausstrahlung durchgeführt. In dieser wurde allerdings ein abweichendes Fragemuster bezüglich der wichtigsten politischen Probleme angewendet, die keine Vergleichbarkeit mit den hier berücksichtigten Daten ermöglicht: in dieser Studie wurde ausschließlich die Erwartung an die kandidaten-spezifische Kompetenz zur Lösung vorgegebener politischer Probleme abgefragt. Eine Aussage über die reine Themenpräferenz der Zuschauer dieses Duells ist somit nicht möglich. Die Studie wird daher von den nachfolgenden Analysen ausgeschlossen. Für Erkenntnisse zu aus diesem TV-Duell resultierenden Verhaltensabsichten und Effekten siehe vor allem Maurer et al. (2007).

¹⁴⁷ Die Datensätze, Studienbeschreibungen und Fragebogendokumentation für die Jahre 2009 und 2013 können unter <http://www.gesis.org/wahlen/gles/daten-und-dokumente/daten> kostenlos heruntergeladen werden.

¹⁴⁸ Die Ergebnisse sind damit nicht repräsentativ, können allerdings aufgrund der erfolgten Quotierung als valide Indikatoren für Agendaveränderungen durch die Debattenrezeption herangezogen werden; zu ähnlichem Vorgehen siehe Bachl, Brettschneider & Ottler (2013b: 18).

2013 wurde ein Teil der Befragten speziellen Rezeptionsbedingungen ausgesetzt (etwa wurde das TV-Duell in einer Versuchsbedingung ohne Bild verfolgt). Zudem hatten die meisten Befragten die Möglichkeit, die Kandidaten während der Debatte mit Hilfe von RTR-Geräten spontan und sekundengenau zu bewerten (vgl. hierzu etwa Maier et al. 2007).

ITEMAUSWAHL

Für die Analyse der *Einschätzung der wichtigsten politischen Probleme* vor und nach dem TV-Duell wird die Frage nach dem wichtigsten politischen Problem herangezogen (vgl. Tabelle 12). Während die Erhebung im Rahmen der 2009er- und der 2013er-Studie offen erfolgte und analog zur Wähleragenda, die durch die Umfragedaten erhoben wurde, an die Codiervorgaben der Inhaltsanalyse umcodiert wurde, erfolgte die Erhebung im Zuge der TV-Duell-Studien 2002 nach einem anderen Prinzip: hier wurden die Probanden gebeten, sechs vorgegebene Themen anhand der persönlichen Relevanz zu gewichten. Diese Themen wurden ebenfalls an das Kategorienschema der Inhaltsanalyse angepasst: „Arbeitslosigkeit bekämpfen“ fällt nun in die Kategorie Arbeitsmarktpolitik, „Zuwanderung regeln“ und „Renten sichern“ in die Kategorie Sozialpolitik, „Staatsverschuldung senken“ in die Finanzpolitik, „Für Ruhe und Ordnung sorgen“ wurde der Kategorie Innenpolitik zugewiesen und „Bildungssystem reformieren“ der Bildungspolitik. Die unterschiedliche Erhebungsmethode birgt die Problematik einer bedingten Vergleichbarkeit der Wähleragenden 2002 mit denen der Jahre 2009 und 2013. Dies ist bei der Interpretation der Analyseergebnisse zu berücksichtigen. Für die Analyse werden die Themennennungen sowohl in aggregierter Form als Rangfolge der Themennennungen aller Studienteilnehmer als auch auf Individualebene betrachtet. Berücksichtigt werden die Einschätzungen vor (Welle 1) und nach der Debatte (Welle 2), um mögliche debattenbedingte Veränderungen nachzuzeichnen.

Anders verhält es sich bei den Fragebögenitems, die für die Analyse einer debattenbedingten Veränderung politischer Einstellungen herangezogen werden. Um die Annahme zu überprüfen, inwieweit debattenbedingte Responsivität bzw. Persuasion der Spitzenkandidaten das politische Effektivitätsgefühl (positiv) beeinflusst, werden die Items der External Efficacy herangezogen. Diese wurden 2002 über zwei Items, 2009 und 2013 über drei Items erhoben (vgl. auch hier Tabelle 12). Für die Analyse wird aus den zwei bzw. drei Einzeleinschätzungen der Probanden ein Mittelwertindex gebildet, um einen individuellen Gesamtwert der External Efficacy-Einschätzung auf Rezipientenebene zu erhalten. Dieser Mittelwertindex wird sowohl für die Rückmeldungen vor (Welle 1) als auch nach der Debatte (Welle 2) ermittelt, um auch hier debattenbedingte Veränderungen ermitteln zu können. Veränderungen in der Einschätzung der External Efficacy werden zudem einer Überprüfung durch analog gemessene Veränderungen in der Kontrollgruppe unterzogen, um mögliche Messfehler auszuschließen. Dies ist dann gegeben, wenn sich die Einschätzung der External Efficacy in der Kontrollgruppe nach der Kinofilmrezeption nicht signifikant verändert. Dieser Kontrollgruppenvergleich entfällt für die Messung der Korrelationen, da aufgrund fehlender Debattenrezeption keine Zusammenhänge zwischen der Einschätzung der wichtigsten politischen Probleme und den Debatteninhalten hergestellt werden können.

Tabelle 11: Übersicht über die Stichproben der TV-Duell-Studien

	2002		2009			2013		
	1. Duell (n=68)	2. Duell (n=73)	Gesamt (n=449)	Experimen- talgruppen (n=393)	Kontroll- gruppe (n=56)	Gesamt (n=268)	Experimen- talgruppen (n=246)	Kontroll- gruppe (n=22)
Geschlecht								
Männer	49,5	43,9	50,4	49,3	57,8	50,3	50,6	46,9
Fraue	48,0	56,1	46,5	47,1	42,2	47,0	46,5	53,1
keine Angabe	2,5	-	3,1	3,5	-	2,7	2,9	-
Alter								
18-39 Jahre	55,5	46,0	55,7	53,4	72,3	51,5	52,1	44,5
40-59 Jahre	33,0	34,5	27,3	27,9	23,1	24,7	22,9	44,5
60 Jahre und älter	11,5	19,6	14,0	15,6	2,8	21,1	22,1	10,9
keine Angabe	-	-	3,0	3,1	1,7	2,7	2,9	-
Bildung								
Volks-/Hauptschule/POS 9. Klasse	10,5	19,8	10,2	9,3	16,4	5,3	5,3	5,5
Mittlere Reife/POS 10. Klasse	26,2	34,9	27,9	28,9	20,9	19,5	20,5	8,6
(Fach-)Abitur/EOS 12. Klasse	58,3	43,8	55,5	54,8	60,9	7,3	68,9	86,0
keine Angabe/noch Schüler/kein Abschluss	5,1	1,6	6,9	7,0	1,7	4,9	2,9	-
Politisches Interesse								
(sehr) schwach/mittelmäßig	46,7	63,3	53,6	52,5	61,0	36,2	35,5	44,5
(sehr) stark	52,0	36,7	45,4	46,4	39,0	60,9	61,5	55,5
keine Angabe	1,4	-	0,9	1,1	-	2,8	3,1	-
Parteiidentifikation								
CDU/CSU	27,4	33,3	24,4	25,4	17,4	30,2	30,7	25,2
SPD	16,7	20,9	15,6	16,4	9,8	17,2	17,9	9,3
FDP	5,9	-	8,9	8,2	14,0	3,1	3,4	-
Bündnis '90/Die Grünen	12,6	12,4	11,6	12,2	7,0	13,6	13,1	18,6
PDS/Die Linke	4,0	-	6,1	6,8	1,4	2,6	2,5	3,1
andere Partei/keine Partei	27,5	27,2	25,8	22,6	37,8	30,6	29,4	43,6
keine Angabe	5,8	6,1	7,5	8,3	2,5	2,7	2,9	-

Quelle: Angaben in Prozent. Eigene und erweiterte Darstellung nach Rattinger et al. 2011 und Rattinger et al. 2015. Darstellung gewichtet nach Parteilagern: *CDU/CSU und FDP* vs. *SPD, Bündnis '90/Die Grünen*

Tabelle 12: Übersicht der operationalisierten Items

Item	Debatte		
	2002	2009	2013
Wichtigstes politisches Problem	Im folgenden [sic!] sind einige aktuelle politische Probleme in Deutschland aufgeführt. Sagen Sie bitte, wie wichtig diese Probleme für Sie sind. Weisen Sie dem wichtigsten Problem den Wert 1 zu, dem zweitwichtigsten Problem den Wert 2 usw. bis zum Ihrer Meinung nach unwichtigsten Problem (Wert 6). <i>Arbeitslosigkeit bekämpfen, Zuwanderung regeln, Renten sichern, Staatsverschuldung senken, Für Ruhe und Ordnung sorgen, Bildungssystem reformieren.</i>	Geben Sie im Folgenden bitte an, welches Ihrer Meinung nach derzeit die wichtigsten Probleme in Deutschland sind, und welche Partei am ehesten in der Lage ist, diese Probleme jeweils zu lösen. Sie können bis zu fünf Probleme (samt zugehöriger Partei) nennen. <i>Offene Frage.</i>	Geben Sie im Folgenden bitte an, welches Ihrer Meinung nach derzeit die wichtigsten Probleme in Deutschland sind und welche Partei am ehesten in der Lage ist, diese Probleme jeweils zu lösen. Sie können bis zu drei Probleme (samt zugehöriger Parteien) nennen. <i>Offene Frage.</i>
External Efficacy	Im folgenden [sic!] sind einige häufig gehörte Meinungen über die Politik und die Gesellschaft zusammengestellt. Sagen Sie mir bitte, ob Sie diesen Meinungen zustimmen oder nicht. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie dieser Meinung voll und ganz zustimmen, der Wert -2 bedeutet, dass Sie ihr überhaupt nicht zustimmen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen. <i>1. Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken. 2. Die Bundestagsabgeordneten bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung.</i>	Im Folgenden sind einige häufig gehörte Meinungen über die Politik und die Gesellschaft zusammengestellt. Geben Sie bitte an, inwieweit Sie diesen Meinungen zustimmen oder nicht: <i>2. Die Bundestagsabgeordneten bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung. 3. Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken. (1) stimme voll und ganz zu; (2) stimme eher zu; (3) teils/teils; (4) stimme eher nicht zu; (5) stimme überhaupt nicht zu</i>	
Partei-identifikation	Viele Leute neigen in der Bundesrepublik längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie – ganz allgemein gesprochen – einer bestimmten Partei zu? Wenn ja, welcher? <i>ja, der CDU/CSU; ja, der SPD; ja, der FDP; ja, Bündnis 90/die Grünen; ja, der PDS; ja, einer anderen Partei; nein, ich neige keiner bestimmten Partei zu.</i>	In Deutschland neigen viele Leute längere Zeit einer bestimmten politischen Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie – ganz allgemein – einer bestimmten Partei zu? Und wenn ja, welcher? <i>2009: Offene Frage; 2013: CDU/CSU; SPD/ FDP/ Bündnis 90/Die Grünen; Die Linke; Einer anderen Partei; und zwar; Nein, keiner Partei</i>	
Geschlecht	Welches Geschlecht haben Sie? <i>Männlich; Weiblich</i>	Ihr Geschlecht: <i>männlich; weiblich</i>	
Alter	In welchem Jahr sind Sie geboren? <i>Offene Frage</i>	Wie alt sind Sie? <i>Offene Frage (Angabe in Jahren)</i>	
Bildung	Was ist Ihr höchster allgemeinbildender Schulabschluss? <i>Ich habe die Schule ohne Abschluss beendet; Haupt- bzw. Volksschule; Realschule bzw. Mittlere Reife; Fachhochschulreife; Abitur; abgeschlossenes Studium an einer Hoch- oder Fachhochschule</i>	Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie? <i>keinen Schulabschluss; Hauptschule, Volksschule bzw. POS 8./9. Klasse; Realschule, mittlere Reife bzw. POS 10. Klasse; Fachhochschulreife; Abitur bzw. EOS 12. Klasse; noch Schüler</i>	

Quelle: Fragebögen der TV-Duell-Studien 2002, 2009 und 2013; vgl. Anlage 4-6.

Um abschließend – analog zum Vorgehen des Vergleichs zwischen Wähleragenda vor den TV-Duellen (Umfragedaten) mit der Debattenagenda – lagerspezifische Analysen vornehmen zu können, werden die individuellen Rückmeldungen der Rezipienten auf die Frage nach der Parteiidentifikation herangezogen, die vor den TV-Duellen (Welle 1) erhoben wurde. Da es sich – wie in Kapitel 3.1.3 angemerkt – bei der Parteiidentifikation um ein relativ stabiles Konstrukt handelt, ist eine debattenbedingten Veränderung dieser Prädisposition nicht zu erwarten.¹⁴⁹ Die Einteilung der Studienteilnehmer in das Lager des Amtsinhabers bzw. Herausforderers erfolgt entlang der Parteinähe: Anhänger der CDU/CSU und der FDP werden den Anhängern von SPD, Bündnis 90/Die Grünen und der PDS bzw. der Linken gegenübergestellt. Als Unentschiedene werden hingegen Anhänger anderer Parteien, Befragte, die angegeben haben, Anhänger keiner Partei und diejenigen klassifiziert, die zum Zeitpunkt der Befragung angegeben haben, unentschieden zu sein (nur 2009).¹⁵⁰

Für die weiteren in den Analysen berücksichtigten soziodemographischen Merkmale erfolgte ebenfalls eine Angleichung der Datenstruktur (Ausnahme: *Geschlecht*). Da nur 2002 das *Alter* per Geburtsjahr erhoben wurde, wurden die Angaben der Befragten als Alter in Jahren (2002 abzüglich des Geburtsjahres) der Struktur der 2009er- und 2013er-Daten angepasst. Der *Bildungsgrad* der Befragten der Studien 2009 und 2013 wurde den Wertelabels der Teilnehmer 2002 angepasst, da hier zusätzlich ein abgeschlossenes Studium als Schulabschluss enthalten war. Die Kategorie „noch Schüler“ aus den GLES-Daten wird hingegen der Kategorie „kein Schulabschluss“ zugeordnet.

ANALYSESchritte

Für die nachfolgenden Analysen gilt grundsätzlich folgendes Prinzip: werden nur die Angaben der Studienteilnehmer *vor* dem TV-Duell mit den Debatteninhalten in Bezug zueinandergesetzt, so ist dies als *Effekt responsiven Verhaltens* durch die Spitzenkandidaten der TV-Duelle anzusehen. Wird hingegen von Effekten auf die Veränderung der Wähleragenda oder politischen Einstellungen nach dem TV-Duell gesprochen, so wird dies als *Maß der Persuasion* durch die politischen Spitzenkandidaten interpretiert. Die Responsivitäts- und Persuasionsmaße werden dazu durchgängig wie folgt ermittelt:

(1) Maß der Responsivität

Sowohl für die Wähleragenda als auch für die Debattenagenda werden in einem ersten Schritt für die gesamte Debatte und anschließend akteursspezifisch (Moderatoren, Kandidaten, Amtsinhaber und Herausforderer) Rangkorrelationen *auf Ebene der Themen eines einzelnen Befragten* (Individualanalysen) berechnet: konkret wird hier die individuelle Rangkorrelation der Nennun-

¹⁴⁹ Aus diesem Grunde wurde die Parteiidentifikation in den TV-Duell-Studien auch nur in Welle 1 erhoben.

¹⁵⁰ Inwieweit die Studienteilnehmer der TV-Duelle 2002 zum Zeitpunkt der Rekrutierung und der Erhebung die gleichen Angaben bzgl. ihrer soziodemographischen Merkmale sowie ihres politischen Interesses oder ihrer Parteiidentifikation machten, kann von der Autorin nicht geklärt werden. Grundlage der nachfolgenden Analysen sind daher ausschließlich die Angaben, die die Teilnehmer am Abend des jeweiligen TV-Duells im Pretest (Welle 1) machten. Auch für 2009 und 2013 wurden für die Übersicht der Stichprobe (der Quotierungsmerkmale) die Angaben aus Welle 1 genutzt, so dass mit diesem Vorgehen ein analoges Analyseverfahren mit den Debattenstudien 2002 gewährleistet ist.

gen vor der Debatte (Welle 1) mit den Themen in der Debatte – als *Maß der Responsivität* durch die Ermittlung von Rangkorrelationen debatten- und akteurspezifisch sowie unter Berücksichtigung der drei parteipolitischen Lager (1) Lager des Amtsinhabers; (2) Lager des Herausforderers und (3) Lager der Unentschiedenen/Anhänger anderer Parteien berechnet (jeweils ausgewiesen als Rangkorrelationskoeffizient Spearman's Rho r_s). Durch dieses Vorgehen kann auch das Problem umgangen werden, dass sich bei ausschließlicher Betrachtung des allerwichtigsten Problems (erste Nennung) keine Varianz ergibt (beispielsweise, wenn das wichtigste Problem bereits deckungsgleich mit dem wichtigsten Debattenthema ist). Zudem können alle weiteren Nennungen in den Analysen berücksichtigt werden. Unter der Annahme, dass auf weiteren wichtigen Problemen noch keine 100%ig festgelegten Meinungen seitens der Wähler bestehen und hier das Einflusspotential durch die Aussagen der Debattenakteure größer erscheint, werden in den Analysen alle Themennennungen der Studienteilnehmer berücksichtigt. Für die Interpretation dieser Ergebnisse gilt: je höher positiv der Rangkorrelationskoeffizient (auf einer grundsätzlichen Spannweite von $r_s = -1_{\min}$ bis $+1_{\max}$ ¹⁵¹) ausfällt, desto responsiver verhalten sich die Debatteninhalte (je nach betrachteter Ebene gesamte Debatte bzw. einzelne Debattenakteure) bezüglich der für die Zuschauer wichtigen politischen Probleme, je niedriger die Koeffizienten ausfallen, desto weniger spiegeln die in den TV-Duellen diskutierten Sachthemen die Interessen der Zuschauer wieder.

(2) Maß der Persuasion

Um ein Maß der Persuasion zu ermitteln, werden in einem zweiten Schritt zunächst Rangkorrelationen zwischen der Debattenagenda (analog zum Vorgehen für die Ermittlung des Responsivitätsmaßes jeweils debatten- und akteurspezifisch) und der Wähleragenda der Rezipienten anhand der Angaben in Welle 2 nach dem TV-Duell berechnet. Dies wird benötigt, um die individuelle Veränderung der Wähleragenda zu berechnen (Schritt 3). Für jeden Befragten stellt die Differenz des Rangkorrelationskoeffizienten nach dem Duell zum Rangkorrelationskoeffizienten abzüglich des Koeffizienten vor dem Duell und der Debattenagenda ein Maß für Persuasion dar: Ist die Differenz (=Delta bzw. $\Delta r_{s\ W2} - r_{s\ W1}$) der Rangkorrelationskoeffizienten negativ, entfernt sich der jeweilige Rezipient – gemessen an seiner individuellen Themenagenda – von der Debattenagenda und konnte somit nicht durch die Debatteninhalte überzeugt werden. Ist die Differenz hingegen positiv, so gleicht der Zuschauer seine Agenda den Debatteninhalten an, was als erfolgreiche Persuasion gewertet werden kann. Somit liegt für jeden Studienteilnehmer ein individueller Wert an Persuasion vor, den Aggregatdatenanalysen nicht liefern können. Mittels dieser Werte ist es daher möglich, auf Individualebene Effekte zu möglichen Veränderungen von politischen Einstellungen der TV-Duell-Rezipienten zu untersuchen.

¹⁵¹ Die Interpretation der Stärke des Zusammenhangs variiert bezüglich der Abstufungen, je nachdem, welche Autoren zurate gezogen werden. Brosius (2011: 523) schlägt folgende Abstufungen vor: 0=keine Korrelation, [0,01;0,2]=sehr schwache Korrelation; [0,2;0,4]=schwache Korrelation; [0,4;0,6]=mittlere Korrelation; [0,6;0,8]=starke Korrelation; [0,8;0,99]=sehr starke Korrelation, 1=perfekte Korrelation. Kühnel und Krebs (2006: 404-405) schlagen hingegen folgende Faustregeln vor: [0;0,05]=zu vernachlässigende Korrelation; [0,05;0,2]=geringe Korrelation; [0,2;0,5]=mittlere Korrelation; [0,5;0,7]=hohe Korrelation; [0,7;1]=sehr hohe Korrelation. Die vorliegende Untersuchung kombiniert daher die vorgeschlagenen Intervalle zu folgender Einteilung: 0=kein Zusammenhang; [0,01;0,33]=schwacher Zusammenhang; [0,34;0,66]=mittlerer Zusammenhang; [0,67;1]=starker Zusammenhang – vgl. dazu auch Abbildung 13.

(3) Veränderung politischer Einstellungen

Um zu analysieren, welchen Einfluss responsives bzw. persuasives Verhalten der Debattenakteure auf die politischen Einstellungen der Zuschauer hat, wird in einem nächsten Schritt zunächst überprüft, ob sich die Einstellungen der Rezipienten nach den TV-Duellen – im Vergleich zu den Angaben, die diese vor den Debatten gemacht haben – verändert haben. Dazu werden für die Einschätzungen der External Efficacy die Angaben der ersten Welle mit den Angaben der zweiten Welle verglichen, indem die Mittelwerte des Efficacy-Indexes bzw. der Skalenwert der Wahlbeteiligungsabsicht aus der ersten Welle von dem Mittel- bzw. Skalenwert der zweiten Welle abgezogen werden. Eine positive Differenz (Delta) spricht für eine (debattenbedingte) Zunahme der Efficacy-Einschätzung. Die Ergebnisse dieser Analysen entscheiden anschließend über das weitere Analyseraster: liegt keine Veränderung vor, so erfolgen keine weiteren responsivitäts- bzw. persuasionsbedingte Analysen. Lassen sich hingegen Veränderungen in den Einstellungen der Befragten nachzeichnen, wird anschließend analysiert, welchen Einfluss responsivitäts- bzw. persuasionsbedingte Debatteninhalte bzw. Akteursverhalten auf diese Veränderungen haben.

(4) Erklärungsmodelle für debattenbedingte Veränderungen politischer Einstellungen

Für die Analyse der in den Hypothesen H10 bis H12a angenommenen responsivitäts- und persuasionsbedingten Veränderungen politischer Einstellungen nach den TV-Debatten werden für jedes Item abschließend lineare Regressionsmodelle geschätzt. Die Analysen erfolgen getrennt voneinander: zunächst werden *Modelle für die angenommenen Effekte responsiven Verhaltens* geschätzt. Dazu wird in den einzelnen Modellen jeweils die Differenz der Efficacy-Einschätzung (im Mittelwertindex) als abhängige Variable verwendet; als unabhängige Variablen werden die mittleren Rangkorrelationen der Studienteilnehmer mit dem Amtsinhaber bzw. mit dem Herausforderer verwendet (=Maß der Responsivität). Als zusätzliche Kontrollvariablen werden die soziodemographischen Merkmale der Rezipienten berücksichtigt. Anschließend werden die Modelle für die angenommenen Effekte persuasiven Verhaltens geschätzt. Berücksichtigung finden hier analog zu den Responsivitätsmodellen die gleichen Variablen, allerdings gehen hier nicht die mittleren Rangkorrelationen der Zuschaueragenda vor den Duellen mit den Debatteninhalten als unabhängige Variablen in die Modelle ein, sondern die Differenzen der Koeffizienten von Welle 1 zu Welle 2 (=Maß der Persuasion).

Weisen die berechneten Regressionsmodelle geringe Erklärungskraft auf, werden abschließend Kontrastgruppenanalysen berechnet, mithilfe derer Responsivitätsunterschiede in der Einschätzung des External Efficacy-Zuwachses dargestellt werden. Als Grundlage dient hier ein Vergleich zwischen den Themenstrukturen der Wähler und der Kandidaten, nicht-responsives Verhalten (negative Korrelationen) wird dabei responsivem Verhalten (positive Korrelationen) sowie nicht vorhandenen Korrelationen gegenübergestellt. Die Überprüfung von Persuasionseffekten auf die Einschätzung der External Efficacy wird analog dazu durchgeführt; hier mithilfe der Gruppeneinteilung von Befragten mit negativen, keinen und positiven Persuasionseffekten.

7.2.4 Diskussion der verwendeten Methodenkombination und der Auswertungsstrategien

Vor dem Hintergrund der in Kapitel 7.1.3 angemerkten Restriktionen der verschiedenen empirischen Datenerhebungsmethoden – Beschränkung auf Textelemente bei rein inhaltsanalytischer Betrachtung, fehlende Kausalitätsaussagekraft bei Querschnittsdaten und (zu) geringe Repräsentativität bei experimentellen Designs – bietet sich der kombinierte Einsatz der verschiedenen Erhebungstechniken via sogenannter Methodentriangulation (Denzin 2009; [ursprünglich bereits 1970] sowie Fielding & Fielding 1990) an,¹⁵² um die Schwächen des einen durch den Einsatz des anderen Designs zu kompensieren und „eine Theorie einem Maximum an empirischen Tests auszusetzen und dabei verfahrensspezifische Fehlerquellen zu minimieren“ (Schnell et al. 2008: 245). So können beispielsweise die fehlenden Kausalitäten der Querschnittsstudien durch den Einsatz von experimentellen Designs dazu genutzt werden, in der Theorie angenommene und in Korrelationsanalysen nachgewiesene Zusammenhänge durch Überprüfung anhand entsprechender Treatments zu verifizieren oder falsifizieren und gleichzeitig die Kritik an der fehlenden Repräsentativität experimenteller Designs zu minimieren. Unter Hinzunahme inhaltsanalytischer Verfahren können zudem – neben der Analyse theoretisch angenommener und deskriptiv ermittelter Strukturen im Untersuchungsgegenstand – Einstellungsveränderungen, die durch das eingesetzte Treatment möglicherweise bewirkt wurden, zweifelsfrei auf den Untersuchungsgegenstand zurückgeführt werden.

Hinzu kommen weitere Spezifikationen, denen vor allem Agenda-Setting-Studien unterliegen. Für inhaltsanalytische Betrachtungen entstehen methodische Probleme lediglich dann, wenn die dadurch gewonnenen Daten nicht mit anderen Daten zu einem anderen Zeitpunkt kombiniert werden. Werden nur inhaltsanalytische Daten zu einem Zeitpunkt betrachtet, lassen sich ausschließlich Agendadeskriptionen erstellen. Nur durch die Kombination mit anderen Daten (Befragungen oder Inhaltsanalysen) lassen sich Agenda-Setting-Kausalitäten bestimmen. Daher müssen für Aussagen über Effekte der einen Agenda auf eine andere Agenda grundsätzlich zwei verschiedene Datenquellen herangezogen werden, die von zwei verschiedenen Zeitpunkten stammen. In der klassischen Agenda-Setting-Forschung (z.B. McCombs & Shaw 1972) basieren die Ergebnisse nicht auf Paneluntersuchungen, sondern einer einzigen Querschnittsmessung der Themenagenda bei den Befragten sowie deren Verbindung mit einer vorgelagerten Untersuchung der Themen in der Medienberichterstattung. Aussagen über die berichteten Kausalzusammenhänge schlagen somit fehl, weil einzig die temporäre Struktur (Medienberichterstattung vor Querschnittsbefragung) in die Analysemodelle eingeht. Darüber hinaus werden die Themenagenden als Aggregat eines „homogenen Publikums“ (Rössler 1997: 96) betrachtet, in der die Aufsummierung der Themennennungen die Position eines Themas auf der Agenda vorgibt. Da Agenda-Setting-Prozesse individuell verlaufen, kann die Analysestrategie nicht auf einer Makroebene, dem Aggregat, vollzogen werden. Bei ausschließlich experimentell angelegten Erhebungsdesigns ist der Forscher mit der Problematik fehlender Repräsentativität konfrontiert,

¹⁵² Methodentriangulation soll hier als sich jeweils ergänzende Verwendung der verschiedenen – *quantitativen* – Methoden verstanden werden, nicht als sich gegenseitig ausschließende Methoden, die zu unterschiedlichen Forschungsergebnissen führen können und aus einer Kombination quantitativer und qualitativer Erhebungsmethoden bestehen, vgl. zu Letzterem auch mixed-methods-Designs bei Kelle (2008; 2014).

die sich auf zwei Ebenen äußert. Über die zu geringe Gruppengröße einerseits hinaus sind beobachtete Effekte des Treatments abhängig von der Durchführung des Experiments.¹⁵³ So kann die experimentalsituation Scheineffekte hervorrufen, die unter Normalbedingungen nicht entstehen würden.

Für die folgende Untersuchung werden daher im ersten Schritt die Agendadeskriptionen aus den den inhaltsanalytischen Momentaufnahmen der TV-Duelle generiert. Im zweiten Schritt werden dann Agenda-Setting-Effekte der sachpolitischen Präferenzen der Bevölkerung auf das Themenmanagement der Debattenakteure untersucht. Hierfür werden die inhaltsanalytischen Daten mit den aggregierten Bevölkerungsagenden aus den zeitlich vorgelagerten Querschnittsdaten in Beziehung gesetzt. Es kann davon ausgegangen werden, dass die beteiligten Debattenakteure Kenntnisse über die Bevölkerungsgagenda haben und aktiv nutzen, um ihr Themenmanagement strategisch zu planen und in den Debatten umzusetzen (vgl. Marcinkowski 1998: 20; Radunski 1980; Rhomberg 2009: 225; Sarcinelli & Schatz 2002: 25; Brettschneider 1995: 203-204; Fuchs & Pfetsch 1996; Manza & Cook 2002: 22), es wird in diesem spezifischen Fall somit eine Kausalität der Effekte angenommen. Durch die Verbindung von Datenquellen verschiedener Zeitpunkte werden die kausalanalytischen Voraussetzungen für die postulierten Agenda-Setting-Effekte der Bevölkerung auf die Debattenakteure erfüllt.

Die Einschränkung der Analyse kausaler individueller Effekte in der Bevölkerung durch aggregierte Makrodaten verhindert allerdings eine Betrachtung der aggregierten Bevölkerungsgagenda nach den TV-Duellen. Hier wäre im Gegensatz zu den Effekten der Bevölkerungsgagenda auf das Themenmanagement der Debattenakteure ein ökologischer Fehlschluss möglich (Rössler 1997: 96). Die Effekte der TV-Duelle auf die Bevölkerungsgagenda müssen daher anhand von Experimentaldaten mit Messzeitpunkten vor und nach dem jeweiligen TV-Duell überprüft werden. Diese Anlage entspricht der Forderung nach Panelanalysen (Maurer & Reinemann 2003: 222), die über Einzelfallstudien hinausgehen (Bachl, Brettschneider & Ottler 2013a; Faas et al. 2017b; Maurer et al. 2007; Maurer & Reinemann 2003), um die individuellen Veränderungen kausalanalytisch zu überprüfen.

Über die zu geringe Gruppengröße einerseits hinaus sind beobachtete Effekte des Treatments abhängig von der Durchführung des Experiments. Die Einschränkungen des experimentellen Untersuchungsdesigns bleiben hier bestehen. Dennoch kann aufgrund der Quotierung der Teilnehmer nach Bevölkerungsmerkmalen (vgl. Tabelle 11) davon ausgegangen werden, dass die gemessenen Effekte als Annäherung an die Effekte auf die Zuschauer generell interpretiert werden können (vgl. zur analogen Argumentation Bachl, Brettschneider & Ottler 2013b: 18). Die Zusammenfassung der verschiedenen Experimentalstudien hat des Weiteren den Vorteil, dass somit für den Fall geringer Fallzahlen in den Einzelstudien zu den TV-Duellen 2002 das Risiko umgangen werden kann, dass bereits wenige statistische Ausreißer die in den Einzelstudien gefundenen Effekte überlagern können (vgl. dazu auch Maurer & Reinemann 2007: 128). Die Ergebnisse werden zudem gegen die Problematik der laborbedingten Verzerrung durch Be-

¹⁵³ Spezifisch auf die Agenda-Setting-Forschung bezogen kann sich dies insoweit äußern, als dass sich mögliche Effekte erst durch dauerhafte Konfrontation mit bestimmten Themen (wiederkehrendes Auftreten in der Berichterstattung, permanente Auseinandersetzung mit Anderen) einstellen können.

rücksichtigung von Kontrollgruppen, die dem Treatment nicht ausgesetzt werden, abgesichert. Dies ist für die Daten, die im Zuge der TV-Duelle 2009 und 2013 erhoben wurden, möglich.

8. Wähler- und TV-Debattenagenda im Vergleich: Zur Responsivität von TV-Duellen

„When the public's policy preferences are matched by the preferences of elites, the public as a collective is well represented by elites as a collective.”
Dalton (2014: 236)

„Das TV-Duell – Höhepunkt des Fernsehwahlkampfes“ – nicht minder anspruchsvoll wurde das einzige Kanzlerduell anlässlich der Wahl des 19. Bundestags durch die beteiligten TV-Sender ARD, ZDF, RTL und SAT.1 in einer gemeinsamen Presseerklärung im April 2017 angekündigt.¹⁵⁴ Abwechselnd würden die vier Moderatorinnen und Moderatoren den Kanzlerkandidaten Fragen zu „den wichtigsten Themenbereichen“ stellen, so lautete – nach einigen Querelen, die sich zur dramaturgischen Ausgestaltung der Debatte von Seiten der Union ergaben – der nicht weniger ambitionierte Anspruch der ARD im Programmhinweis am Tag des Duells.¹⁵⁵ Nur wenige Stunden später konnte sich der Zuschauer ob dieser Ankündigung leicht verhöhnt fühlen. Die wichtigsten Themen, das waren laut Analyse des Spiegels¹⁵⁶ am Folgetag scheinbar lediglich die Themen Migration und Geflüchtete, Abschiebungen, Innere Sicherheit und der Islam. Soziale Themen hätten stattdessen das Nachsehen gehabt und das, obwohl laut Civey-Umfrage soziale Gerechtigkeit für 37 Prozent der Wähler das wichtigste Thema gewesen sei.¹⁵⁷ Was der Beitrag jedoch unterschlägt: das Thema „Zuwanderung“ war in der gleichen Umfrage für ebenfalls 37,1 Prozent der Wähler das wichtigste Thema. Diese Zusatzinformation kann den überwiegenden Anteil dieses Themenbereichs zwar nicht rechtfertigen – gemäß dem Anspruch der Diskussion der wichtigsten Themen hätte – nach den Ergebnissen der zitierten Umfrage – das Thema soziale Gerechtigkeit einen mindestens ebenso großen Anteil im TV-Duell einnehmen müssen. Die Art und Weise, wie die Analyse des ‚Spiegels‘ geframed wird, liefert jedoch ein weiteres Argument dafür, sich intensiver und strukturiert mit einem Vergleich der Wählerinteressen mit den in TV-Duellen diskutierten Themen zu befassen, der sich zudem nicht auf den Einzelfall beschränkt.

¹⁵⁴ Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6694/3619952> (letzter Zugriff: 28.02.2018) abgerufen werden.

¹⁵⁵ Diese Meldung kann unter <http://www.daserste.de/information/politik-weltgeschehen/bundestagswahl-2017/sendung/tv-duell-110.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018) abgerufen werden.

¹⁵⁶ Die Meldung „Daten-Auswertung zum TV-Duell: 31 Prozent Abschiebung, 9 Prozent Diesel – 0 Prozent Bildung“ kann unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/tv-duell-angela-merkel-vs-martin-schulz-keine-zeit-fuer-bildung-und-klima-a-1166078.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018) abgerufen werden.

¹⁵⁷ Zu den Ergebnissen der Umfrage siehe <https://www.wahl.de/themen/btw17/page/32/> (letzter Zugriff: 28.02.2018). An der Umfrage nahmen rund 55.000 Menschen teil, der Befragungszeitraum endete knapp zwei Monate vor dem TV-Duell am 7. Juli 2017. Weitere Informationen über das Marktforschungsinstitut Civey sind über folgende URL verfügbar: <https://civey.com/ueber-uns/> (letzter Zugriff: 28.02.2018).

Die nachfolgenden Analysen werden daher einen Eindruck davon vermitteln, welche inhaltlichen Schwerpunkte die TV-Duelle der letzten 20 Jahre aufweisen und welche Rolle Wählerinteressen für dieses Format spielen.

8.1 Aussagetypen im TV-Duell: Inhaltliche Struktur der Aussagen von Debattenakteuren

8.1.1 Politische versus unpolitische Aussagen im TV-Duell

Der eingangs des Kapitels zitierte Anspruch, die aus Wählersicht wichtigsten Themen zum Leitmotiv des TV-Duells zu machen, ist kein Einzelfall. Eine *Entscheidungshilfe* böten die Duelle, so oder in etwa ähnlich wurden die Zuschauer nahezu jeden TV-Duells seit 1997 in den ersten Sekunden der Sendung begrüßt.¹⁵⁸ Um diesen Anspruch empirisch haltbar gelten lassen zu können, stellt sich zunächst die Frage, welchen Anteil politische Inhalte in TV-Duellen tatsächlich einnehmen. Dazu wird angenommen, dass politische Inhalte im Vergleich zu unpolitischen Inhalten wie Persönlichkeitseigenschaften funktionaler für die Entscheidungshilfe der Zuschauer sind. Wie in Hypothese 1 unterstellt, sollten diese dementsprechend einen größeren Anteil an den TV-Debatten haben. Tabelle 13 gibt einen Überblick über die prozentualen Anteile an Aussagen mit politischen und unpolitischen Inhalten und vermittelt einen Eindruck davon, wie viele Aussagen Moderatoren und Kandidaten für die reine Strukturierung (etwa Aussagen zu Zeitkonten aufgewendet haben. Wie der Vergleich der Aussagetypen zeigt, überwiegen – wie in Hypothese 1 angenommen – über alle TV-Debatten der Jahre 1997 bis 2016 im Mittel eindeutig Aussagen mit politischen Inhalten: knapp 70 Prozent der im Rahmen von TV-Debatten erfassten Aussagen weisen eindeutig Züge politischer Inhalte auf (Pol_{min} : 54,1 Prozent, Bayern 2013; Pol_{max} : 86,5 Prozent, 1. Duell Niedersachsen 2003; vgl. Anlage 7). Erst mit großem Abstand folgen unpolitische Inhalte, die 15,9 Prozent an allen TV-Duell-Aussagen bilden. Den weitaus geringsten Anteil machen Aussagen aus, die der Strukturierung der TV-Duelle dienen, also Begrüßung und Verabschiedung der Zuschauer, Hinweise auf Zeitkonten und damit verbundene Verlautbarungen oder Nachfragen zu den Redeanteilen der Kandidaten. Weniger als 10 Prozent der Aussagen entfallen auf diesen Typus. Ein aus funktionaler Sicht erfreuliches Ergebnis ist der sehr geringe Anteil an Aussagen, die unverständlich oder wenig sinnvoll sind, etwa weil ein Sprecher seinen Satz nicht beenden konnte und der Sinngehalt der beabsichtigten Aussage für den Zuschauer nicht zu erschließen war. Lediglich 4,5 Prozent aller in den TV-Duellen getätigten Aussagen entfallen auf diese Kategorie.

¹⁵⁸ Zuletzt war dies bei dem Moderator des jüngsten TV-Duells anlässlich der Landtagswahlen in Niedersachsen am 10. Oktober 2017 Andreas Cichowicz der Fall, der die Zuschauer in seinen einleitenden Worten wie folgt begrüßte: „Wir bieten jetzt Entscheidungshilfe mit dem einzigen Fernsehduell der beiden Spitzen-Männer, zu den wichtigsten Themen.“; vgl. Maier & Jansen (2017b: 3). Dieses TV-Duell wird aufgrund nicht für alle Duelle des Jahres 2017 vorliegender Bevölkerungsumfragen von dieser Untersuchung ausgeschlossen.

Tabelle 13: TV-Duell-Agenda: Aussagen nach Inhalt

Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politische Inhalte	17.421	69,9	4.435	55,2	12.986	76,9	6.256	77,3	6.168	76,2	562	81,0
Unpolitische Inhalte	3.957	15,9	1.157	14,4	2.800	16,6	1.359	16,8	1.365	16,9	76	11,0
Strukturierung des Duells	2.420	9,7	2.080	25,9	340	2,0	155	1,9	175	2,2	10	1,4
Nicht-funktionale Aussagen	1.119	4,5	366	4,6	753	4,5	322	4,0	385	4,8	46	6,6
Gesamt (nur funktionale Aussagen)	23.789	95,5	7.672	95,4	16.126	95,5	7.770	95,1	7.708	95,2	648	93,4
			$X^2=3578,926$, $df=2$; Cramers $V=,388$ ($p<.001$)				$X^2=18,208$, $df=4$; Cramers $V=,024$ ($p<.01$)					
Gesamtagenda	24.917	100	8.083	100	16.879	100	8.092	100	8.093	100	694	100

Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politische Inhalte	1.949	68,6	439	50,9	1.510	76,3	721	75,0	789	77,6
Unpolitische Inhalte	487	17,1	147	17,1	340	17,2	165	17,2	175	17,2
Strukturierung des Duells	230	8,1	180	20,9	50	2,5	27	2,8	23	2,3
Nicht-funktionale Aussagen	1.119	6,1	96	11,1	78	3,9	48	5,0	30	2,9
Gesamt (nur funktionale Aussagen)	2.666	93,9	766	88,9	1.900	96,1	913	95,0	987	97,1
			$X^2=312,718$, $df=2$; Cramers $V=,342$ ($p<.001$)				$X^2=,795$, $df=2$; Cramers $V=,393$ (n.s.)			
Gesamtagenda	2.840	100	862	100	1.978	100	100	100	1.017	100

Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politische Inhalte	15.472	70,1	3.996	55,7	11.476	77,0	5.535	77,6	5.379	76	562	81,0
Unpolitische Inhalte	3.470	15,7	1.010	14,1	2.460	16,5	1.194	16,7	1.190	16,8	76	11,0
Strukturierung des Duells	2.190	9,9	1.900	26,5	290	1,9	128	1,8	152	2,1	10	1,4
Nicht-funktionale Aussagen	945	4,3	270	3,8	675	4,5	274	3,8	355	5,0	46	6,6
Gesamt (nur funktionale Aussagen)	21.132	95,7	6.906	96,2	14.226	95,5	6.857	96,2	6.721	95	648	93,4
			$X^2=15,462$, $df=2$; Cramers $V=,089$ ($p<.001$)				$X^2=19,025$, $df=4$; Cramers $V=,026$ ($p<.01$)					
Gesamtagenda	22.077	100	7.176	100	14.901	100	7.131	100	7.056	100	694	100

Anmerkung: Ausgewiesen sind absolute Häufigkeiten und prozentuale Anteile der einzelnen Aussagedimensionen; Angaben zu Anteilen an Gesamtaussagen beziehen sich auf funktionale Aussagen; Angaben zur Gesamtagenda schließen nicht interpretierbare (=nicht-funktionale Aussagen) mit ein.

Tabelle 14: TV-Duell-Agenda: Politische Aussagen nach Politikdimension

Dimension der Aussagen mit politischem Inhalt: Gesamtdebatten	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politics-Aussagen	3.716	21,3	1.313	29,6	2.403	18,5	1.177	18,8	1.143	18,5	83	14,8
Polity-Aussagen	1.470	8,4	256	5,8	1.214	9,3	491	7,8	652	10,6	71	12,6
Policy-Aussagen	12.235	70,2	2.866	64,6	9.369	72,1	4.588	73,3	4.373	70,9	408	72,6
Gesamt	17.421	100	4.435	100	12.986	100	6.256	100	6.168	100	562	100
			$X^2=267,749$, $df=2$; Cramers $V=,124$ ($p<.001$)				$X^2=38,543$, $df=4$; Cramers $V=,039$ ($p<.001$)					
Policy-Anteile an Gesamtaussagen		49,1		35,7		55,5		56,7		54,0		58,8

Dimension der Aussagen mit politischem Inhalt: Bundesebene	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politics-Aussagen	416	21,3	123	28,0	293	19,4	151	20,9	142	18
Polity-Aussagen	67	3,4	16	3,6	51	3,4	18	2,5	33	4,2
Policy-Aussagen	1.466	75,2	300	68,3	1.166	77,2	552	76,6	614	77,8
Gesamt	1.949	100	439	100	1.510	100	721	100	789	100
			$X^2=15,462$, $df=2$; Cramers $V=,089$ ($p<.001$)				$X^2=4,933$, $df=2$; Cramers $V=,057$ ($p<.1$)			
Policy-Anteile an Gesamtaussagen		51,6		34,8		58,9		57,4		60,4

Dimension der Aussagen mit politischem Inhalt: Landesebene	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Politics-Aussagen	3.300	21,3	1.190	29,8	2.110	18,4	1.026	18,5	1.001	18,6	83	14,8
Polity-Aussagen	1.403	9,1	240	6,0	1.163	10,1	473	8,5	619	11,5	71	12,6
Policy-Aussagen	10.769	69,6	2.566	64,2	8.203	71,5	4.036	72,9	3.759	69,9	408	72,6
Gesamt	15.472	100	3.996	100	11.476	100	5.535	100	5.379	100	562	100
			$X^2=285,575$, $df=2$; Cramers $V=,129$ ($p<.001$)				$X^2=35,093$, $df=4$; Cramers $V=,039$ ($p<.001$)					
Policy-Anteile an Gesamtaussagen		48,8		35,8		55,5		56,6		53,1		58,8

Anmerkung: Ausgewiesen sind absolute Häufigkeiten und prozentuale Anteile der einzelnen Aussagedimensionen politischer Inhalte; Angaben zu Anteilen an Gesamtaussagen beziehen sich auf funktionale Aussagen.

Das Ergebnis überwiegend politisch gefärbter Debattenstatements bestätigt sich mit Blick auf die verschiedenen Debattenakteure. Sowohl bei den Moderatoren, als auch bei den Kandidaten der TV-Duelle überwiegen Aussagen politischen Inhalts mit 55,2 bzw. 76,9 Prozent (Pol-Mod_{min}: 13,3 Prozent; Rheinland-Pfalz 2011; Pol-Mod_{max}: 82,2 Prozent; Schleswig-Holstein 2005; Pol-Kand_{min}: 59,6 Prozent; Brandenburg 2014; Pol-Kand_{max}: 91,7 Prozent; Mecklenburg-Vorpommern 2002) solche Statements, die sich beispielsweise auf den Charakter oder die Führungskraft der Kandidaten beziehen. Hier ist der Anteil annähernd vergleichbar groß: während er bei Moderatoren 14,4 Prozent beträgt, liegt er für die Kandidaten bei 16,6 Prozent. Der Anteil an Aussagen mit politischem Inhalt ist damit – wie in Hypothese 2 angenommen – bei Kandidaten größer als bei Moderatoren. Der große Abstand zwischen den Anteilen politischer Moderatorenaussagen und politischer Kandidatenaussagen erklärt sich vielmehr mit Blick auf die Anteile an Statements, die sich der Strukturierung der TV-Duelle widmen. Da es zu den natürlichen Aufgaben der Moderatoren als Gesprächsleiter der Diskussionen zählt, die Zuschauer zu begrüßen und zu verabschieden, aber vielmehr auch für einen ausgewogenen Redeanteil der beteiligten Kandidaten zu sorgen, ist der mit mehr als 20 Prozent höhere Anteil an Aussagen zur Gesprächsstrukturierung bei Moderatoren im Vergleich zu insgesamt nur 2 Prozent bei den Kandidaten ein den Rollen entsprechend angemessenes Ergebnis. Zwischen den Unterschieden der Moderatoren und Kandidaten besteht auch statistisch ein Zusammenhang ($V=0,388$; $p<.001$).

Auch im direkten Vergleich der Positionen, aus denen die Spitzenkandidaten in den TV-Debatten antreten, überwiegen politische Inhalte die anderen Aussagetypen: alle Kandidaten beziehen mindestens drei Viertel ihrer Aussagen auf Themen, die sich den Dimensionen politische Strukturen, politische Prozesse oder politische Sachfragen widmen. Die meisten Aussagen politischen Inhalts brachten Kandidaten an, die als zweiter Herausforderer gegen zwei Gegenkandidaten antraten (81,0 Prozent; Pol-H2_{min}: 50,0 Prozent, Sachsen 2004; Pol-H2_{max}: 90,1 Prozent, Brandenburg 2004).¹⁵⁹ Im direkten Vergleich der Amtsinhaber und der Herausforderer zeigen sich nahezu gleiche Werte: während Amtsinhaber 77,3 Prozent ihrer Aussagen politischen Inhalten widmet (Pol-A_{min}: 62,2 Prozent, 2. Duell in Hamburg 2011; Pol-A_{max}: 91,8 Prozent), sind es bei Herausforderern 76,2 Prozent (Pol-H_{min}: 54,8 Prozent, 1. Duell in Berlin 2011; Pol-H_{min}: 94,1 Prozent, 1. Duell in Niedersachsen 2003). Für unpolitische Inhalte verwenden Amtsinhaber und Herausforderer nahezu gleich viele Aussagen (16,8 Prozent bzw. 16,9 Prozent; Herausforderer 2: 11,0 Prozent), gefolgt von einem vergleichbar geringen Anteil an Aussagen, die der jeweiligen Redezeit oder der Begrüßung von Moderatoren und Zuschauern gelten. Damit setzen die Kandidaten unabhängig von ihrer Position als Amtsinhaber oder Herausforderer einen klaren Schwerpunkt auf politische Aussagen.

Inwieweit sich diese Statements auf politische Sachfragen beziehen und somit einen klaren Vergleich zu den Interessen der Wähler ermöglichen, darüber gibt Tabelle 14 Auskunft. Bei Betrachtung ausschließlich politischer Statements zeigt sich, dass sich der überwiegende Anteil mit 70,2 Prozent auf konkrete Issues bezieht (Policy_{min}: 42,3 Prozent, 2. Duell in Hamburg 2011; Policy_{max}: 92,2 Prozent, Mecklenburg-Vorpommern 2006; vgl. Anlage 8). Ungefähr jede fünfte Aussage thematisiert politische Prozesse, Skandale, Konflikte innerhalb oder zwischen Parteien oder den Wahlkampf (21,3 Prozent aller politischen Aussagen). Die strukturelle Dimension von Politik, in deren Rahmen oder nach deren Vorgaben politische Entscheidungen hergestellt werden, sind

¹⁵⁹ Allerdings traten – wie Tabelle 9 zeigt – in nur sieben von 50 TV-Duellen drei Kandidaten an, so dass hier die Gefahr besteht, dass weniger Werte zu diesem höheren Gesamtanteil gemittelt werden.

hingegen von geringer Bedeutung in TV-Duellen. In nur 6,2 Prozent aller funktionalen Aussagen im TV-Duell (bzw. 8,4 Prozent aller politischen Aussagen) befassen sich die Debattenakteure mit den institutionellen Rahmenbedingungen von Politik. Im Akteursvergleich bestätigen sich diese Befunde. Auch bei einzelner Betrachtung stellen Moderatoren die meisten Fragen zu Maßnahmen, Entscheidungen oder inhaltlichen Programmen von politischen Akteuren (64,6 Prozent; Policy-Mod_{min}: 24,3 Prozent, Mecklenburg-Vorpommern 2006; Policy-Mod_{max}: 92,5 Prozent, 2. TV-Duell in Berlin 2011) und auch die Kandidaten selbst sprechen sehr viel mehr über konkrete Politikfelder und geplante oder geleistete Maßnahmen bezüglich bestimmter Issues (72,1 Prozent; Policy-Kand_{min}: 42,7 Prozent, Schleswig-Holstein 2000; Policy-Kand_{max}: 93,4 Prozent, Hessen 2008). Während dies jedoch – unter Berücksichtigung aller funktionalen Aussagen im TV-Duell – bei den Kandidaten mehr als die Hälfte aller Statements darstellt, liegt der Policy-Anteil von Moderatoren nur bei rund einem Drittel der Aussagen. Diese Kennzahlen bleiben auch im direkten Kandidatenvergleich bestehen. Hier schwankt der Anteil an Policy-Aussagen zwischen 73,3 Prozent bei Amtsinhabern (Policy-A_{min}: 44,1 Prozent, Schleswig-Holstein 2000; Policy-A_{max}: 92,0 Prozent, Hessen 2008) und 79,9 Prozent bzw. 81,0 Prozent bei Herausforderern (Policy-H_{min}: 41,4 Prozent, Schleswig-Holstein 2000; Policy-H_{max}: 94,7 Prozent, Hessen 2008; Policy-H2_{min}: 50,0 Prozent, Sachsen 2004; Policy-H2_{max}: 90,1 Prozent, Brandenburg 2004), was bezogen auf alle funktionalen Aussagen der Kandidaten einer Spannweite von 54,0 Prozent bis 58,8 Prozent bei den Herausforderern und 56,7 Prozent für Amtsinhaber entspricht. Unabhängig von der Position nehmen Aussagen über politische Sachfragen somit bei Kandidaten einen größeren Stellenwert ein als bei Moderatoren.

8.1.2 Konkrete versus vage Aussagen im TV-Duell

Während die Tatsache, dass der überwiegende Anteil aller Debattenakteure politische Inhalte fokussiert und der vorrangige Bezug zu konkreten politischen Sachfragen ein aus demokratietheoretischer Sicht erfreuliches Ergebnis ist, lässt sich mit dieser Feststellung noch keine Aussage darüber treffen, wie konkret sich speziell politische Spitzenkandidaten in diesen Aussagen ausdrücken und so dem Wähler möglicherweise die Chance bieten, tatsächlich spezifische Informationen zu einzelnen Politikfeldern zu erhalten. Tabelle 15 vermittelt einen Eindruck davon, wie präzise sich Kandidaten im Rahmen ihrer policybezogenen Statements ausdrücken. Über alle Debatten hinweg drücken sich die Kandidaten überwiegend unpräzise aus (74 Prozent), wenn sie über politische Sachfragen sprechen, nur 15 Prozent dieser Aussagen werden so konkret formuliert, dass sich Zuschauer eine Vorstellung von angekündigten politischen Plänen oder Stellungnahmen zu in der Vergangenheit getätigten Maßnahmen machen können. Diese Anteile bleiben im Kandidatenvergleich bestehen, wenn auch der Amtsinhaber konkreter (16,9 Prozent aller Aussagen) als die beiden Herausforderer (13,5 Prozent bzw. 9,1 Prozent) argumentiert und sich die Kandidaten diesbezüglich signifikant voneinander unterscheiden ($p < .001$). Unterstellt man, dass Policy-Aussagen im Vergleich zu Statements über politische Strukturen oder Prozesse am ehesten einen Bezug zur politischen Realität herstellen können, gilt für TV-Duell-Kandidaten offenbar, dass vage formulierte, allgemeine Darstellungen eine beliebte Strategie sind: gut die Hälfte aller policybezogenen Aussagen formulieren die Kandidaten so, dass zwar eine bestimmte Richtung der Politik beschrieben wird, diese aber nicht von allen Wählern geteilt werden muss. Es wird aber nicht ausgesagt, wie dieses Ziel erreicht werden soll oder erreicht wurde. Die Aussage besitzt Interpretationsspielraum. Eine Überprüfung, ob diese Ziele erreicht wurden, ist nicht ohne weiteres machbar. Offenbar versuchen die politischen Spitzenkandidaten die Gefahr

zu umgehen, sich anhand konkret genannter Maßzahlen vergleichen zu lassen und durch diese Strategie möglicherweise als ineffizient wahrgenommen zu werden.

Tabelle 15: Präzision politischer Kandidatenaussagen in TV-Duellen

Präzision	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%
vage	Nullaussage	1.505	16,1	748	16,3	663	15,2	94	23
	Gemeinplatz	591	6,3	288	6,3	293	6,1	10	2,5
	Allgemeine Darstellung	4830	51,6	2280	49,7	2351	53,8	199	48,8
konkret	Konkrete Aussage	1405	15	777	16,9	591	13,5	37	9,1
nicht sinnvoll/nicht funktional		1038	11	495	10,8	419	9,6	68	16,6
Gesamt		9.369	100	4.588	100	4.373	100	408	100

$\chi^2=61,202$; $df=6$; $p<.001$; Cramers $V = ,061$

Auswertung für alle Kandidatenaussagen der TV-Debatten zwischen 1997 und 2016 mit politischem Inhalt. Quelle: eigene Auswertung.

8.1.3 Zwischenfazit zum demokratiethoretischen Potential von TV-Debatten

Wie sich zeigt, stellen TV-Duelle ein inhaltlich hochpolitisch gefärbtes Wahlkampfformat dar, da sich der überwiegende Anteil an Debattenaussagen auf politische Inhalte bezieht. Dies trifft in der Gesamtschau wie auch bei ebenenspezifischer Betrachtung zu. Während jedoch Moderatoren rund die Hälfte der Aussagen politischen Inhalten widmen, ist dies bei Kandidaten in mindestens drei Viertel aller Aussagen der Fall – und das unabhängig von der jeweiligen Ausgangsposition als Amtsinhaber oder Herausforderer. Die Unterschiede fallen jeweils stark signifikant aus (Ausnahme: Amtsinhaber und Herausforderer auf der Bundesebene). Auch mit Blick auf die politischen Dimensionen, die für politische Aussagen identifiziert wurden, dokumentieren die Analysen größere Anteile für Kandidaten als für Moderatoren, die knapp 65 Prozent ihrer politischen Statements auf klare Politikfelder (Policies) beziehen, aber knapp ein Drittel auf Aspekte, die der Politics-Dimension zuzuordnen sind. Hypothese 1 und Hypothese 2 können somit bestätigt werden: der Anteil an Aussagen mit politischen Inhalten ist sowohl bei Moderatoren als auch bei Kandidaten größer als der Anteil an Aussagen, die sich unpolitischen Inhalten widmen. Durch ihre Rolle als Gesprächsleiter sowie ihrem stärkeren Fokus auf die jeweilige Wahlkampfführung oder Integrität der Kandidaten verwenden Moderatoren allerdings im Vergleich weniger Aussagen auf Aspekte, die politischen Inhalten dienen. Zudem zeigen die Analysen, dass vage formulierte Kandidatenaussagen, die sich auf fest umrissene Politikfelder beziehen, konkret formulierte Statements zu sachpolitischen Fragestellungen bei Weitem überwiegen. Über die rein sprachliche Präzision scheinen Zuschauer im Rahmen von TV-Duellen demnach nicht viel über die politischen Pläne der politischen Spitzenkandidaten zu erfahren. Wie gestalten sich die politischen Aussagen der Debatten daher inhaltlich? Welche Themen bestimmen die Wähleragenda? Welche Themen werden am häufigsten in TV-Duellen diskutiert und vor allem: reflektieren sie die Interessen der Wähler?

8.2 „Do they reflect the public interest?“ – Wähleragenda und Debattenagenda im Vergleich

8.2.1 Überblick über Wählerinteressen und TV-Duell-Inhalte

Bei Betrachtung der Wähleragenda im Zeitraum 1997 bis 2016 wird deutlich, dass besonders ein Thema die Wähleragenda eindeutig dominiert (vgl. Tabelle 16): für jeden zweiten Wähler, der auf die Frage nach den zum Befragungszeitpunkt wichtigsten politischen Problemen ein konkretes Politikfeld angibt, haben Sorgen um den Arbeitsplatz, die Lohnpolitik und Hartz IV oberste Priorität. Erst mit großem Abstand folgen zu Anteilen von jeweils rund 10 Prozent die Sozial- und Bildungspolitik. Auf Debattenebene nimmt die Arbeitsmarktpolitik zu 30 von insgesamt 50 Befragungszeitpunkten den ersten Rang ein (vgl. Anlage 10). Weitere Themen, die die Wähleragenda der anderen TV-Duelle bestimmen, sind die Sozialpolitik (im Vorfeld von sechs Debatten, davon vier in 2016), die Bildungspolitik und Infrastrukturprobleme (im Vorfeld von je fünf Debatten, davon drei in 2008), die Innere Sicherheit (im Vorfeld von zwei Debatten) und Internationale Beziehungen sowie Finanzpolitik (im Vorfeld von je einer Debatte). Dies ist vor dem Hintergrund, dass das Gros der Debatten im Untersuchungszeitraum auf Landesebene durchgeführt wurde und die Arbeitsmarktpolitik vielmehr in den Zuständigkeitsbereich der Bundespolitik fällt, ein bemerkenswertes Ergebnis. Nimmt man politische Zuständigkeiten näher in den Blick, ist hingegen das insgesamt beherrschende Debattenthema weniger überraschend: mit Ausnahme des zweiten Herausforderers bestimmt die Bildungspolitik die Agenda aller Debattenakteure. Allerdings ist der Anteil, den das wichtigste Debattenthema einnimmt, um rund zwei Drittel geringer als der Anteil des wichtigsten Wählerthemas. Die Arbeitsmarktpolitik wird – gemessen an den Anteilen und mit Ausnahme des zweiten Herausforderers – nur als fünftwichtigstes Thema debattiert. Allerdings ist die Verteilung der fünf wichtigsten Themen, die anteilig etwa gleich stark debattiert werden, auch als positives Signal zu werten, das darauf hindeutet, eine möglichst breite Themenpalette abzudecken und zwar von allen beteiligten Debattenakteuren. Mit Blick auf die Moderatoren- und Kandidatenagenda lässt sich annehmen, dass sich die Akteure stark aufeinander beziehen, da sich die Agenden thematisch stark entsprechen. Unterschiede zeigen sich lediglich in der Rangfolge der Themen Finanzpolitik und Infrastruktur sowie hinsichtlich der Themen Kultur- und Freizeitpolitik, Internationale Beziehungen und Fragen zu Zustand und Konsequenzen der Wiedervereinigung, allerdings relativieren sich diese Unterschiede mit Blick auf die Anteile, die diese Themen akteursspezifisch einnehmen, da sich die Themen nur bezüglich der Nachkommastellen unterscheiden. Ähnlich deckungsgleich fallen Agenden bei kandidatenpezifischer Betrachtung aus: Amtsinhaber und Herausforderer unterscheiden sich lediglich in den Anteilen von finanzpolitischen Themen und Aspekten zur Infrastruktur – auch hier ist demnach ein starker gegenseitiger Bezug anzunehmen. Lediglich der zweite Herausforderer weicht stark von den Themen seiner Kontrahenten ab, allerdings nimmt auch bei ihm das wichtigste Wählerthema, die Arbeitsmarktpolitik, nur den zweiten Rang ein. Häufiger spricht der Herausforderer über wirtschaftspolitische Fragen; ein Thema, das bei den Wählern nur auf dem fünften Platz rangiert.¹⁶⁰

¹⁶⁰ Allerdings ändert sich auch die Themenrangfolge von Amtsinhabern und Herausforderern, wenn nur Debatten betrachtet werden, an denen ein zweiter Herausforderer teilnimmt. Zwar debattierten auch in diesen Duellen beide Kandidaten am häufigsten über die Bildungspolitik, allerdings nehmen bei Amtsinhabern – analog zum zweiten Herausforderer – arbeitsmarktpolitische Fragen ebenfalls den zweiten Rang ein, beim ersten Herausforderer hingegen den dritten, der geringfügig häufiger wirtschaftspolitische Themen diskutiert. Zur Erinnerung: der zweite Herausforderer wird in diesem Kontext grundsätzlich von der PDS bzw. der Linkspartei gestellt, der erste Herausforderer entweder von CDU oder SPD.

Tabelle 16: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda im Vergleich

Wähleragenda		Debatten- agenda		Moderatoren- agenda		Kandidaten- agenda		Amtsinhaber- agenda		Herausforderer- agenda		2. Herausforderer- agenda			
Rang	Anteil Nennungen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		
1	Arbeitsmarktpolitik	52,8	Bildungspolitik	17,9	Bildungspolitik	16,5	Bildungspolitik	18,4	Bildungspolitik	18,8	Bildungspolitik	18,2	Wirtschaftspolitik	19,4	
2	Sozialpolitik	10,5	Infrastrukturpolitik	15,9	Finanzpolitik	15,9	Infrastrukturpolitik	16,0	Infrastrukturpolitik	16,5	Finanzpolitik	16,4	Arbeitsmarktpolitik	16,9	
3	Bildung	9,9	Finanzpolitik	15,6	Infrastrukturpolitik	15,5	Finanzpolitik	15,5	Finanzpolitik	15,2	Infrastrukturpolitik	15,6	Bildungspolitik	15,0	
4	Infrastrukturpolitik	7,2	Sozialpolitik	14,2	Sozialpolitik	14,8	Sozialpolitik	14,0	Sozialpolitik	14,5	Sozialpolitik	14,2	Infrastrukturpolitik	14,2	
5	Wirtschaftspolitik	6,6	Arbeitsmarktpolitik	13,1	Arbeitsmarktpolitik	12,7	Arbeitsmarktpolitik	13,2	Arbeitsmarktpolitik	12,7	Arbeitsmarktpolitik	13,3	Finanzpolitik	9,6	
6	Finanzpolitik	5,1	Wirtschaftspolitik	9,9	Wirtschaftspolitik	8,9	Wirtschaftspolitik	10,2	Wirtschaftspolitik	9,8	Wirtschaftspolitik	9,8	Sozialpolitik	6,9	
7	Innere Sicherheit	4,3	Innere Sicherheit	6,1	Innere Sicherheit	6,9	Innere Sicherheit	5,9	Innere Sicherheit	6,0	Innere Sicherheit	5,7	Innere Sicherheit	6,6	
8	Umweltpolitik	2,4	Internationale Beziehungen	2,4	Kultur- und Freizeit	2,5	Internationale Beziehungen	2,4	Internationale Beziehungen	2,3	Internationale Beziehungen	2,6	Ostdeutschland	6,4	
9	Ostdeutschland	0,6	Ostdeutschland	1,8	Internationale Beziehungen	2,1	Ostdeutschland	1,8	Ostdeutschland	1,7	Ostdeutschland	1,4	Internationale Beziehungen	2,7	
10	Internationale Beziehungen	0,3	Kultur- und Freizeitpolitik	1,4	Ostdeutschland	1,9	Kultur- und Freizeitpolitik	1,0	Kultur- und Freizeitpolitik	,9	Kultur- und Freizeitpolitik	1,2	Kultur- und Freizeitpolitik	1,2	
11	Kultur- und Freizeitpolitik	0,1	Außenpolitik	,5	Außenpolitik	,7	Außenpolitik	,6	Außenpolitik	,6	Außenpolitik	,7	Sonstiges	,7	
12	Verteidigungspolitik	0,1	Umweltpolitik	,5	Umweltpolitik	,5	Umweltpolitik	,5	Umweltpolitik	,6	Umweltpolitik	,5	Umweltpolitik	,5	
Gesamtanteil		100,0		99,3		98,9		99,5		99,6		99,7		100,0	
% Policies von Gesamtagenda		84,4		49,1		35,7		55,5		56,7		54,4		54,4	
N Befragte bzw. Aussagen		36.771		12.235		2.866		9.369		4.588		4.373		408	
								$\chi^2=60,543$, $df=12$; $p<.001$. Cramers V = ,070						$\chi^2=131,841$, $df=24$; $p<.001$; Cramers V = ,084	

Anmerkung: Angaben der Wähleragenda: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigte Bevölkerungsumfragen (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Daten gewichtet nach in den Datensätzen integrierten Repräsentativgewichten; Angaben der Debatteninhalte: Auswertung für alle TV-Debatten der Jahre 1997-2016 (N=50) . Quelle: eigene Auswertung.

Es stellt sich nun die Frage, inwieweit sich die unterschiedlichen Top-Themen auf Wähler- und Debattenagenda durch spezifische Betrachtung der Debatten auf Bundes- und Landesebene bestätigen oder relativieren lassen. Mit Blick auf die Agenda der Debatten auf Bundesebene wird deutlich, dass die Bildungspolitik debattenspezifisch einen weitaus weniger relevanten Stellenwert einnimmt (vgl. Tabelle 17). Damit nähert sich die Debattenagenda auch insofern den Interessen der Wähler an, als dass diese der Bildungspolitik auf Bundesebene ebenfalls weniger Relevanz zuweisen. Wesentlich häufiger wird hingegen über finanz- und sozialpolitische Themen wie Familienpolitik, die Verteilungsgerechtigkeit oder Fragen der Zuwanderung gesprochen, dicht gefolgt von finanzpolitischen Fragestellungen. Die von den Wählern auch auf Bundesebene als wichtigstes Problem erachtete Arbeitsmarktpolitik (62,6 Prozent der Nennungen) erhält mehr Beachtung und wird von allen Akteuren als dritthäufigstes Thema diskutiert.

Der Eindruck einer relativ äquivalenten Agenda der einzelnen Debattenakteure bestätigt sich auch im bundesspezifischen Akteursvergleich: sowohl Moderatoren als auch Kandidaten sprechen dann, wenn es um politische Inhalte geht, zu annähernd gleichen Anteilen über diese Themen. Gleiches gilt für die kandidaten-spezifische Themenbesetzung, die mit Blick auf die Amtsinhaber- und Herausfordereragenda deutlich wird. Geringfügige Abweichungen weisen lediglich die Themenbereiche Internationale Beziehungen und Wirtschaftspolitik auf, für die Amtsinhaber ihre Redezeit vergleichsweise stärker nutzen, während Herausforderer im direkten Vergleich mehr über Fragen der inneren Sicherheit sprechen.

Auf Landesebene ändert sich das Erscheinungsbild von Wähler- und Debattenagenda ebenfalls (vgl. Tabelle 18). Zwar wird auch auf Landesebene arbeitspolitischen Fragen die größte Relevanz zugewiesen, hier rückt aber auch die Bildungspolitik in den Fokus einiger Wähler. Im Vergleich mit dem Themenspektrum der Debatten wird allerdings zusätzlich deutlich, dass die Themenpalette der TV-Duelle ausgewogener ist: während die Arbeitsmarktpolitik jeden zweiten Wähler am stärksten beschäftigt, verteilen sich – auch akteurs-spezifisch – insgesamt drei Themen auf die Hälfte aller Debattenaussagen. An der Spitze aller Akteure steht auf Landesebene die Bildungspolitik, die damit stärker die Interessen der Wähler reflektiert. Auch gilt hier, dass sich Moderatoren- und Kandidatenagenda nur unwesentlich voneinander unterscheiden und man annehmen kann, dass sich Gesprächsleiter und Spitzenkandidaten stark auf die gleichen Themen beziehen: so ist die Rangfolge der Themen, die in den Debatten diskutiert werden, nahezu identisch und unterscheidet sich lediglich mit Blick auf die Anteile der Themen Sozial- bzw. Arbeitsmarktpolitik sowie die Kultur- und Freizeitpolitik bzw. den Bereich Internationale Beziehungen.¹⁶¹ Damit unterscheiden sich sowohl die Wählerinteressen und die Debattenagenden auf den beiden politischen Ebenen sowie in der Gesamtbetrachtung, da die Rangfolge der Wähleragenda im Aggregat nicht der Themenagenda der Debatten entspricht. Allerdings wird durch eine derartige Betrachtungsweise nicht klar, inwieweit die Debatteninhalte insgesamt an die Interessen der Wählerinteressen anknüpfen, diese aufgreifen und zum Gegenstand der einzelnen TV-Duelle-Inhalte machen. Die globale Betrachtung der Themenanteile auf Wähler- und Debattenagenda wird daher im Folgenden durch die Betrachtung der tatsächlichen Anteilsdifferenzen ergänzt.

¹⁶¹ Die Unterschiede beschränken sich auf jeweils 0,2 Prozent.

Tabelle 17: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda auf Bundesebene im Vergleich

Wähleragenda Bundesebene		Debatten- agenda	Moderatoren- agenda	Kandidaten- agenda	Amts-inhaber- agenda	Herausforderer- agenda				
Rang	Anteil Nennungen	Anteil Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil Aussagen				
1	Arbeitsmarktpolitik	62,6	Finanzpolitik	24,0	Finanzpolitik	23,7	Finanzpolitik	24,1	Finanzpolitik	24,1
2	Wirtschaftspolitik	11,2	Sozialpolitik	20,2	Sozialpolitik	21,3	Sozialpolitik	19,9	Sozialpolitik	20,7
3	Sozialpolitik	8,8	Arbeitsmarktpolitik	17,7	Arbeitsmarktpolitik	16,3	Arbeitsmarktpolitik	18,0	Arbeitsmarktpolitik	17,9
4	Umweltpolitik	7,1	Wirtschaftspolitik	9,7	Wirtschaftspolitik	9,0	Wirtschaftspolitik	9,9	Wirtschaftspolitik	9,6
5	Finanzpolitik	4,5	Internationale Beziehungen	9,5	Internationale Beziehungen	8,0	Internationale Beziehungen	9,9	Internationale Beziehungen	9,6
6	Bildungspolitik	1,9	Infrastruktur	5,9	Infrastruktur	7,3	Infrastruktur	5,6	Infrastruktur	5,8
7	Innere Sicherheit	1,8	Innere Sicherheit	4,2	Innere Sicherheit	5,7	Verteidigungspolitik	3,9	Verteidigungspolitik	4,2
8	Infrastruktur	0,8	Verteidigungspolitik	4,2	Verteidigungspolitik	5,3	Innere Sicherheit	3,8	Innere Sicherheit	4,2
9	Ostdeutschland	0,8	Bildungspolitik	2,2	Umweltpolitik	2,0	Bildungspolitik	2,6	Bildungspolitik	1,8
10	Internationale Beziehungen	0,4	Umweltpolitik	1,2	Bildungspolitik	0,7	Sonstiges	1,2	Sonstiges	1,4
11	Verteidigungspolitik	0,2	Sonstiges	1,1	Sonstiges	0,7	Umweltpolitik	0,9	Umweltpolitik	0,5
12			Ostdeutschland	0,2			Ostdeutschland	0,3	Ostdeutschland	0,2
Gesamtanteil		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Policies von Gesamtagenda		89,0	51,6	34,8	58,9	56,7	54,0			
N Befragte bzw. Aussagen		7.913	1.466	300	1.166	552	614			
				$\chi^2=13,749$, $df=11$; $p>.1$. Cramers V = ,097			$\chi^2=6,016$, $df=11$; $p>.1$; Cramers V = ,072			

Anmerkung: Angaben der Wähleragenda: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen zu Bundestagswahlen (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Daten gewichtet nach in den Datensätzen integrierten Repräsentativgewichten; Angaben der Debatteninhalte: Auswertung für alle TV-Debatten auf Bundesebene 2002-2013 (N=5). Quelle: eigene Auswertung.

Tabelle 18: Gesamtagenda der Wählerschaft und Debattenagenda auf Landesebene im Vergleich

Wähleragenda Landesebene		Debattenagenda		Moderatorenagenda		Kandidatenagenda		Amtsinhaberagenda		Herausfordereragenda		2. Herausfordereragenda		
Rang	Anteil Nennungen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen		Anteil Aussagen	
1	Arbeitsmarktpolitik	50,1	Bildungspolitik	20,1	Bildungspolitik	18,4	Bildungspolitik	20,6	Bildungspolitik	21,2	Bildungspolitik	20,6	Wirtschaftspolitik	19,4
2	Bildungspolitik	12,1	Infrastruktur	17,2	Infrastruktur	16,4	Infrastruktur	17,5	Infrastruktur	18,0	Infrastruktur	17,3	Arbeitsmarktpolitik	16,9
3	Sozialpolitik	11,0	Finanzpolitik	14,5	Finanzpolitik	15,0	Finanzpolitik	14,3	Finanzpolitik	14,0	Finanzpolitik	15,2	Bildungspolitik	15,0
4	Infrastruktur	9,0	Sozialpolitik	13,4	Sozialpolitik	14,1	Arbeitsmarktpolitik	13,2	Arbeitsmarktpolitik	13,6	Arbeitsmarktpolitik	13,4	Infrastruktur	14,2
5	Finanzpolitik	5,3	Arbeitsmarktpolitik	12,4	Arbeitsmarktpolitik	12,3	Sozialpolitik	12,5	Sozialpolitik	12,0	Sozialpolitik	12,5	Finanzpolitik	9,6
6	Wirtschaftspolitik	5,3	Wirtschaftspolitik	9,9	Wirtschaftspolitik	8,9	Wirtschaftspolitik	10,3	Wirtschaftspolitik	9,9	Wirtschaftspolitik	9,7	Sozialpolitik	6,9
7	Innere Sicherheit	5,0	Innere Sicherheit	6,4	Innere Sicherheit	7,1	Innere Sicherheit	6,2	Innere Sicherheit	6,2	Innere Sicherheit	6,1	Innere Sicherheit	6,6
8	Umweltpolitik	1,1	Ostdeutschland	2,1	Ostdeutschland	2,1	Ostdeutschland	2,0	Ostdeutschland	2,0	Ostdeutschland	1,6	Ostdeutschland	6,4
9	Ostdeutschland	0,6	Kultur- und Freizeitpolitik	1,6	Kultur- und Freizeitpolitik	2,8	Internationale Beziehungen	1,4	Internationale Beziehungen	1,3	Kultur- und Freizeitpolitik	1,4	Internationale Beziehungen	2,7
10	Internationale Beziehungen	0,3	Internationale Beziehungen	1,4	Internationale Beziehungen	1,4	Kultur- und Freizeitpolitik	1,2	Kultur- und Freizeitpolitik	1,0	Internationale Beziehungen	1,4	Kultur- und Freizeitpolitik	1,2
11	Kultur- und Freizeitpolitik	0,1	Umweltpolitik	0,5	Umweltpolitik	0,4	Umweltpolitik	0,5	Umweltpolitik	0,6	Umweltpolitik	0,4	Sonstiges	0,7
12	Verteidigungspolitik	0,1	Sonstiges	0,4	Sonstiges	0,9	Sonstiges	0,3	Sonstiges	0,2	Verteidigungspolitik	0,2	Umweltpolitik	0,5
13									Verteidigungspolitik	0,1				
Gesamtanteil		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0		100,0
% Policies von Gesamtagenda		83,2		48,8		35,8		55,0		53,1		56,6		58,8
N Befragte bzw. Aussagen		28.858		10.769		2.566		8.203		4.036		3.759		
								$\chi^2=67,157$, $df=12$; $p<.001$. Cramers V = ,079						
								$\chi^2=129,917$, $df=24$; $p<.001$; Cramers V = ,089						

Anmerkung: Angaben der Wähleragenda: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen zu Landtagswahlen (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Daten gewichtet nach in den Datensätzen integrierten Repräsentativgewichten; Angaben der Debatteninhalte: Auswertung für alle TV-Debatten auf Landesebene 1997-2016 (N=45). Quelle: eigene Auswertung.

8.2.2 Responsivität von TV-Duell-Inhalten

RESPONSIVITÄTSMESSUNGEN VIA THEMENDIFFERENZEN ZWISCHEN WÄHLER- UND DEBATTENAGENDA

Stellt man der Wähleragenda, die sich absteigend aus den Anteilen der Nennungen auf die Frage nach den zum Befragungszeitpunkt wichtigsten Problem zusammensetzt, die Anteile an Aussagen bezüglich der entsprechenden sachpolitischen Fragen gegenüber, zeigt sich in der Gesamtbetrachtung ein relativ einheitliches Bild (vgl. Tabelle 19): sowohl auf Debattenebene, als auch bei Betrachtung der einzelnen Akteure zeigt sich im Mittel mit 6,9 Prozentpunkten die gleiche Abweichung der Debatteninhalte von den Interessen der Wähler.¹⁶² In der Gesamtschau der Debatten verhalten sich die Kandidaten damit nicht responsiver als Moderatoren bezüglich der Wähleragenda. Zudem zeigen sich mit Blick auf die Differenzen einzelner Themen, dass die Gewichtung der debattierten Inhalte zwischen den Themen variiert. So fällt gerade jenen Themen, die von den meisten Befragten im Vorfeld der Debatten als wichtigste Probleme benannt wurden, die Differenz am höchsten aus, während sich die Differenz bezüglich aller weiteren Themen meist im einstelligen Bereich bewegt. Es besteht somit eine hohe Diskrepanz zum wichtigsten Problem eines Großteils der Befragten – die Hypothese, der Anteil eines Politikfeldes sei umso größer, je wichtiger es den Wählern vor den TV-Duellen ist, kann somit nicht bestätigt werden.

Es ist jedoch möglich, dass bestehende Unterschiede zwischen den Akteuren und den Debatten durch die gemeinsame Betrachtung der TV-Duelle und Befragungszeitpunkte überdeckt werden. Denkbar ist zum einen, dass sich die ebenenspezifischen Wähler- und Debattenagenden in dieser Betrachtung nicht messen lassen. Zum anderen können in dieser Analyse mögliche Effekte, die sich für die Responsivität des TV-Duell-Formats sowie der Debattenakteure in Bezug auf die Parteilager ergeben können, nicht abgebildet werden. Tabelle 19 gibt daher über die Gesamtbetrachtung der Diskrepanz zwischen Wähler- und Debattenagenda hinaus auch Auskunft über die ebenenspezifischen Differenzen. Hier fallen vor allem zwei Aspekte ins Auge: Zum einen fallen die Differenzen zwischen der Wähleragenda und den Kanzlerduellen per se größer aus als die Differenzen, die zwischen der Wähleragenda und Inhalten der Debatten auf Landesebene bestehen. Zum anderen weisen Debattenakteure auf Bundesebene eine (wenn auch geringe) Varianz bzgl. der Differenzstärke zur Wähleragenda auf, auf Landesebene fehlt diese weitestgehend. Hier verhalten sich alle Akteure in etwa gleich responsiv, nur die Amtsinhaber sind geringfügig weniger responsiv (um eine Nachkommastelle).

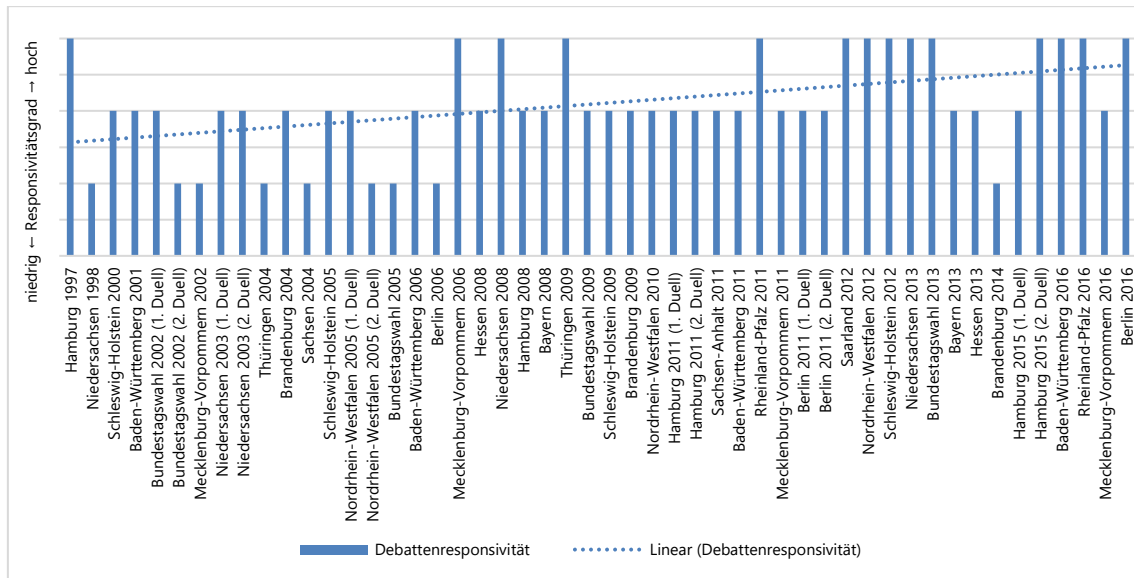
¹⁶² Zur Verrechnungsmethodik vgl. Kapitel 7.2.3; Fußnote 145.

Tabelle 19: Wähleragenda und Debattenagenda im Vergleich, Gesamtdifferenzen auf Bundes- und Landesebene

Wähleragenda		Agenda Debatte			Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Agenda Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	52,8	13,1	39,7	12,7	39,6	13,2	40,1	12,7	40,0	13,3	39,5	16,9	35,9	
2	Sozialpolitik	10,5	14,2	3,7	14,8	3,5	14,0	4,3	14,5	3,9	14,2	3,7	6,9	3,6	
3	Bildungspolitik	9,9	17,9	8,0	16,5	8,5	18,4	6,6	18,8	8,9	18,2	8,3	15,0	5,1	
4	Infrastruktur	7,2	15,9	8,7	15,5	8,8	16,0	8,3	16,5	9,3	15,6	8,4	14,2	7,0	
5	Wirtschaftspolitik	6,6	9,9	3,4	8,9	3,7	10,2	2,4	9,8	3,3	9,8	3,2	19,4	12,8	
6	Finanzpolitik	5,1	15,6	10,5	15,9	10,4	15,5	10,8	15,2	10,1	16,4	11,3	9,6	4,5	
7	Innere Sicherheit	4,3	6,1	1,8	6,9	1,5	5,9	2,6	6,0	1,6	5,7	1,4	6,6	2,3	
8	Umweltpolitik	2,4	0,5	1,9	0,5	1,9	0,5	1,9	0,6	1,8	0,5	1,9	0,5	1,9	
9	Ostdeutschland	0,6	1,8	1,2	1,9	1,2	1,8	1,3	1,7	1,1	1,4	0,8	6,4	5,8	
10	Internationale Beziehungen	0,3	2,4	2,0	2,1	2,1	2,4	1,8	2,3	2,0	2,6	2,2	2,7	2,4	
11	Verteidigungspolitik	0,1	0,7	0,6	0,7	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5	0,7	0,6	0,0	0,1	
12	Kultur- und Freizeitpolitik	0,1	1,4	1,3	2,5	1,0	1,0	2,4	0,9	0,8	1,2	1,1	1,2	1,2	
Anteil Policy-Aussagen/ Gesamtdifferenz		100,0	93,2	6,9	98,9	6,9	99,5	6,9	99,6	6,9	99,7	6,9	99,4	6,9	
Differenz Kandidaten-Moderatoren gesamt		0,0													
Wähleragenda: Bundesebene gesamt		Agenda Debatte			Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Agenda Amtsinhaber		Agenda Herausforderer				
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	62,6	15,6	47,0	16,3	46,6	18,0	48,3	17,9	46,7	18,1	46,5	10,1	2,2	
2	Wirtschaftspolitik	11,2	8,6	2,6	9,0	2,5	9,9	3,3	9,6	2,7	10,1	2,2	19,2	14,1	
3	Sozialpolitik	8,8	23,1	14,3	21,3	14,1	19,9	15,1	20,7	14,1	19,2	14,1	1,3	5,9	
4	Umweltpolitik	7,1	1,0	6,0	2,0	6,2	0,9	5,3	0,5	6,6	1,3	5,9	24,1	17,0	
5	Finanzpolitik	4,5	21,3	16,8	23,7	17,0	24,1	16,2	24,1	17,0	24,1	17,0	3,3	1,0	
6	Bildungspolitik	1,9	1,9	0,0	0,7	0,4	2,6	1,3	1,8	0,3	3,4	1,2	4,2	2,5	
7	Innere Sicherheit	1,8	3,9	2,1	5,7	1,9	3,8	3,2	4,2	2,5	3,4	1,2	5,8	10,5	
8	Infrastruktur	0,8	0,2	0,6	0,0	0,5	0,3	0,8	0,2	0,6	0,3	0,5	10,1	8,6	
9	Ostdeutschland	0,8	8,4	8,0	8,0	8,3	9,9	6,6	9,6	8,1	10,1	8,6	3,7	3,2	
10	Internationale Beziehungen	0,4	3,7	3,6	5,3	3,3	3,9	4,5	4,2	3,5	3,7	3,2	9,0	9,9	
11	Verteidigungspolitik	0,2	99,0	10,1	99,3	10,1	98,9	10,7	98,6	10,2	99,0	9,9			
Anteil Policy-Aussagen/ Gesamtdifferenz Bundesebene		100,0	99,0	10,1	99,3	10,1	98,9	10,7	98,6	10,2	99,0	9,9			
Differenz Kandidaten-Moderatoren Bundesebene		0,6													
Wähleragenda: Landesebene gesamt		Agenda Debatte			Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Agenda Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	52,2	12,4	47,0	12,3	39,5	13,2	39,7	13,6	40,0	13,4	39,4	16,9	35,3	
2	Sozialpolitik	10,2	13,4	2,6	14,1	2,4	12,5	3,4	12,0	3,0	12,5	2,5	6,9	3,3	
3	Bildungspolitik	9,8	20,1	14,3	18,4	11,2	20,6	9,0	21,2	11,8	20,6	11,3	15,0	5,2	
4	Infrastruktur	7,9	17,2	6,0	16,4	9,0	17,5	7,8	18,0	9,4	17,3	8,7	14,2	6,3	
5	Wirtschaftspolitik	6,7	9,9	16,8	8,9	3,7	10,3	2,4	9,9	3,3	9,7	3,2	19,4	12,6	
6	Finanzpolitik	5,2	14,5	0,0	15,0	9,3	14,3	10,0	14,0	9,0	15,2	10,3	9,6	4,3	
7	Innere Sicherheit	4,5	6,4	2,1	7,1	1,7	6,2	2,7	6,2	1,7	6,1	1,7	6,6	2,1	
8	Umweltpolitik	2,4	0,5	10,5	0,4	1,9	0,5	2,1	0,6	1,8	0,4	2,0	0,5	1,9	
9	Ostdeutschland	0,6	2,1	0,6	2,1	1,4	2,0	1,5	2,0	1,4	1,6	1,0	6,4	5,7	
10	Internationale Beziehungen	0,3	1,4	8,0	1,4	1,1	1,4	1,2	1,3	1,0	1,4	1,1	2,7	2,4	
11	Kultur- und Freizeitpolitik	0,1	1,6	3,6	2,8	1,1	1,2	2,8	1,0	1,0	1,4	1,3	1,2	1,1	
12	Verteidigungspolitik	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	
Anteil Policy-Aussagen/ Gesamtdifferenz Landesebene		100,0	94,4	9,3	98,9	6,9	99,7	6,9	99,8	6,9	99,8	6,9	99,3	6,7	
Differenz Kandidaten-Moderatoren Landesebene		0,0													

Anmerkung: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Angaben der Debatteninhalte: Auswertung für alle policybezogenen Aussagen in TV-Debatten der Jahre 1997-2016 (N=50). Die Gesamtdifferenz entspricht dem Mittelwert der Einzelthemenabweichung. Quelle: eigene Berechnung.

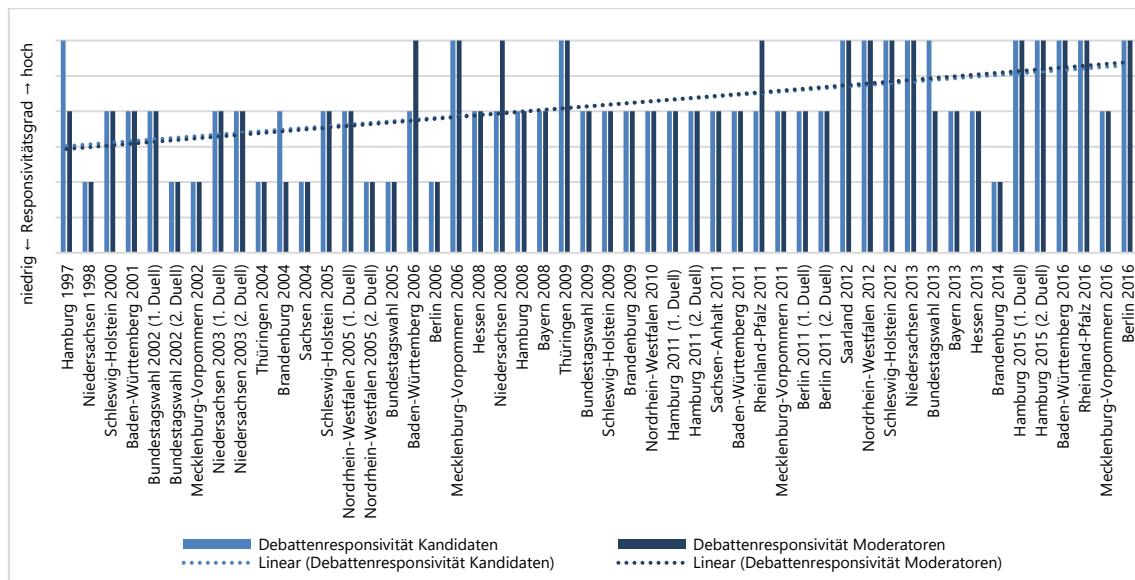
Um nun zu ermitteln, inwieweit sich hier Effekte einzelner TV-Debatten überlagern, gibt Abbildung 14 Auskunft über das Ausmaß an Responsivität der TV-Debatten im Zeitverlauf. Hier zeigt sich zum einen, dass die Diskrepanz zwischen den sachpolitischen Fragen, die innerhalb der TV-Duelle diskutiert werden, mit den Wählerinteressen nicht etwa in allen Debatten ähnlich stark ausgeprägt ist, sondern stattdessen schwankt. Zum anderen lässt sich ein klarer Trend ablesen: während das Wahlkampfformat in den ersten Jahren häufiger niedrige Responsivitätsgrade aufweist (Ausnahme: Hamburg 1997), nimmt der Anteil an Debatten mit hohem Responsivitätsgrad im Laufe der Jahre zu (Ausnahme: Brandenburg 2014).

Abbildung 14: Responsivitätsgrad aller TV-Duell-Aussagen mit Policy-Bezug im Zeitverlauf

Anmerkung: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Angaben des Responsivitätsgrads: Auswertung für alle TV-Duell-Aussagen mit Policybezug der Jahre 1997-2016 (N=50). Quelle: eigene Berechnung.

Mit Blick auf die akteursspezifischen Responsivitätspotentiale (vgl. Abbildung 15) zeigt sich, dass es eine große Anzahl an Debatten gibt, in der sowohl Kandidaten als auch Moderatoren innerhalb einer Debatte im Mittel moderate Responsivitätsgrade aufweisen. Nur in vier Ausnahmen agieren die Kandidaten in ihren policy-bezogenen Aussagen für den Wähler responsiver als die Moderatoren (Hamburg 1997, Brandenburg 2004 und im Kanzlerduell 2013). Ebenso selten beziehen sich Moderatoren thematisch stärker auf das, was Wähler vor der Debatte als wichtigstes politisches Problem benannt haben (Baden-Württemberg 2006, Niedersachsen 2008 und Rheinland-Pfalz 2011). Somit zeigt sich, dass sich die Debattenakteure weitgehend aufeinander beziehen und sich kein Muster nachweisen lässt, dass etwa Kandidaten (bzw. Moderatoren) grundsätzlich stärker auf die Wählerinteressen eingehen als Moderatoren (bzw. Kandidaten).

Abbildung 15: Akteurspezifischer Responsivitätsgrad aller TV-Duell-Aussagen mit Policy-Bezug im Zeitverlauf



Anmerkung: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Angaben des Responsivitätsgrads: Auswertung für alle TV-Duell-Aussagen mit Policybezug der Jahre 1997-2016 (N=50). Quelle: eigene Berechnung.

Wie aber fallen die Ergebnisse bei aktors- und parteilagerspezifischer Betrachtung der Responsivitätsgrade von sachpolitischen Aussagen in TV-Duellen aus? Im überwiegenden Teil der Debatten stellen sich die Debatteninhalte in jedem parteipolitischen Lager als moderat reponsiv dar (vgl. Abbildung 16): der überwiegende Anteil aller Debatten entfällt auf die Kategorie mittlerer Responsivität (56 Prozent aller Debatten). Hier rücken die Debattenakteure zwar immer mal wieder von den Interessen der Wähler ab, sie entfernen sich in der Mehrzahl inhaltlich allerdings auch nicht so weit, dass man von einer Debattenagenda sprechen müsste, die vollkommen an den Interessen der Wähler vorbeigeht. Dies trifft auch bei aktorspezifischer Betrachtung zu: sowohl Kandidaten als auch Moderatoren weisen im überwiegenden Teil der Debatten mittlere Responsivitätsgrade auf. Größere Unterschiede werden mit Blick auf die Positionen der Kandidaten deutlich: während Amtsinhaber häufiger moderat reponsiv agieren, ist dieser Anteil bei Herausforderern geringer und zwar zugunsten hoher Responsivität: während Amtsinhaber in knapp einem Viertel der Debatten besonders stark auf die sachpolitischen Interessen der Wähler eingingen (24 Prozent), war dies für Herausforderer bei gut einem Drittel der Debatten der Fall (32 Prozent). Insgesamt erhielten die Zuschauer also bei Betrachtung der Themendifferenzen häufiger von den Herausforderern mehr Informationen zu den für sie wichtigsten politischen Problemen als von Amtsinhabern – *Hypothese 4 ist damit tendenziell zu bestätigen*: Herausforderer orientieren sich stärker an der Gesamtagenda als Amtsinhaber. Eine Ausnahme bilden die zweiten Herausforderer, die in mehr als der Hälfte der Debatten (57 Prozent), in denen sie vertreten waren, nur mäßig reponsiv auf die wichtigsten Probleme der Wähler insgesamt eingingen – ein Anteil, der für die übrigen Debattenakteure nur in jeder fünften Debatte der Fall war.

Lässt man den 2. Herausforderer zunächst außen vor, zeigt sich, dass das Lager der Herausforderer am stärksten von den sachpolitischen Aussagen der Moderatoren profitieren könnte: nimmt

man die Wählerinteressen des Herausfordererlagers insgesamt als Grundlage, so weisen die sachbezogenen Moderatorenaussagen die größte Nähe zu den Wählerinteressen auf; mehr als ein Drittel zeigt eine hohe Responsivität bezüglich der aus Sicht des Herausfordererlagers wichtigsten politischen Probleme (38 Prozent). In keinem anderen Lager ist der Anteil derartig einzuordnender Aussagen vergleichbar hoch. Allerdings fällt der Anteil hoch responsiver Aussagen bezüglich der Interessen der Anhänger der anderen parteipolitischen Lager nicht so viel geringer aus, als dass man von einer parteiischen Moderatorenagenda sprechen könnte (Forschungsfrage 3). Es können aber Unterschiede aufgezeigt werden, die auch verdeutlichen, dass die Moderatoren den Interessen der Unentschiedenen zumindest durch die Wahl der angesprochenen Themen – keinen besonderen Vorzug im Vergleich zu den Interessen der parteigebundenen Wähler gaben.

Aber auch die Kandidaten selbst diskutieren nicht etwa gleich stark die Interessen aller parteipolitischen Lager, sondern fokussieren vorrangig die Interessen derjenigen, die dem Lager der jeweiligen Herausforderer zuzuordnen sind. Hier findet sich über alle Debattenakteure hinweg der jeweils höchste Anteil an Debatten, die nur geringe Differenzen (also eine hohe Responsivität) gegenüber den Wählerinteressen aufweisen. Bei positionsspezifischer Betrachtung zeigen sich ebenfalls hauptsächlich Vorteile für das Lager des Herausforderers. So erzielen beispielsweise Herausforderer durch ihre politikfeldbezogenen Aussagen über alle Debatten hinweg in mehr als einem Drittel der Debatten große Responsivität bezüglich der Interessen des eigenen Lagers sowie des Amtsinhaberlagers (je 38 Prozent) und der Unentschiedenen (40 Prozent) hohe Responsivität). Während Herausforderer sich also den unentschlossenen und Wählern anderer Parteien häufiger sehr stark zuwenden, trifft dies bei Amtsinhabern weniger zu. Interessanterweise wenden sich Amtsinhaber dem Lager der Herausforderer stärker (32 Prozent hohe Responsivität) als dem eigenen Lager zu (26 Prozent hohe Responsivität), den Unentschiedenen in 28 Prozent der Debatten. Bei Betrachtung der Anteile niedriger Responsivität zeigt sich für dieses Lager sowohl bei Moderatoren und Kandidaten jeweils ein höherer Anteil an Debatten niedriger Responsivität (Moderatoren 16 Prozent, Amtsinhaber 18 Prozent, Herausforderer 16 Prozent). Die Anteile niedriger Responsivitätsgrade im Lager der Unentschlossenen sind bei Amtsinhabern also geringfügig höher als bei Herausforderern. Unentschiedene und Wähler anderer Parteien werden daher nicht bevorzugt angesprochen. Herausforderer orientieren sich zusammenfassend stärker an der Wähleragenda der Unentschiedenen als Amtsinhaber (Bestätigung Hypothese 5) und stärker an der Agenda des eigenen Lagers als an der Agenda des gegnerischen Lagers (Bestätigung Hypothese 6), allerdings fällt diese Responsivität nicht geringer aus als die Responsivität des Amtsinhabers zum eigenen Lager (Ablehnung Hypothese 7). Aus Sicht dieses Kandidaten ist Hypothese 6 jedoch auch abzulehnen, da sich Amtsinhaber häufiger dem Herausfordererlager (und damit häufiger dem Lager des Gegners) stark responsiv zuwenden als dem eigenen Lager.

Anders stellt sich das Bild für Anhänger des zweiten Herausforderers in Debatten dar, an denen drei Kandidaten teilgenommen haben.¹⁶³ Hier sind nur mittlere und hohe Responsivitätsgrade

¹⁶³ Allerdings haben nur an sieben TV-Duellen zwei Herausforderer teilgenommen, wie Tabelle 9 verdeutlicht. Damit fällt auch der Anteil der Aussagen der zweiten Herausforderer geringer aus als der Anteil der Aussagen anderer Kandidaten. Die Analysen wurden damit auch nur für sieben Debatten durchgeführt, die Auswertungen sind daher vorsichtig zu interpretieren. Auch die Lager der zweiten Herausfor-

zu beobachten: beide Herausforderer weisen nur geringe Anteile hoher Responsivität auf. Eine stärkere Bevorzugung des eigenen Lagers ist bei den zweiten Herausforderern nicht gegeben. Diese weisen zu allen Lagern nur in 14 Prozent der Debatten hohe Responsivitätsgrade auf.

Damit zeigt sich, dass es unterschiedliche Differenzen der verschiedenen Debattenakteure zu den Wählerinteressen gibt. Somit besteht für Kandidaten grundsätzlich die Möglichkeit, sich von den inhaltlichen Vorgaben der Moderatoren zu lösen. Wie in Tabelle 19 dokumentiert, nivellieren sich die gefundenen Themendifferenzen zwischen Kandidaten und Moderatoren allerdings im Aggregat (Unterschiede Moderatoren-Kandidaten 0,0 bzw. 0,6 auf Bundesebene). Feingliedrigere Unterschiede werden durch die Berechnung von Differenzen somit nicht ersichtlich.

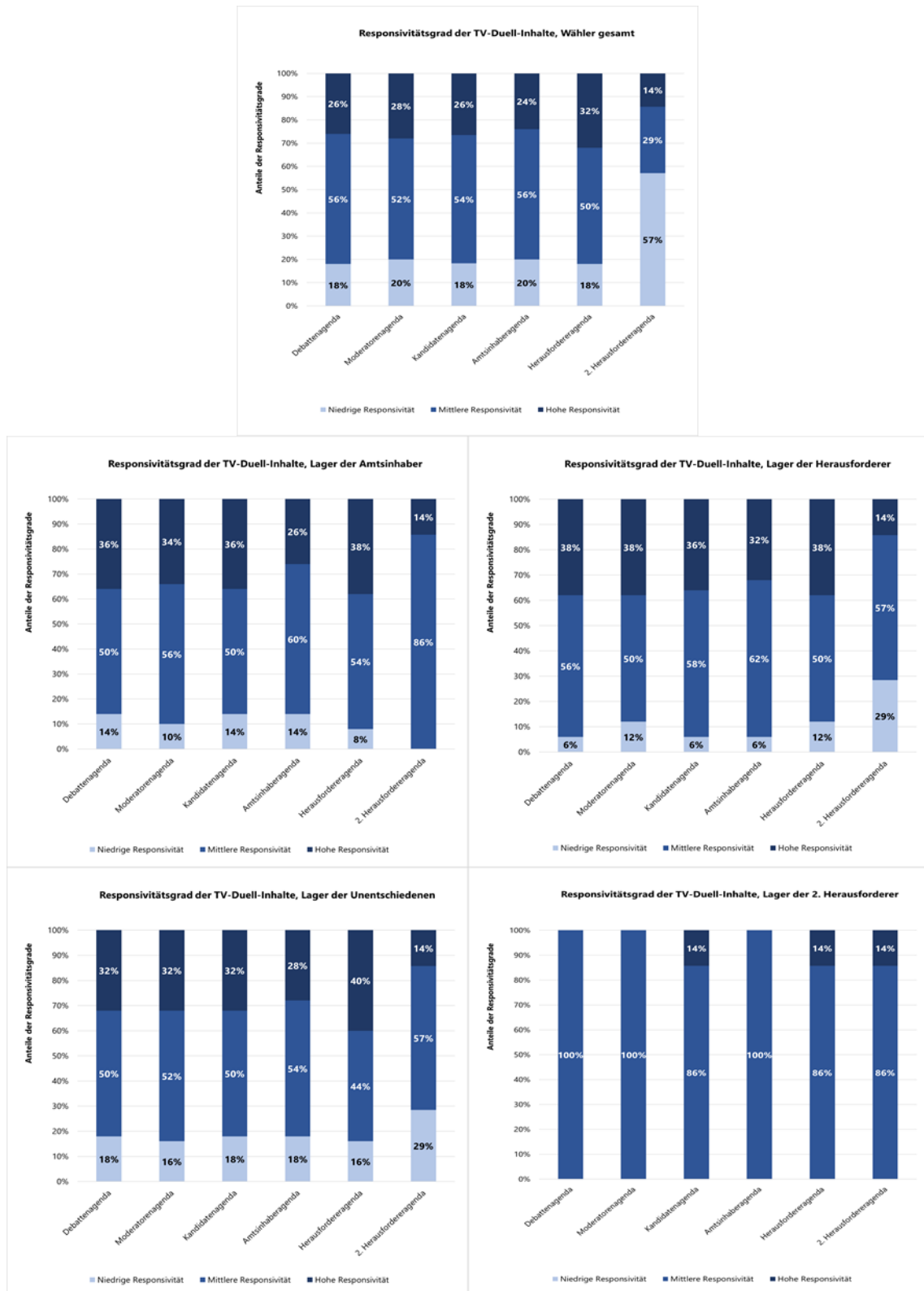
RESPONSIVITÄTSMESSUNGEN VIA RANGKORRELATIONEN

Um die dokumentierten Differenzen und die sich andeutenden Potenziale zur eigenen Themen- setzung nun abzusichern, werden daher im Folgenden die Ergebnisse des Standardverfahrens innerhalb der Agenda-Setting-Forschung vorgestellt. Hierzu wurden Spearman'sche Rangkorrelationen (r_s) zwischen den wichtigsten politischen Problemen der Wähler und in den TV-Duellen angesprochenen Themen berechnet. Dies ermöglicht nicht nur die Angabe von Themendifferenzen (nach absoluten Anteilsdifferenzen), sondern auch die Berücksichtigung des statistischen Zusammenhangs zwischen den Agenden der Debattenakteure und der Wähleragenda. Tabelle 20 dokumentiert die Ergebnisse dieser Berechnungen. Hier zeigen sich *insgesamt* hochsignifikante, mittlere Zusammenhänge der Wählerinteressen und Debattenthemen ($r_s=.509$). Die ebenenübergreifende Betrachtung aller Debattenaussagen verdeutlicht durch einen Rangkorrelationskoeffizienten von $r_s=.517$ zudem, dass die debattierten Inhalte am stärksten die Interessen der unentschiedenen Wähler abbilden, gefolgt von den Problemen, die Anhänger aus dem Lager der Amtsinhaber vor den Debatten benannt haben ($r_s=.483$). Themen, die Anhänger der Herausforderer für wichtig erachten, stehen ebenfalls in einem ausgewogenen Verhältnis zu den im TV-Duell diskutierten Themen, allerdings fällt dieses geringer aus als zu den Interessen der anderen Parteilager ($r_s=.474$). Der höchste moderate Zusammenhang zeigt sich für die Anhänger des zweiten Herausforderers: die Interessen dieser Wähler finden zu einer Zusammenhangstärke von $r_s=.529$ Berücksichtigung in der Debatte.

Die Debatten auf *Bundesebene* weisen insgesamt zufriedenstellende Zusammenhänge zwischen den sachpolitischen Interessen der Wähler und den in den Debatten diskutierten Themen auf. Dabei fallen die Rangkorrelationskoeffizienten zwischen Kandidaten- und Wähleragenda durchweg höher aus als die zwischen Moderatoren- und Wähleragenda (stellvertretend sei hier auf den Vergleich der Koeffizienten für die gesamte Wählerschaft verwiesen: $r_s \text{ Wähler;Moderatoren}=.408$ vs. $r_s \text{ Wähler;Kandidaten}=.495$). Den Kandidaten gelingt es somit, stärker als Moderatoren auf die Interessen der Wähler einzugehen. Lagervergleichend zeigt sich, dass die Interessen der unentschiedenen und Wähler anderer Parteien am stärksten von den Kandidaten widerspiegelt werden

derer sind kleiner, da hier nur die Anhänger einer Partei (PDS/Die Linke) zur Grundlage genommen und den Lagern der Parteien CDU/CSU (inkl. FDP) und SPD (inkl. Bündnis 90/Die Grünen) gegenübergestellt wurden.

Abbildung 16: Responsivitätsgrade der TV-Duell-Inhalte je Parteilager



Anmerkung: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Angaben des Responsivitätsgrads: Auswertung für alle Aussagen mit Policy-Bezug der TV-Duelle in den Jahren 1997-2016 (N=50). Agenda des zweiten Herausforderers sowie seiner Anhänger beruhen auf Auswertungen für sieben TV-Duelle bzw. Bevölkerungsumfragen. Quelle: eigene Berechnung.

(r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber=.560; r_s unentschiedene/andereWähler;Herausforderer=.499), gefolgt von den Interessen der jeweils eigenen Anhängerschaft (r_s Wähler Amtsinhaber;Amtsinhaber=.544; r_s Wähler Herausforderer;Herausforderer=.495). Beide Kandidaten haben somit am wenigsten die Interessen des gegnerischen Lagers im Blick (r_s Wähler Herausforderer;Amtsinhaber=.501 r_s =Wähler Amtsinhaber;Herausforderer=.490). Anschließende Mittelwertvergleiche (T-Tests) zeigen allerdings, dass die berichteten Differenzen zwischen den Kandidaten keine signifikanten Unterschiede darstellen. Auf *Landesebene* zeigt sich hingegen ein differenzierteres Bild, das im Wesentlichen den Ergebnissen der Gesamtbeurteilung entspricht.¹⁶⁴ Bei Betrachtung der akteursunabhängigen Debatteninhalte zeigt sich, dass der größte Zusammenhang mit dem Lager der unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien besteht (r_s unentschiedene /andere Wähler=.520). Daran schließt sich das Lager der Amtsinhaber an, dessen sachpolitische Interessen – bei einem Rangkorrelationskoeffizienten von r_s Wähler Amtsinhaber;Debatte=.481 – am zweitstärksten debattiert werden.

Die Moderatoren weisen hingegen mit den Interessen des Herausforderlagers den größten Zusammenhang auf (r_s Wähler Herausforderer;Moderatoren=.529), gefolgt von den unentschiedenen bzw. Wählern anderer Parteien (r_s unentschiedene/andere Wähler;Moderatoren=.500). Auch auf Landesebene lässt sich somit eine leichte Bevorzugung der Interessen des Herausfordererlagers durch die Gesprächsleiter nachweisen und weniger der Unentschiedenen, die möglicherweise mehr Informationen zu den für sie wichtigen Themen benötigen als Wähler, die bereits über eine Parteiidentifikation verfügen. Der Kandidatenvergleich verdeutlicht hingegen eine inhaltliche Fokussierung auf die Interessen dieser Wählergruppe (r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber=.485; r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer=.505).

Insgesamt macht es – gemessen an der Höhe der ausgewiesenen Rangkorrelationskoeffizienten – einen Unterschied, ob TV-Duelle anlässlich von Landtags- oder von Bundestagswahlen durchgeführt werden, da der Rangkorrelationskoeffizient auf Landesebene höher ausfällt als auf Bundesebene (r_s Land=.511; r_s Bund=.492). Auch im direkten Vergleich der *Moderatorenagenda* auf den verschiedenen Ebenen wird deutlich, dass die Moderatoren auf Landesebene tendenziell responsiver als auf der Bundesebene agieren (r_s Moderatoren Land=.536; r_s Moderatoren Bund=.408). Bezüglich der verschiedenen Wählerlager bleibt dieser Unterschied bestehen. Während Moderatoren auf Bundesebene allerdings stärker mit den Interessen der Wähler des Amtsinhabers korrelieren, ist dies auf Landesebene für das Lager der Herausforderer der Fall. Die *Kandidaten* weisen im Ebenenvergleich keine grundsätzlich unterschiedlichen Muster auf: Während die Interessen des Herausfordererlagers ebenenunabhängig gleich stark von den Kandidaten antizipiert werden (r_s =.461), wird auf Bundesebene den Interessen des Amtsinhaberlagers stärker entsprochen (r_s =.496), auf Landesebene trifft dies für die unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien zu (r_s =.516).¹⁶⁵ Anders als bei gemeinsamer Betrachtung der Kandidaten fallen die Korrelationskoeffizienten von Amtsinhabern auf der Bundesebene statt auf der Landesebene höher aus (r_s Wähler gesamt;Amtsinhaber Bund=.531 vs. r_s Wähler gesamt;Amtsinhaber Land=.469); für Herausforderer zeigen sich bezüglich aller Wähler stärkere Zusammenhänge auf Landesebene (r_s Wähler gesamt;Herausforderer Bund=.510 vs. r_s Wähler gesamt;Herausforderer Land=.514). Die in den TV-Duellen auf Bundesebene von Amtsinhabern

¹⁶⁴ Dies liegt u.a. darin begründet, dass von insgesamt 50 Debatten 45 TV-Duelle auf Landesebene, aber nur 5 auf Bundesebene durchgeführt worden sind.

¹⁶⁵ Die Rangkorrelation aller Kandidatenaussagen mit den sachpolitischen Interessen des zweiten Herausfordererlagers liegt auf Landesebene sogar bei r_s =.578 ($p < .001$).

debattierten Themen hängen stärker mit den lagerunabhängigen Wählerinteressen zusammen als die sachpolitischen Fragen, die Gegenstand der Debatten auf Landesebene sind (r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber Bund=.560 vs. r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber Land=.485). Für Herausforderer ist hingegen das Gegenteil der Fall (r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer Bund=.499 vs. r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer Land=.505).

In der Gesamtbetrachtung orientieren sich Herausforderer stärker an der Agenda der Unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien als Amtsinhaber (r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer=.505 vs. r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber=.493), bei ebenenspezifischer Betrachtung bestätigt sich dieses Ergebnis hingegen nicht (r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber: Bund=.560 vs. r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer: Bund=.499 r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer: Land=.505 vs. r_s unentschiedene/andere Wähler;Amtsinhaber: Land=.485). Amtsinhaber weisen einen stärkeren Zusammenhang mit den Interessen des eigenen Lagers auf als mit den Interessen des Gegenlagers und das sowohl ebenunabhängig (r_s Amtsinhaber eig. Lager=.461 vs. r_s Amtsinhaber gegn. Lager=.441), als auch bei ebenenspezifischer Betrachtung. Für Herausforderer trifft dies nur in geringem Maße auf der Bundesebene zu (r_s Herausforderer eig. Lager=.495 vs. r_s Herausforderer gegn. Lager=.490). Amtsinhaber auf *Bundesebene* erzielen mit ihren sachpolitischen Aussagen somit zudem stärkere Korrelationen zum eigenen Lager als Herausforderer zum eigenen Lager, die – gemessen an den ausgewiesenen Korrelationskoeffizienten – in etwa gleich starke Zusammenhänge zwischen den lagerspezifischen Interessen und ihren sachpolitischen Aussagen erzielen. Dies trifft auf *Landesebene* hingegen nicht zu: hier fallen die Zusammenhänge mit dem eigenen Lager für Herausforderer stärker aus.

Von den bisherigen Vergleichen ausgenommen ist die Agenda der Anhänger der zweiten Herausforderer und diesen selbst, da nur an sieben von insgesamt 45 Debatten auf Landesebene zwei Herausforderer gegen die jeweiligen Amtsinhaber angetreten sind.¹⁶⁶ Die zweiten Herausforderer weisen den höchsten inhaltlichen Zusammenhang mit den Interessenslagen der eigenen Anhänger auf (r_s Herausforderer2;eig. Lager=.572), sie konzentrieren sich im weiteren Vergleich auf Anhänger der Amtsinhaber (r_s Wähler Amtsinhaber;Herausforderer2=.484) und der Unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien (r_s unentschiedene/andere Wähler;Herausforderer2=.478). Der Zusammenhang zwischen den Agenden des Herausfordererlagers mit jenen der Herausforderer fällt hingegen wesentlich geringer aus (r_s Wähler Herausforderer;Herausforderer2=.453).¹⁶⁷

¹⁶⁶ Diese Ergebnisse sind somit nur bedingt vergleichbar.

¹⁶⁷ In vier von sieben Duellen stellte die CDU den Amtsinhaber (Thüringen 2004 und 2009, Sachsen 2004 und Sachsen-Anhalt 2011), in den übrigen drei Duellen die SPD (Brandenburg 2004, 2009 und 2014).

Tabelle 20: Korrelation zwischen Wähleragenda und Debattenagenda auf Bundes- und Landesebene

Gesamtkorrelation zwischen Wähleragenda- und Debattenagenda je Lager										
Lager der Wähler	N Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Δ Kandidaten-Moderatoren	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2	Δ H-A	Δ H2-A
Wähler gesamt	36.771	,509	,523	,497	-,026 n.s.	,475	,514	,439	+0,039	-,036 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	13.841	,483	,486	,481	-,004 n.s.	,461	,483	,484	+0,023	+0,023 n.s.
Wählerlager Herausforderer	11.260	,474	,516	,461	-,056 n.s.	,441	,479	,453	+0,038	+0,012 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	10.772	,517	,493	,513	+0,020 n.s.	,493	,505	,478	+0,012	-,014 n.s.
Wählerlager Herausforderer 2	898	,529	,561	,578	+0,017 n.s.	,524	,538	,572	+0,014	+0,048 n.s.
N Aussagen		12.235	2.866		9.369	4.588	4.373	408		
Gesamtkorrelation zwischen Wähleragenda- und Debattenagenda je Lager: Bundesebene										
Lager der Wähler	N Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Δ Kandidaten-Moderatoren	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Δ H-A		
Wähler gesamt	7.913	,492	,408	,495	+0,087 n.s.	,531	,510	-,022 n.s.		
Wählerlager Amtsinhaber	2.605	,506	,440	,496	+0,056 n.s.	,544	,490	-,054 n.s.		
Wählerlager Herausforderer	2.652	,463	,400	,461	+0,061 n.s.	,501	,495	-,005 n.s.		
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	2.656	,487	,436	,486	+0,050 n.s.	,560	,499	-,061 n.s.		
N Aussagen		1.466	300		1.166	552	614			
Gesamtkorrelation zwischen Wähleragenda- und Debattenagenda je Lager: Landesebene										
Lager der Wähler	N Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Δ Kandidaten-Moderatoren	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2	Δ H-A	Δ H2-A
Wähler gesamt	28.858	,511	,536	,497	-,039 n.s.	,469	,514	,439	+0,046	-,030 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	11.236	,481	,491	,480	-,011 n.s.	,451	,482	,484	+0,031	+0,033 n.s.
Wählerlager Herausforderer	8.609	,476	,529	,461	-,069 n.s.	,434	,477	,453	+0,043	+0,019 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	8.116	,520	,500	,516	+0,017 n.s.	,485	,505	,478	+0,020	-,007 n.s.
Wählerlager Herausforderer 2	898	,529	,561	,578	+0,017 n.s.	,524	,538	,572	+0,014	+0,048 n.s.
N Aussagen		10.769	2.566		8.203	4.036	3.759	408		

Anmerkung: Angaben in Mittelwerten der Rangkorrelationskoeffizienten r_s (Spearman's Rho). Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Auswertung für alle Aussagen mit Policy-Bezug der TV-Duelle in den Jahren 1997-2016 (N=50); Angaben der Agenda des zweiten Herausforderers sowie seiner Anhänger beruhen auf sieben TV-Duellen bzw. Bevölkerungsumfragen. Differenzberechnungen beruhen für Δ Kandidaten-Moderatoren und Δ Herausforderer-Amtsinhaber auf Bundesebene auf T-Tests für unabhängige Stichproben, für Δ Herausforderer (2)-Amtsinhaber gesamt und auf Landesebene auf einfaktoriellem Varianzanalysen mit Post-Hoc-Tests (Scheffé-Prozedur). Signifikanzniveaus: ***= $p < 0,001$; **= $p < 0,01$; *= $p < 0,05$; #= $p < 0,1$; n.s.=nicht signifikant.

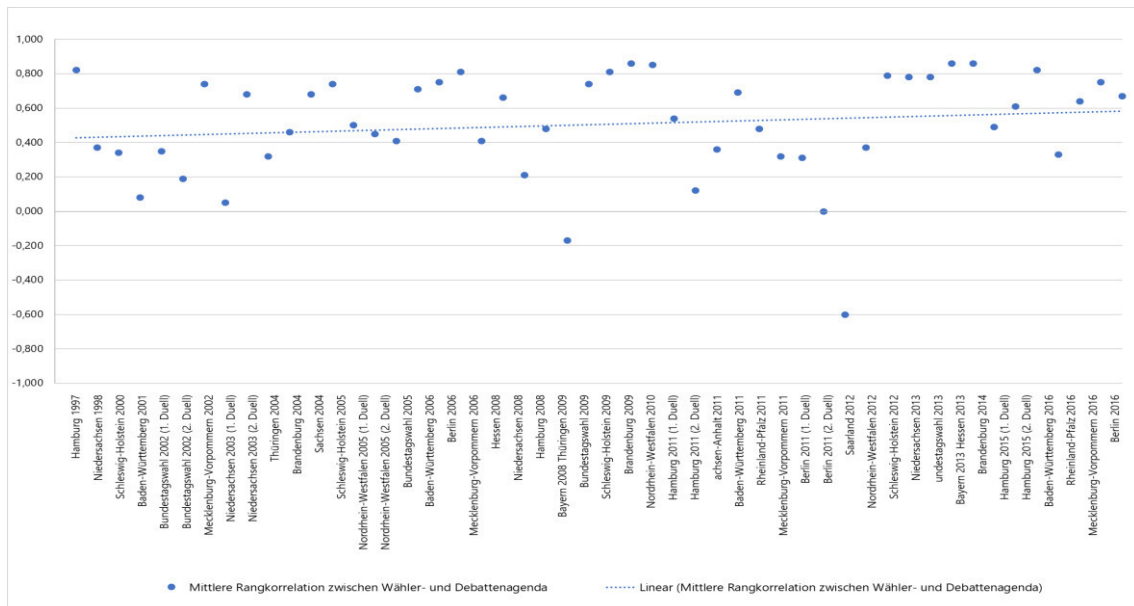
Eine differenzierte Betrachtung der Responsivitätspotentiale auf Ebene der Einzeldebatten (vgl. Abbildung 17) zeichnet ein genaueres Bild der Entwicklung im Zeitverlauf. Analog zu Abbildung 14 ergibt sich für die Gesamtdebatte eine insgesamt ansteigende Responsivität: aktuelle Debatten weisen höhere Korrelationen auf. Mit Ausnahme der Debatte im Saarland 2012 kann von einem positiven Abbild der Themenstruktur der Wähleragenda ausgegangen werden. Betrachtet man die Unterschiede der Rangkorrelationen zwischen Moderatoren und Kandidaten (vgl. Abbildung 18, analog zu Abbildung 15), so zeichnet sich ab, dass sich vor allem Moderatoren in ihrer Strukturierung der Debatte im Zeitverlauf stärker an der Wähleragenda orientieren als Kandidaten, die zwar ebenfalls einen Zuwachs verzeichnen, jedoch nicht in gleichem Maße. Im Umkehrschluß leitet sich daraus ab, dass die Kandidaten zu Beginn der Zeitreihe häufiger näher am Wähler argumentiert haben (im Vergleich zu den Moderatoren), als es in jüngeren Debatten der Fall war. Kandidaten nehmen also ihre Möglichkeiten der freien Themensetzung zu Beginn und zum Ende der Zeitreihe unterschiedlich stark wahr und vertreten häufiger ihre persönliche Themenstruktur (auch entgegen der Wähleragenda), je kürzer das untersuchte TV-Duell zurückliegt. Betrachtet man die Unterschiede zwischen den Kandidaten selbst (vgl. Abbildung 19)¹⁶⁸, so fällt auf, dass der Zuwachs an Responsivitätspotentialen der Kandidaten durch die Ergebnisse der ersten Herausforderer generiert wird. Ein beobachtbarer Anstieg der Rangkorrelationen läßt sich nur für diese Kandidatengruppe attestieren. Im Gegenzug variieren die Amtsinhaber stark um eine mittlere Korrelation (.475, vgl. Tabelle 20), eine Entwicklung über die Zeit ist aber nicht zu erkennen. Dies zeugt von einer im Zeitverlauf verstärkten responsiven Debattenperformance der Herausforderer in Bezug auf die Themenagenda der Wähler. Alles in allem bestätigt die Ergebnisse der Rangkorrelationen die Annahmen aus der Betrachtung der Anteilswerte von Policyaussagen. Besonders hervorzuheben ist die kandidatenspezifische Differenzierung, da hier Unterschiede im Zeitverlauf deutlich gemacht werden können.

ANTEILE DER RANGKORRELATIONSSTÄRKE ALS RESPONSIVITÄTSMAß

Während die Berechnung von Differenzen (vgl. Tabelle 19) eine spezifische Angabe der einzelnen Themenanteile von Wähler- und Debatten(akteurs)agenda ermöglicht, bietet die Berechnung von Korrelationen (vgl. Tabelle 20) zwischen Wähler und Debatten(akteurs)agenda eine differenziertere Darstellung des statistischen Zusammenhangs. Nachfolgend zeigt Abbildung 20 daher eine Aufschlüsselung der in Tabelle 20 ausgewiesenen, über alle Debatten aggregierten Angaben der Differenzen bzw. Rangkorrelationskoeffizienten. Hier zeigt sich, dass nahezu alle TV-Debatten über positive Korrelationen verfügen, die überwiegend aus moderat starken Zusammenhängen bestehen. Gut 41 Prozent aller Debatten weisen insgesamt stark positive Zusammenhänge auf. Für Moderatoren zeigen sich bei parteilagerspezifischer Betrachtung leichte Unterschiede der Anteile an Debatten mit hohen Korrelationen, am häufigsten sind diese bezüglich jener Wählerinteressen, die dem Lager der Unentschiedenen bzw. Wählern anderer Parteien und Nichtwählern zuzuordnen sind, zu finden (Forschungsfrage 3). In der Gesamtbetrachtung verhalten sich allerdings die Kandidaten häufiger als Moderatoren hochresponsiv (43 Prozent vs. 38 Prozent). Dies entspricht den in Tabelle 20 ausgewiesenen Befunden.

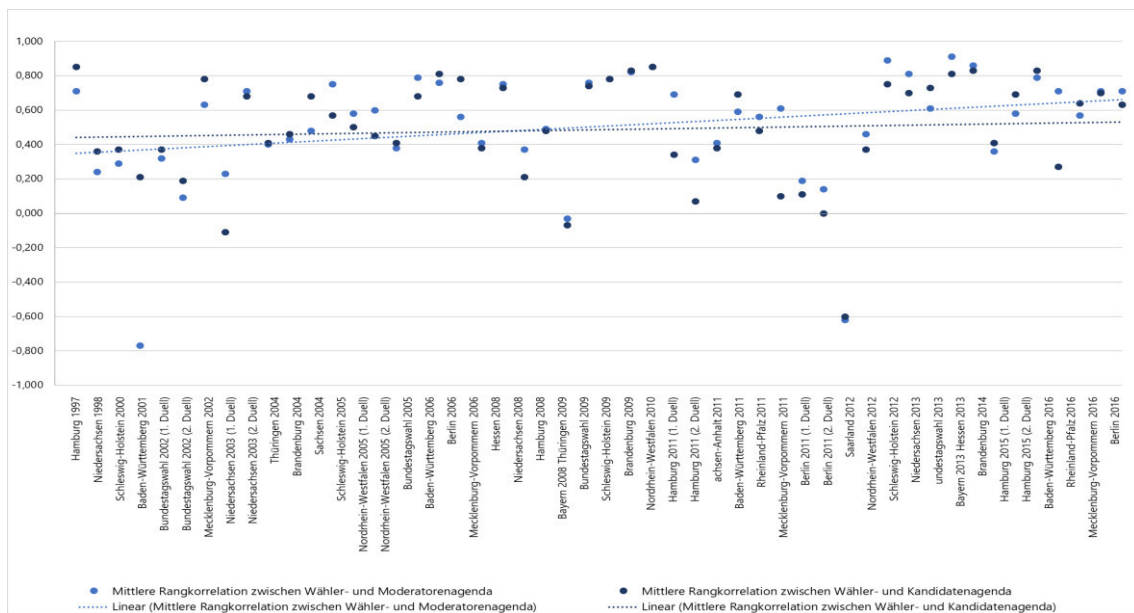
¹⁶⁸ Von einer Darstellung der Entwicklung der zweiten Herausforderer wird aufgrund der geringen Fallzahlen abgesehen.

Abbildung 17: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenagenda im Zeitverlauf

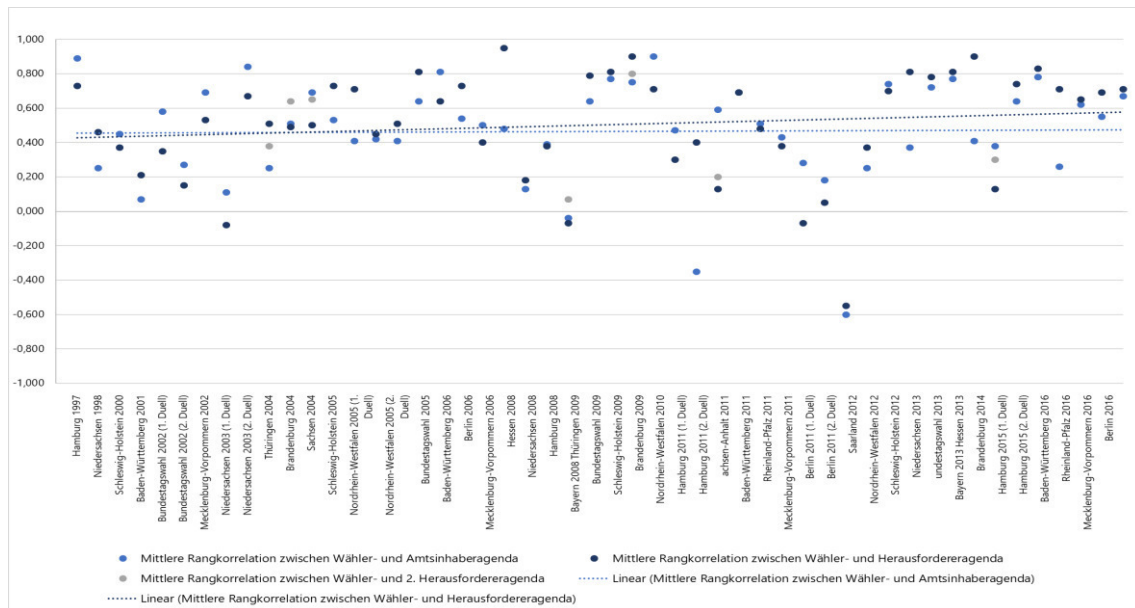


Anmerkung: Ausgewiesen sind Rangkorrelationskoeffizienten (Spearman's Rho) zwischen Wähleragenda und Debattenagenda aller TV-Duelle der Jahre 1997-2016 (N=50); eigene Darstellung.

Abbildung 18: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenakteursagenda im Zeitverlauf



Anmerkung: Ausgewiesen sind Rangkorrelationskoeffizienten (Spearman's Rho) zwischen Wähleragenda und Moderatoren- bzw. Kandidatenagenda aller TV-Duelle der Jahre 1997-2016 (N=50); eigene Darstellung.

Abbildung 19: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Kandidatenagenda im Zeitverlauf

Anmerkung: Ausgewiesen sind Rangkorrelationskoeffizienten (Spearman's Rho) zwischen Wähleragenda und Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda aller TV-Duelle der Jahre 1997-2016 (N=50); eigene Darstellung.

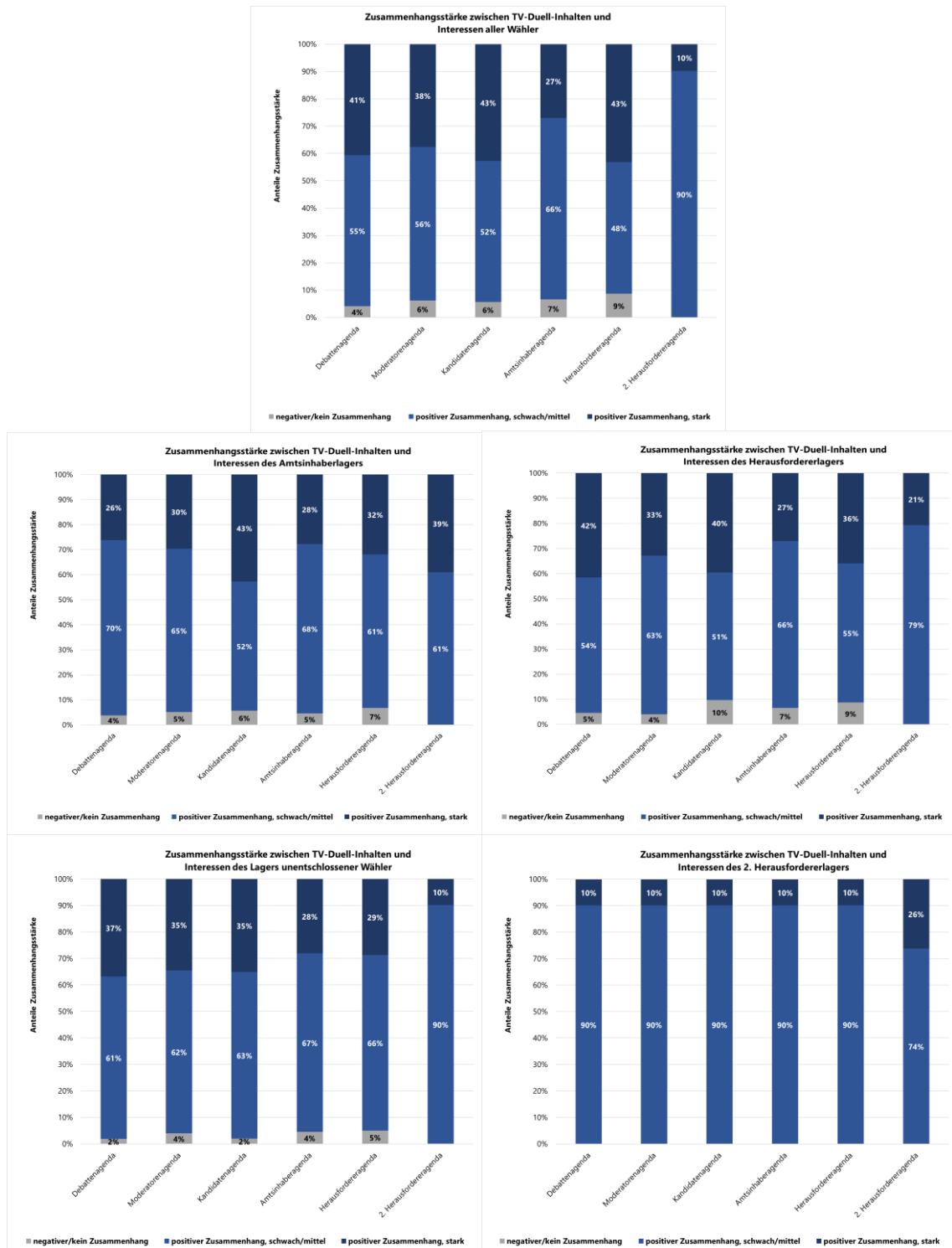
Bei kandidatspezifischer Betrachtung zeigt sich, dass Herausforderer nicht nur in der Gesamtkorrelation stärkere Zusammenhänge mit den Interessen der Gesamtwählerschaft aufweisen, sondern auch häufiger als ihre politischen Gegenkandidaten: in 43 Prozent der Debatten lassen sich hohe Rangkorrelationskoeffizienten nachweisen, für Amtsinhaber trifft dies auf weniger als ein Drittel der Debatten zu. Bezüglich des Lagers der Unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien sind mit Blick auf die verschiedenen Kandidaten keine wesentlichen Unterschiede feststellbar: Für 29 Prozent aller Debatten lassen sich starke Zusammenhänge zwischen Herausfordereragenda und Interessen der Unentschiedenen nachzeichnen, für Amtsinhaber trifft dies auf 28 Prozent aller Debatten zu. Allerdings argumentieren Herausforderer definitiv häufiger näher an Agenda des eigenen Lagers (36 Prozent) als an der Agenda des politischen Gegners (32 Prozent), Amtsinhaber sind hingegen nur unwesentlich häufiger stärker responsiv zu eigenem Lager (28 Prozent vs. 27 Prozent). Mit kandidatspezifischem Blick auf die Anzahl hoch responsiver Debatten zeigt sich zudem, dass Amtsinhaber nicht häufiger stärker mit dem eigenen Lager korrelieren als Herausforderer (28 Prozent vs. 36 Prozent), allerdings ist hier zu bedenken, dass dies bei aggregierter, ebenenspezifischer Betrachtung (vgl. Tabelle 20) lediglich für die Bundesebene zutrifft und in den Anteilen je Debatte (vgl. Abbildung 20 die Prozentwerte aus der Kombination von fünf Bundes- und 45 Landtagswahldebatten besteht, die Debatten auf Landesebene die Ergebnisse der Debatten auf Bundesebene also dominieren.

ZWISCHENFAZIT DER ERGEBNISSE VON THEMENDIFFERENZEN UND RANGKORRELATIONEN ALS RESPONSIVITÄTSMAB

In der Gesamtschau fallen die Ergebnisse der Hypothesenüberprüfung zum Mobilisierungsfokus der Kandidaten indifferent aus. So orientieren sich Herausforderer – sowohl gemessen an den prozentual berechneten Themendifferenzen als auch an der Höhe der Rangkorrelationskoeffizienten – stärker an der Gesamtwähleragenda als Amtsinhaber. Dass dies immer der Fall ist, können die Daten aber nicht belegen: bei Betrachtung der Bundesebene entfällt dieser stärkere Fokus bei der Berechnung von Rangkorrelationen, auch überwiegt der Anteil an Debatten, denen ein besonderer Fokus durch die Herausforderer im Vergleich zu den Amtsinhabern nachgewiesen werden kann, nicht. Hypothese 4 wird tendenziell bestätigt, wenn auch auf Bundesebene sowohl in den Themendifferenzen als auch mit Blick auf die Korrelationen gegenläufige Ergebnisse vorliegen. Gleiches gilt für die Frage, inwieweit sich Herausforderer häufiger und insgesamt stärker dem Lager der Unentschiedenen zuwenden als es Amtsinhaber tun. Es liegen für die Themendifferenzen (im Aggregat, vgl. Abbildung 16) tendenziell Hinweise darauf vor, allerdings bestätigt sich diese Annahme nicht bei Betrachtung der Rangkorrelationen zwischen Wähler- und kandidatenspezifischer Debattenagenda. Hypothese 5 kann daher eingeschränkt bestätigt werden. Überwiegend orientieren sich vor allem Herausforderer, die im TV-Duell antreten, zudem an der Agenda der eigenen Anhänger – sowohl bei Berechnung der prozentualen Themendifferenzen, als auch gemessen an der Höhe der Rangkorrelationskoeffizienten. Ausnahmen liegen hier für die Bundesebene sowie auf Basis von Themendifferenzen für Amtsinhaber vor. Hypothese 6 kann somit für Herausforderer, die auf der Landesebene im TV-Duell antreten, ohne Einschränkungen bestätigt werden. Anders verhält es sich mit der Annahme, dass sich Amtsinhaber grundsätzlich stärker auf das eigene Lager konzentrieren als Herausforderer – für diese Hypothese liegen lediglich auf Grundlage der Rangkorrelationen für die Bundesebene Anzeichen vor. Hypothese 7 wird daher abgelehnt.

Mit Blick auf die Moderatoren wurde deutlich, dass tendenziell jene Zuschauer hinsichtlich der eigenen inhaltlichen Präferenzen profitieren können, die dem Lager der Herausforderer zuzuordnen sind. Die größere, inhaltliche Nähe der Gesprächsführer ist allerdings nicht so umfangreich, dass hier von einer eindeutig tendenziellen Gesprächsführung die Rede sein könnte. Aus normativer Sicht fällt hingegen positiv auf, dass die meisten Debatten hoch responsiv bezüglich der Interessen der unentschiedenen Wähler ausfallen.

Abbildung 20: Korrelationsstärke zwischen Wähler- und Debattenagenda je Parteilager



Anmerkung: Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Auswertung für alle TV-Duell-Aussagen mit Policy-Bezug der Jahre 1997-2016 (N=50); Angaben in Anteilen der Debatten nach Stärke und Richtung der Rangkorrelationskoeffizienten r_s (Spearman's Rho); negativer/kein Zusammenhang: [-1;0]; positive Zusammenhänge: schwach/mittel: [0,01;0,66]; stark: [0,67;1]. Agenda des zweiten Herausforderers sowie seiner Anhänger beruhen auf Auswertungen für sieben TV-Duelle bzw. Bevölkerungsumfragen. Quelle: eigene Berechnung.

8.2.3 Determinanten der Responsivität von TV-Duell-Inhalten

Um nun zu prüfen, inwieweit die in Hypothese 8 und Hypothese 9 angenommen Umfragewerte und die Zusprache von Kompetenz zur Lösung konkreter politischer Sachfragen einen Einfluss auf das Ausmaß an Responsivität haben, die die Kandidaten durch inhaltliche Schwerpunktsetzung im Rahmen ihrer in den Debatten getätigten Aussagen haben, werden nachfolgend lineare Regressionsmodelle berechnet. Als abhängige Variable werden die Tabelle 20 zugrundeliegenden Rangkorrelationen verwendet, da im Rahmen der aggregierten Themendifferenzen je Debatte (vgl. Tabelle 19 und Tabelle 20) gezeigt werden konnte, dass Rangkorrelationskoeffizienten ein trennschärferes Maß für die Annäherung an Wählerinteressen darstellen als Themendifferenzen. Die unabhängigen Variablen Umfragewerte und Kompetenzwerte können dann zur Analyse herangezogen werden, um zu ermitteln, inwieweit sich hier bestehende Vor- oder Nachteile auf das Themenmanagement der Kandidaten auswirken können.

Tabelle 21 dokumentiert die Koeffizienten linearer Regressionsmodelle mit Umfrage- und Kompetenzwerten sowie der Kandidatenposition als Determinanten. Hier zeigt sich bezüglich der für die gesamte Wählerschaft aggregierten Rangkorrelationen zwischen Wähler- und Kandidatenagenda, dass Herausforderer unter Kontrolle der ihnen zugeschriebenen Kompetenzen und ihres Zuspruchs in den letzten Sonntagsfragen vor dem jeweiligen Duell ein wenig responsiver agieren als die gegen sie antretenden Herausforderer. Anders als in den Hypothesen 8 und 9 angenommen, scheinen es nicht zwangsläufig die zugeschriebenen oder fehlenden Kompetenzen sowie die durch Umfragen abgesprochene Wählergunst vor dem jeweiligen TV-Duell zu sein, die neben der Ausgangsposition der Kandidaten als Amtsinhaber oder Herausforderer das Themenmanagement determinieren, da die Regressionsmodelle über kein (positives) Varianzaufklärungspotential verfügen (Korrigiertes $R^2 = \max. -.022$). Die Hinweise, die sich aus den Koeffizienten der einzelnen Modelle bezüglich des Einflusses von Kompetenzen und Umfragewerten ergeben, können somit nicht hinreichend interpretiert werden.

Eine Erklärung für die geringen Varianzaufklärungspotentiale liegt darin begründet, dass die völlig freie inhaltliche Gestaltung der Aussagen, die Kandidaten im TV-Duell tätigen, dramaturgisch nicht oder nur in geringem Maße möglich ist, da TV-Debatten inhaltlich stark durch die Moderatoren vorstrukturiert werden. TV-Duelle werden von den Redaktionen der beteiligten TV-Sender inhaltlich vorbereitet und in Form von Fragekatalogen im Rahmen der Debatte abgearbeitet. Wie sich mit Blick auf die Differenzen zwischen Wählern und Kandidaten sowie zwischen Wählern und Moderatoren zeigt, gehen die Debattenakteure innerhalb der TV-Duelle dennoch unterschiedlich stark auf die Interessen der Wähler ein (vgl. Tabelle 19 sowie Anhang 10). Trotz der inhaltlichen Vorstrukturierung durch die Moderatoren haben Kandidaten also innerhalb der Debatte durchaus die Möglichkeit, sich von den Vorgaben der Moderatoren abzuwenden und können diese Abweichung nutzen, um eigene Themenschwerpunkte zu setzen. Analog zeigt sich dies in den unterschiedlich starken Korrelationen zwischen Wählerinteressen und den sachpolitischen Aussagen der Kandidaten bzw. Moderatoren (vgl. Tabelle 20 sowie Anhang 12). Dass Kandidaten aktiv Themenmanagement betreiben, sich also von den Vorgaben der Moderatoren lösen, zeigt sich in Rangkorrelationskoeffizienten, die von denen der Moderatoren abweichen, also niedriger oder höher ausfallen. Ein höherer Korrelationswert zeigt an, dass sich Kandidaten

Tabelle 21: Determinanten des Themenmanagements

Modell 1a:	
Gesamte Wählerschaft	
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)	,064
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	,078
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	-,022
Korrigiertes R ²	-,022
Modell 1b:	
Eigenes Lager	
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)	,077
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	-,054
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	,077
Korrigiertes R ²	-,023
Modell 1c:	
Lager des Gegners	
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)	,077
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	,008
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	-,004
Korrigiertes R ²	-,023
Modell 1d:	
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)	,044
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	-,040
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	,081
Korrigiertes R ²	-,026

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). Auswertung für alle TV-Duelle, 1997-2016 (N=50 TV-Duelle, N=107 Kandidaten). AV: $\Delta (r_s \text{ Kandidat; Wähler gesamt})$ bzw. $(r_s \text{ Kandidat; Wählerlager})$; UVs: Kandidat: Zweite Herausforderer werden in den entsprechenden Debatten mit erstem Herausforderer zusammengefasst; Kompetenzwert=mittlere Kompetenz über alle Themenbereiche, die vor dem Duell von Wählern als wichtig benannt und im TV-Duell angesprochen wurden; Umfragewert: Positive Differenz zur Partei des Gegners in letzter Sonntagsfrage vor TV-Duell=Vorteil; negative Differenz=Nachteil. Signifikanzniveau: ***=p<.001; **p<.01; *p<.05; #=p<.1.

stärker an der Wähleragenda bewegen als Moderatoren; ein niedriger analog dazu, dass sich die Moderatoren näher an den Interessen der Wähler bewegen als Kandidaten.¹⁶⁹ Wenn die teilnehmenden Kandidaten beispielsweise davon ausgehen, durch ein Abweichen von der vorgegebenen Themenstruktur näher an den Interessen der Wähler argumentieren zu können, so sollten sie sich von den Fragen der Moderatoren lösen. Sie gehen allerdings auch das Risiko ein, sich durch diesen Schritt weiter von den Wählerinteressen zu entfernen. Wenn sie zu stark von den Fragen der Moderatoren abweichen, gehen sie zudem das Risiko einer negativen Beurteilung durch die Zuschauer ein, da sie sich nicht an die Gepflogenheiten höflicher Gesprächsführung halten. Eine Chance bietet somit ein moderates Abweichen, um eigene Schwerpunkte zu setzen, ohne über das Ziel hinauszuschießen. Vor dem Hintergrund dieser Annahmen werden im Folgenden die Kandidaten bezüglich ihres von den Moderatoren abweichenden Redehaltens

¹⁶⁹ So ist es beispielsweise möglich, dass sich Moderatoren stärker an der Gesamtwähleragenda orientieren als Kandidaten und anders herum, vgl. dazu die Gesamtkorrelationen in Tabelle 20: hier liegt ein geringerer Rangkorrelationskoeffizient der Kandidaten zur Gesamtwähleragenda im Vergleich zu dem der Moderatoren vor, allerdings auch höhere Koeffizienten der Kandidaten zum Lager der Unentschiedenen als für Moderatoren.

betrachtet und dies anhand dreier Gruppen: geringe, moderate und starke Abweichung von den Rangkorrelationen der Moderatoren.

Tabelle 22 dokumentiert die Ergebnisse der gruppierten Regressionsanalysen. Während bei Betrachtung der gesamten Wählerschaft (Modelle 2a) nach wie vor negative Bestimmtheitsmaße zugrunde liegen, verbessert sich das korrigierte R^2 mit Blick auf die Modelle der einzelnen Wählerlager. Hier zeigt sich vor allem für Kandidaten, die moderat von den Moderatorenvorgaben abweichen, ein geringes, aber positives Varianzaufklärungspotenzial (Lager des Kandidaten: $R^2=.078$; Lager des politischen Gegners: $R^2=.083$; Lager der Unentschiedenen: $R^2=.038$). Zudem bestätigen sich die in Tabelle 20 angedeuteten Befunde: Herausforderer weisen unter Kontrolle der ihnen zugeschriebenen Kompetenzen und der Umfrageergebnisse bezüglich des eigenen Lagers höhere Zusammenhänge mit den Interessen der eigenen Anhänger auf, wenn sie sich moderat von den Vorgaben der Moderatoren lösen (.389; $p<.1$). Bezüglich der Anhänger des gegnerischen Lagers weisen hingegen die in Hypothese 8 und Hypothese 9 angenommenen Determinanten größere Einflussstärke auf responsives Themenmanagement moderat abweichender Kandidaten auf: hier zeigt sich – anders als in Hypothese angenommen – zum einen, dass sich die Kandidaten umso responsiver bezüglich der Interessen des gegnerischen Lagers verhalten, je größer der Anteil ihnen zugesprochenener Kompetenzen ist (.578; $p<.05$). Zum anderen verhalten sich Kandidaten, die in moderatem Maße von den Themenvorgaben der Moderatoren abweichen – allerdings responsiver bezüglich des gegnerischen Lagers, je stärker sie in den letzten Umfragen vor dem jeweiligen TV-Duell hinter ihren Kontrahenten zurückliegen (-.798, $p<.05$). Die vorliegenden Befunde sprechen also dafür, Hypothese 8 abzulehnen und Hypothese 9 anzunehmen.

TV-Duelle im klassischen Sinne, also nach ihrer ursprünglichen Idee des Aufeinandertreffens der Spitzenkandidaten der beiden Parteien, die gemessen an Umfragen die realistischste Chance aufweisen, nach der Wahl den Regierungschef zu stellen, werden im Normalfall und auch in Deutschland in der überwiegenden Anzahl der Debatten als Duell der zwei Spitzenkandidaten der Parteien CDU/CSU und SPD ausgetragen. Um die bereits dokumentierten Ergebnisse abzusichern, werden im Folgenden jene TV-Debatten von der Analyse ausgeschlossen, an denen mit zwei Herausforderern insgesamt drei Kandidaten teilgenommen haben.

Tabelle 22: Determinanten des Themenmanagements nach Abweichungsgraden von Moderatorvorgaben

Modelle 2a:	Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
	gering	moderat	hoch
Gesamte Wählerschaft			
Kandidat (0=AmtsInhaber, 1=Herausforderer)	,049	-,067	-,041
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	,151	,499	-,151
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	-,049	-,523	,108
Korrigiertes R ²	-,073	-,003	-,074
Modelle 2b:	Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
	gering	moderat	hoch
Eigenes Lager			
Kandidat (0=AmtsInhaber, 1=Herausforderer)	-,063	,389 [#]	-,122
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	-,140	,101	-,080
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	,170	-,046	,262
Korrigiertes R ²	-,073	,078	-,005
Modelle 2c:	Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
	gering	moderat	hoch
Lager des Gegners			
Kandidat (0=AmtsInhaber, 1=Herausforderer)	-,031	-,294	,284
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	-,002	,578*	-,218
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	,024	-,798*	,206
Korrigiertes R ²	-,071	,083	,032
Modelle 2d:	Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
	gering	moderat	hoch
Lager Unentschiedene/andere Parteien			
Kandidat (0=AmtsInhaber, 1=Herausforderer)	,040	,182	-,156
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)	,013	-,267	-,247
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)	,203	-,156	,266
Korrigiertes R ²	-,055	,038	-,009

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). Auswertung für alle TV-Duelle, 1997-2016 (N=50 TV-Duelle; N=107 Kandidaten). AV: Δ (r_s Kandidat; Wähler gesamt) bzw. (r_s Kandidat; Wählerlager); UVs: Kandidat: Zweite Herausforderer werden in den entsprechenden Debatten mit erstem Herausforderer zusammengefasst; Kompetenzwert=mittlere Kompetenz über alle Themenbereiche, die vor dem Duell von Wählern als wichtig benannt und im TV-Duell angesprochen wurden; Umfragewert: Positive Differenz zur Partei des Gegners in letzter Sonntagsfrage vor TV-Duell=Vorteil; negative Differenz=Nachteil; Einteilung der Abweichungsgrade in Terzilen der Differenz der Rangkorrelationskoeffizienten r Moderator – Kandidaten (r_s Moderator; Wähler – r_s Kandidat [_{AmtsInhaber; Herausforderer}]; Wähler). Signifikanzniveaus: ***=p<.001; **p<.01; *p<.05; #=p<.1.

Tabelle 23 dokumentiert die Ergebnisse dieser Analysen. Der Effekt der Kompetenzzuschreibungen, der bei Betrachtung aller Kandidaten vorlag, zeigt sich bei Gesamtbetrachtung der ‚klassischen‘ TV-Duelle ebenfalls für jene Kandidaten, die moderat von den inhaltlichen Vorgaben der Moderatoren abweichen (,694, p<.1). Ein Vorsprung in der insgesamt zugesprochenen Lösungskompetenz wirkt sich demnach – anders als in Hypothese 8 angenommen – für die Gruppe der moderat abweichenden Kandidaten positiv auf die Responsivität der Kandidaten zur gesamten Wählerschaft aus. Diese generelle Tendenz bleibt auch bei lagerspezifischer Betrachtung bestehen, am stärksten – wie bei Betrachtung *aller* TV-Duelle – fällt der Effekt im parteipolitischen Lager des gegnerischen Spitzenkandidaten aus, allerdings sind diese nicht signifikant. Dies trifft hingegen auf den Effekt – wie in Hypothese 9 angenommen – von Umfragerückständen im La-

ger des Gegners zu: je stärker die Kandidaten, die sich moderat von den Vorgaben der Moderatoren lösen, in den letzten Umfragen vor den TV-Duellen zurückliegen, desto responsiver verhalten sie sich bezüglich der sachpolitischen Interessen des gegnerischen Wählerlagers (-,713, $p < .05$). Dieser Effekt zeigt sich auch bei Gesamtbetrachtung der Wähler sowie den eigenen Anhängern und den unentschiedenen bzw. Wählern anderer Parteien, allerdings fallen diese nicht signifikant aus.

Tabelle 23: Determinanten des Themenmanagements nach Abweichungsgraden von Moderatorvorgaben (ohne 2. Herausforderer)

Modelle 3a:		Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
Gesamte Wählerschaft		gering	moderat	hoch
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)		,140	-,218	,031
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)		-,057	,694 [#]	-,223
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)		-,177	-,607	,035
Korrigiertes R ²		-,021	,040	-,068
Modelle 3b:		Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
Eigenes Lager		gering	moderat	hoch
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)		-,107	,312	-,072
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)		-,005	,359	-,174
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)		-,108	-,278	,188
Korrigiertes R ²		-,097	,143	-,062
Modelle 3c:		Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
Lager des Gegners		gering	moderat	hoch
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)		-,305	-,284	,293
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)		,033	,443	-,208
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)		-,142	-,713*	,206
Korrigiertes R ²		-,049	,052	,020
Modelle 3d:		Abweichungsgrad der Kandidaten von inhaltlichen Moderatorvorgaben		
Lager Unentschiedene/andere Parteien		gering	moderat	hoch
Kandidat (0=Amtsinhaber, 1=Herausforderer)		-,013	,137	-,056
Kompetenzwert (Nachteil vs. Vorteil)		,365	,151	-,325
Umfragewert (Nachteil vs. Vorteil)		-,182	-,258	,329
Korrigiertes R ²		-,051	-,005	-,011

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). Auswertung für alle TV-Duelle mit einem Herausforderer, 1997-2016 (N=43 TV-Duelle; N=86 Kandidaten). AV: Δ (r Kandidat;Wähler gesamt) bzw. (r_s Kandidat;Wählerlager); UVs: Kandidat: Nur Amtsinhaber und erster Herausforderer; Kompetenzwert=mittlere Kompetenz über alle Themenbereiche, die vor dem Duell von Wählern als wichtig benannt und im TV-Duell angesprochen wurden; Umfragewert: Positive Differenz zur Partei des Gegners in letzter Sonntagsfrage vor TV-Duell=Vorteil; negative Differenz=Nachteil; Einteilung der Abweichungsgrade in Terzilen der Differenz der Rangkorrelationskoeffizienten r Moderator - r_s Kandidaten (r_s Moderator;Wähler - r_s Kandidat [_{Amtsinhaber; Herausforderer}];Wähler). Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p < .1$.

RESPONSIVITÄTSMESSUNGEN IN SCHLUSSTATEMENTS (Forschungsfrage 4)

Eingangs- und Schlussstatements bieten den Spitzenkandidaten im TV-Duell die tatsächlich einzige Gelegenheit, unabhängig von der inhaltlichen Dramaturgie, die von den Moderatoren vorgegeben wird, eigene Themenschwerpunkte zu setzen und diese frei zu bestimmen. Damit steht es ihnen frei, ob sie inhaltliche Standpunkte ansprechen, denen sie selbst, ihre Partei und bzw. oder die Wähler Relevanz zuweisen. Diese Momente innerhalb der Debatten lassen sich daher als eine Phase kennzeichnen, an denen sich die strategische Ausrichtung der Kandidaten – im Rahmen des Formats TV-Duell – ablesen lassen kann. Worauf legen die Kandidaten besonders viel Wert? Die Interessen aller Wähler, des Gegners oder des eigenen Lagers?

Dass diese Elemente der TV-Duelle vorliegen, ist mit Blick auf die Debatten im Untersuchungszeitraum kein Automatismus (vgl. Tabelle 24). Nur ein Fünftel aller TV-Duelle beinhaltet direkt von Beginn der Sendungen die Gelegenheit für freie Schwerpunktsetzung seitens der Kandidaten. Mit Ausnahme des TV-Duells zur Bundestagswahl 2013 wurden diese in den letzten Jahren des Untersuchungszeitraums gar nicht mehr eingesetzt. Stattdessen setzen die Redakteure der Sendungen verstärkt auf die Integration von Schlussstatements zum Ende der Ausstrahlung. Insgesamt 29 von 50 Debatten konnten die Kandidaten – meist über eine Länge von 60 bis 90 Sekunden – frei festlegen, mit welchen Statements sie den letzten Eindruck bei den Zuschauern hinterlassen wollten. Aus dem Blickwinkel von Responsivität bezüglich der Wählerinteressen stellt sich damit die Frage, ob die Kandidaten in diesen Aussagen auf Wählerinteressen abzielen und falls ja, welches Lager sie hier konkret ansprechen wollen.

Tabelle 24: Überblick über TV-Duelle mit Eingangs- und Schlussstatements

TV-Duell	Wahljahr	Eingangsstatements	Schlussstatements	TV-Duell	Wahljahr	Eingangsstatements	Schlussstatements
1	Hamburg 1997			26	Schleswig-Holstein 2009		x
2	Niedersachsen 1998	x		27	Brandenburg 2009		x
3	Schleswig-Holstein 2000			28	Nordrhein-Westfalen 2010		x
4	Baden-Württemberg 2001			29	Hamburg 2011 (1. Duell)		x
5	Bundestagswahl 2002 (1. Duell)	x	x	30	Hamburg 2011 (2. Duell)		x
6	Bundestagswahl 2002 (2. Duell)	x	x	31	Sachsen-Anhalt 2011		x
7	Mecklenburg-Vorpommern 2002		x	32	Baden-Württemberg 2011		
8	Niedersachsen 2003 (1. Duell)			33	Rheinland-Pfalz 2011		x
9	Niedersachsen 2003 (2. Duell)			34	Mecklenburg-Vorpommern 2011		x
10	Thüringen 2004			35	Berlin 2011 (1. Duell)		x
11	Brandenburg 2004			36	Berlin 2011 (2. Duell)		
12	Sachsen 2004	x		37	Saarland 2012		
13	Schleswig-Holstein 2005			38	Nordrhein-Westfalen 2012		x
14	Nordrhein-Westfalen 2005 (1. Duell)		x	39	Schleswig-Holstein 2012		
15	Nordrhein-Westfalen 2005 (2. Duell)	x	x	40	Niedersachsen 2013		x
16	Bundestagswahl 2005		x	41	Bundestagswahl 2013	x	x
17	Baden-Württemberg 2006			42	Bayern 2013		x
18	Berlin 2006	x	x	43	Hessen 2013		x
19	Mecklenburg-Vorpommern 2006		x	44	Brandenburg 2014		x
20	Hessen 2008			45	Hamburg 2015 (1. Duell)		
21	Niedersachsen 2008		x	46	Hamburg 2015 (2. Duell)		x
22	Hamburg 2008	x	x	47	Baden-Württemberg 2016		
23	Bayern 2008	x		48	Rheinland-Pfalz 2016		x
24	Thüringen 2009			49	Mecklenburg-Vorpommern 2016		x
25	Bundestagswahl 2009	x	x	50	Berlin 2016		

Wie Tabelle 25 zeigt, gelingt es den Kandidaten in der überwiegenden Anzahl der Debatten, zumindest eines der drei wichtigsten Themen auf der Wähleragenda zu adressieren. Bei isolierter Betrachtung der letzten Sekunden der TV-Duelle scheint es demnach ein gewisses Bewusstsein der Kandidaten für die Wählerinteressen zu geben. Dass im Untersuchungszeitraum aber durchaus auch Kandidaten an Debatten teilnahmen, die ihre Schlussstatements ausschließlich für unpolitische Aussagen nutzten und kein sachpolitisches Thema mehr in den letzten Sekunden des Duells ansprachen, zeigt ein Überblick über die in den Schlussstatements angesprochenen Themen. Dies trifft auf 8 von 61 Kandidaten, die ein freies Statement am Ende der Debatten einsetzen konnten, zu. Auch insgesamt überwiegen in den Schlussstatements Aussagen zu politischen Sachfragen (87 Prozent aller funktionalen Aussagen), lediglich 13 Prozent aller funktionalen Aussagen werden innerhalb der Schlussstatements zur Strukturierung des TV-Duells oder für unpolitische Aussagen.¹⁷⁰ Hier wird die Ansprache sachpolitischer Themen auch mit der Bitte um Vertrauen für die Übertragung des Mandats oder dem direkten Werben um die Stimme der Wähler verknüpft.¹⁷¹ Nur 6 von 61 fraglichen Kandidaten konzentrierten sich ausschließlich auf politische Themenfelder. Allerdings gelang es ihnen dadurch nicht zwingend, die wichtigsten Themen der Wähler zu adressieren, also alle Top-3-Themen der Wähler anzusprechen – dies gelang nur einer Kandidatin. In der Gesamtschau lässt sich allerdings festhalten, dass die Kandidaten in dem einzigen – dramaturgisch festgelegten – Debattensegment, das sie inhaltlich völlig frei und abgekoppelt von jeglichen thematischen Vorgaben durch die Moderatoren gestalten können, überwiegend solche Themen ansprechen, die für die Zuschauer von großem Interesse sind.

¹⁷⁰ Vgl. dazu Anlage 13.

¹⁷¹ So auch beispielsweise im TV-Duell 2013: *Peer Steinbrück*: „Meine Vorstellung von Deutschland ist: wir wollen gerechter sein und gleichzeitig auch diese Gesellschaft zusammenhalten. Wir wollen mehr ‚Wir‘, weniger als ‚Ich‘. Das ist mein Plan von Deutschland und dafür werbe ich um Ihre Unterstützung am 22.9.“. *Angela Merkel*: „[Liebe ^ Mitbürgerinnen und Mitbürger, wir haben die Argumente heute Abend ausgetauscht und jetzt sind Sie dran und können wählen. Sie kennen mich und Sie wissen, was ich anpacken möchte und wie ich das mache. Und wir hatten vier gute Jahre für Deutschland und ich möchte, dass auch die nächsten Jahre gute Jahre werden. Wir können das nur gemeinsam schaffen, erfolgreich zu sein.“; vgl. Maier, Maier et al. (2013: 83).

Tabelle 25: Ansprache der Top-3-Themen im Rahmen der Schlussstatements nach Wählerlager

Politische Ebene	Kandidat	Mindestens ein Top-3-Thema aller Wähler in Schlussstatement angesprochen				Assoziationsstärke
		N	nein (%)	N	ja (%)	
Bund und Land	Amtsinhaber	8	27,6	21	72,4	
	Herausforderer	12	41,4	17	58,6	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=61)	21	34,4	40	65,6	,142 n.s.
Land	Amtsinhaber	8	33,3	16	66,7	
	Herausforderer	12	50,0	12	50,0	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=51)	21	41,2	30	58,8	,169 n.s.
Mindestens ein Top-3-Thema des Amtsinhabers in Schlussstatement angesprochen						
Bund und Land	Amtsinhaber	8	27,6	21	72,4	
	Herausforderer	14	48,3	15	51,7	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=61)	23	37,7	38	62,3	,209 n.s.
Land	Amtsinhaber	8	33,3	16	66,7	
	Herausforderer	14	58,3	10	41,7	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=51)	23	45,1	28	54,9	,251 n.s.
Mindestens ein Top-3-Thema des Herausforderers in Schlussstatement angesprochen						
Bund und Land	Amtsinhaber	7	24,1	22	75,9	
	Herausforderer	11	37,9	18	62,1	
	2. Herausforderer	0	0,00	3	100	
	Gesamt (N=61)	18	29,5	43	70,5	,208 n.s.
Land	Amtsinhaber	7	29,2	17	70,8	
	Herausforderer	11	45,8	13	54,2	
	2. Herausforderer	0	0,00	3	100	
	Gesamt (N=51)	18	35,3	33	64,7	,250 n.s.
Mindestens ein Top-3-Thema des Lagers Unentschiedener/anderer Parteien in Schlussstatement angesprochen						
Bund und Land	Amtsinhaber	9	24,1	22	75,9	
	Herausforderer	8	41,4	17	58,6	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=61)	20	32,8	41	67,2	,179 n.s.
Land	Amtsinhaber	7	29,2	17	70,8	
	Herausforderer	12	50,0	12	50,0	
	2. Herausforderer	1	33,3	2	66,7	
	Gesamt (N=51)	20	39,2	31	60,8	,209 n.s.

Anmerkung: Auswertung für TV-Debatten mit Schlussstatements (vgl. Tabelle 24); Assoziationsmaß: Cramers V.

Signifikanzniveaus: ***=p<0,001; **=p<0,01; *=p<0,05; #=p<0,1; n.s.=nicht signifikant.

8.2.4 Zwischenfazit zu Determinanten des Themenmanagements in TV-Duellen

Dass Kandidaten aktiv Themenmanagement betreiben, sich also von den Vorgaben der Moderatoren lösen, zeigt sich in Rangkorrelationskoeffizienten, die von denen der Moderatoren abweichen, also niedriger oder höher ausfallen. Im Zuge der isolierten Betrachtung jener Kandidaten, die sich in moderatem Umfang von der Themenstruktur der Moderatoren lösen konnten, zeigten sich generell positive Effekte von Kompetenzvorteilen auf die Responsivität der Kandidaten, Hypothese 8 muss daher abgelehnt werden. Anders verhält es sich mit den Effekten, die von der Gunst der Wähler auf responsives Verhalten ausgehen: hier zeigen sich ebenfalls für jene Kandidaten, die in moderatem Maße eigene Themenschwerpunkte setzten, positive Effekte, sofern Kandidaten mit einem Rückstand in den letzten Umfragen in den TV-Debatten antraten. Hypothese 9 kann somit tendenziell – unter Maßgabe der Möglichkeit, eigene Themenschwerpunkte setzen zu können – bestätigt werden. Abschließend haben die Analysen gezeigt, dass die wichtigsten Themen der Wähler *nicht in Gänze* Eingang in die Abschlussstatements der Kandidaten finden. In der Gesamtschau lässt sich allerdings festhalten, dass das einzig frei gestaltbare Debattensegment dazu genutzt wird, weniger unpolitische, sondern überwiegend solche Themen anzusprechen, denen die Wähler große Relevanz zuweisen.

Zusammenfassend zeigt sich nach Abschluss der Hypothesenüberprüfung, die ausschließlich die Wähleragenda vor den TV-Debatten mit den Debatteninhalten verknüpfen, ein differenziertes Bild (vgl. Tabelle 26), das – mit einigen Einschränkungen – weitgehend positive Ergebnisse bezüglich der Responsivität von TV-Debatten zu Tage fördert.

Tabelle 26: Zwischenergebnisse der Hypothesenprüfung

TV-Duell-Inhalte				
H1	✓			
H2	✓			
H3	X			
FF1	vage formulierte Aussagen überwiegen konkrete Aussagen			
FF2	Thematische Unterschiede auf den politischen Ebenen			
Responsivität				
	aggregiert		graphisch	
	Themen-differenzen	Rang-korrelationen	Themen-differenzen	Rang-korrelationen
H4	✓ (Bund: X)	✓ (Bund: X)	✓	✓
H5		✓ (Bund: X)	✓	✓
H6		✓ (H Bund: ✓)	✓ (H)	✓ (A: X)
H7		X (Bund: ✓)	X	X
FF3	insgesamt leichte Bevorzugung der Interessen des Herausforderer-lagers; häufiger hoch responsiv im Lager			
Determinanten der Responsivität				
	Alle TV-Duelle		Klassische TV-Duelle	
	Gesamt-betrachtung	moderate Abweichung	moderate Abweichung	
H8	X	X	X	
H9	✓	✓	✓	
FF4	überwiegend Ansprache von min. ein Top-3-Wähler-Thema			

In den bisherigen Ausführungen und Analysen wurde mittels Kombination von Umfragedaten und einer umfangreichen Inhaltsanalyse ermittelt, inwieweit die aus Sicht der Wähler wichtigsten politischen Probleme Eingang in TV-Debatten, den vielfachen Höhepunkt der Wahlkämpfe der letzten 20 Jahre, fanden und welche Wählersegmente potentiell stärker von den debattierten Inhalten profitieren konnten. Welche Effekte ausgebliebene oder vorhandene Responsivität, die hier ermittelt wurde, allerdings tatsächlich auf die Zuschauer haben kann, kann mit den bisher betrachteten Daten nicht beantwortet werden. Für derartige Analysen sind zwingend solche Daten notwendig, mit Hilfe derer tatsächliche Kausalitäten zwischen Debatteninhalten und daraus resultierenden Effekten untersucht werden können. Diese Daten können in Form von Experimentaldaten zur Verfügung gestellt und analysiert werden, die im direkten Umfeld der TV-Debatten erhoben wurden. Eine Betrachtung derartiger Experimentaldaten schließt sich daher im folgenden Kapitel an.

9. Responsivitäts- und Persuasionspotential von TV-Duellen: Debatteneffekte auf die Wähleragenda

Die Untersuchung von Experimentaldaten, die im Umfeld von TV-Debatten erhoben werden, bieten die unitäre Gelegenheit, direkte Effekte der Debatte auf die Rezipienten zu analysieren. Dies erstreckt sich von der unmittelbaren Bewertung der Überzeugungskraft einzelner Kandidaten im Hinblick auf rhetorisches Geschick über die Verfestigung oder Änderung der Kandidatenpräferenz bis hin zu inhaltlichen Vergleichen der von den Kandidaten angebotenen Lösungskompetenzen einzelner politischer Probleme. Während es durch die kombinierte Untersuchung von Umfragedaten und Inhaltsanalysen der TV-Duelle möglich ist, Responsivitätsmessungen vornehmen zu können, lassen sich durch den Vergleich von Inhaltsanalysen und Experimentaldaten unmittelbare Effekte erfolgreicher und nicht-erfolgreicher Persuasion messen. Im Folgenden werden daher Daten analysiert, die an den Abenden der Kanzlerduelle der Jahre 2002, 2009 und 2013 erhoben wurden und im Hinblick auf ihr Potential für Änderungen der Themeneinstellungen und Einstellungen der Rezipienten bezüglich politischer Unterstützungspotentiale betrachtet.

9.1 Inhaltliches Responsivitäts- und Persuasionspotential der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013

Tabelle 27 dokumentiert, welche Themen die Zuschauer der beiden TV-Duelle 2002 sowie der Jahre 2009 und 2013 vor der Debattenrezeption als wichtigste politische Probleme benannt haben. Hier werden verschiedene Aspekte deutlich, die Auswirkung auf die Vergleichbarkeit der Daten hinsichtlich der Interpretation möglicher Effekte haben. Zum einen macht ein Vergleich der Wähleragenden 2002 und 2009 bzw. 2013 deutlich, dass Rezipienten eine große Bandbreite an Themen benennen können, die sie für wichtig erachten. Während die Zuschauer in den Jahren 2002 vor dem jeweiligen Duell gebeten wurden, sechs vorgegebene Themen in eine Reihenfolge bezüglich der Dringlichkeit politischen Handlungsbedarfs zu bringen, konnten die Zuschauer der anderen beiden Duelle ihre wichtigsten Themen frei benennen. Dies hat zur Folge, dass die im Zuge der TV-Duell-Studien 2009 und 2013 erhobene Wähleragenda sehr viel stärker der Wähleragenda entspricht, die in diesen Jahren über repräsentative Bevölkerungsumfragen erhoben wurden (vgl. Wähleragenda 2009 und 2013 in Anhang 10). In den Jahren 2002 wiesen aber sowohl die Debattenzuschauer als auch die mittels Bevölkerungsumfrage befragten Wähler zumindest der Arbeitsmarktpolitik den größten Handlungsbedarf zu.

Tabelle 27: Wähler- und Debattenagenda der Kanzlerduelle (Experimentaldaten)

Wähleragenda 2002, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Wähleragenda nach dem Duell	
Rang	Politikfeld	Anteil an Nennungen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an Nennungen
1	Arbeitsmarkt	66,2	Finanzen	27,7	Arbeit	30,8	Finanzen	31,5	Finanzen	31,9	Finanzen	31,2	Arbeitsmarkt	70,6
2	Bildung	16,2	Arbeitsmarkt	21,8	Internat. Bez.	12,8	Arbeitsmarkt	19,5	Arbeitsmarkt	22,2	Arbeitsmarkt	16,9	Bildung	17,6
3	Soziales	13,2	Internat. Bez.	13,8	Verteidigung	12,8	Internat. Bez.	14,1	Soziales	15,3	Internat. Bez.	15,6	Soziales	5,9
4	Inneres	2,9	Soziales	13,3	Umwelt	12,8	Soziales	14,1	Internat. Bez.	12,5	Soziales	13,0	Inneres	4,4
5	Finanzen	1,5	Umwelt	8,0	Finanzen	12,8	Wirtschaft	7,4	Wirtschaft	8,3	Umwelt	9,1	Umwelt	1,5
6			Wirtschaft	5,9	Soziales	10,3	Umwelt	6,7	Umwelt	4,2	Wirtschaft	6,5		
7			Verteidigung	4,3	Infrastruktur	5,1	Infrastruktur	3,4	Infrastruktur	2,8	Infrastruktur	3,9		
8			Ostdeutschl.	0,5	Sonstiges	2,6	Verteidigung	2,0	Verteidigung	1,4	Verteidigung	2,6		
9			Sonstiges	1,1			Ostdeutschl.	0,7	Sonstiges	1,4	Ostdeutschl.	1,3		
10							Sonstiges	0,7						
Anteil an funktionalen Aussagen			56,5		36,1		66,2		66,7		65,8			
					$X^2=20,480, df=9; Cramers V=,330 (p<.1)$				$X^2=4,870, df=9; Cramers V=,181 (p>.1)$				$X^2=125,096, df=16; Cramers V=,678 (p<.001)$	
Wähleragenda 2002, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Wähleragenda nach dem Duell	
Rang	Politikfeld	Anteil an Nennungen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an Nennungen
1	Arbeitsmarkt	68,1	Arbeitsmarkt	23,3	Verteidigung	21,1	Arbeitsmarkt	25,8	Arbeitsmarkt	27,8	Arbeitsmarkt	23,8	Arbeitsmarkt	69,0
2	Finanzen	11,1	Verteidigung	17,8	Soziales	21,1	Verteidigung	17,2	Soziales	18,6	Internat. Bez.	16,8	Bildung	12,7
3	Bildung	9,7	Internat. Bez.	15,7	Internat. Bez.	15,8	Internat. Bez.	15,7	Verteidigung	17,5	Verteidigung	16,8	Finanzen	11,3
4	Soziales	8,3	Soziales	14,4	Wirtschaft	13,2	Soziales	13,1	Internat. Bez.	14,4	Inneres	10,9	Soziales	5,6
5	Inneres	2,8	Inneres	9,3	Inneres	10,5	Inneres	9,1	Inneres	7,2	Bildung	8,9	Inneres	1,4
6			Wirtschaft	8,1	Arbeitsmarkt	10,5	Wirtschaft	7,1	Wirtschaft	6,2	Soziales	7,9		
7			Bildung	5,9	Bildung	5,3	Bildung	6,1	Finanzen	4,1	Wirtschaft	7,9		
8			Finanzen	5,1	Finanzen	2,6	Finanzen	5,6	Bildung	3,1	Finanzen	6,9		
9			Ostdeutschl.	0,4			Ostdeutschl.	0,5	Ostdeutschl.	1,0				
Anteil an funktionalen Aussagen			56,5		33,9		64,7		60,2		69,7			
					$X^2=7,132, df=8; Cramers V=,174 (p>.1)$				$X^2=10,229, df=8; Cramers V=,227 (p>.1)$				$X^2=169,443, df=16; Cramers V=,772 (p<.001)$	

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale Anteile aller Nennungen des wichtigsten politischen Problems vor der jeweiligen TV-Debatte sowie aller politischen Aussagen der einzelnen Debattenakteure innerhalb der jeweiligen Debatte. Signifikanteste Wähleragenda nach Duell bezieht sich auf Vergleich mit Wähleragenda vor Duell. Auswertung auf Rangbasis. Quelle: eigene Auswertung.

9. Responsivitäts- und Persuasionspotential von TV-Duellen: Debatteneffekte auf die Wähleragenda

Wähleragenda 2009			Agenda Debatte		Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Wähleragenda nach dem Duell	
Rang	Politikfeld	Anteil an Nennungen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an Nennungen
1	Arbeitsmarkt	54,2	Finanzen	31,6	Wirtschaft	32,3	Finanzen	31,8	Finanzen	38,5	Finanzen	26,8	Arbeitsmarkt	50,5
2	Wirtschaft	24,1	Wirtschaft	26,3	Finanzen	30,6	Wirtschaft	24,7	Wirtschaft	22,9	Wirtschaft	26,0	Wirtschaft	28,7
3	Bildung	6,1	Arbeitsmarkt	15,8	Arbeitsmarkt	16,1	Arbeitsmarkt	15,7	Arbeitsmarkt	13,5	Arbeitsmarkt	17,3	Soziales	6,1
4	Soziales	5,8	Soziales	10,9	Soziales	11,3	Soziales	10,8	Soziales	9,4	Soziales	11,8	Bildung	5,4
5	Finanzen	4,4	Infrastruktur	4,9	Verteidigung	4,8	Infrastruktur	5,4	Infrastruktur	6,3	Infrastruktur	4,7	Infrastruktur	3,2
6	Infrastruktur	1,6	Verteidigung	3,9	Infrastruktur	3,2	Verteidigung	3,6	Verteidigung	4,2	Bildung	3,9	Finanzen	2,5
7	Umwelt	1,4	Bildung	1,8	Sonstiges	1,6	Bildung	2,2	Internat. Bez.	2,1	Verteidigung	3,1	Umwelt	2,0
8	Verteidigung	,9	Internat. Bez.	0,7			Internat. Bez.	0,9	Sonstiges	3,1	Umwelt	0,8	Verteidigung	1,0
9	Inneres	,7	Umwelt	0,4			Umwelt	0,4			Ostdeutshl.	0,8	Internat. Bez.	0,2
10	Internat. Bez.	,5	Ostdeutshl.	0,4			Ostdeutshl.	0,4			Sonstiges	4,7	Inneres	0,2
11	Ostdeutshl.	,2	Sonstiges	3,5			Sonstiges	4,0					Ostdeutshl.	0,2
Anteil an funktionalen Aussagen			50,9		35,4		57,9		50,3		65,5			
			$X^2=5,073$, $df=10$; Cramers $V=,133$ ($p>.1$)				$X^2=12,065$, $df=10$; Cramers $V=,233$ ($p>.1$)				$X^2=1473,192$, $df=100$; Cramers $V=,606$ ($p<.001$)			
Wähleragenda 2013			Agenda Debatte		Agenda Moderatoren		Agenda Kandidaten		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Wähleragenda nach dem Duell	
Rang	Politikfeld	Anteil an Nennungen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Anteil Aussagen	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an pol. Aussagen	Politikfeld	Anteil an Nennungen
1	Soziales	28,2	Soziales	27,8	Finanzen	28,6	Soziales	28,2	Finanzen	25,8	Soziales	32,0	Soziales	31,6
2	Arbeitsmarkt	25,9	Finanzen	26,2	Soziales	26,5	Finanzen	25,5	Soziales	23,9	Finanzen	25,3	Arbeitsmarkt	23,2
3	Finanzen	19,6	Arbeitsmarkt	15,7	Inneres	13,3	Arbeitsmarkt	16,7	Arbeitsmarkt	16,6	Arbeitsmarkt	16,9	Finanzen	18,4
4	Wirtschaft	7,8	Inneres	8,9	Arbeitsmarkt	12,2	Internat. Bez.	8,2	Inneres	9,8	Infrastruktur	9,0	Bildung	8,8
5	Bildung	7,8	Infrastruktur	8,4	Infrastruktur	11,2	Inneres	7,6	Internat. Bez.	8,6	Internat. Bez.	7,9	Wirtschaft	6,8
6	Infrastruktur	5,1	Internat. Bez.	8,2	Internat. Bez.	8,2	Infrastruktur	7,6	Wirtschaft	6,7	Inneres	5,6	Infrastruktur	5,2
7	Umwelt	2,7	Wirtschaft	3,4			Wirtschaft	4,4	Infrastruktur	6,1	Wirtschaft	2,2	Internat. Bez.	2,4
8	Internat. Bez.	1,6	Bildung	1,1			Bildung	1,5	Bildung	1,8	Bildung	1,1	Inneres	1,2
9	Verteidigung	,8	Sonstiges	0,2			Sonstiges	0,3	Sonstiges	0,6			Umwelt	1,2
10	Inneres	,4											Verteidigung	0,8
11													Ostdeutshl.	0,4
Anteil an funktionalen Aussagen			55,6		39,4		63,1		68,5		58,9			
			$X^2=11,244$, $df=8$; Cramers $V=,160$ ($p>.1$)				$X^2=10,232$, $df=8$; Cramers $V=,173$ ($p>.1$)				$X^2=590,818$, $df=90$; Cramers $V=,520$ ($p<.001$)			

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale Anteile aller Nennungen des wichtigsten politischen Problems vor der jeweiligen TV-Debatte sowie aller politischen Aussagen der einzelnen Debattenakteure innerhalb der jeweiligen Debatte. Signifikanztest Wähleragenda nach Duell bezieht sich auf Vergleich mit Wähleragenda vor Duell. Auswertung auf Rangbasis. Quelle: eigene Auswertung.

Zum anderen zeigt sich auf Ebene der Debatten selbst, dass die Debattenteilnehmer die Gelegenheit der Debatte dazu nutzten, verschiedene Themen unterschiedlich stark zu gewichten. In keiner der untersuchten Kanzlerduelle sprachen Kandidaten und Moderatoren vergleichbar stark über die für sie wichtigsten Themen, die zudem – mit Blick auf die zugrundeliegende Zuschaueragenda – auch vor allem auf Seiten der Moderatoren nicht immer der Themenpriorisierung der Zuschauer entsprach, die an den TV-Duell-Studien teilgenommen haben. Am ehesten gelang es dabei den Kandidaten der TV-Duelle 2002 (zweites Duell), 2009 und dem Herausforderer 2013, die meisten Aussagen auf das wichtigste politische Problem der Zuschauer zu verwenden.

Durch die unterschiedliche Top-1-Themenpriorisierung der Kandidaten besteht somit eine unterschiedliche Ausgangsposition für mögliche Änderungen der Zuschauereinschätzung bezüglich des wichtigsten Problems nach der Debattenrezeption. Stimmt das wichtigste Problem der Debattenteilnehmer nicht mit dem wichtigsten Problem der Zuschauer vor der Debatte überein, besteht Überzeugungspotential für diese Zuschauer, umgekehrt ist dies nicht der Fall. Es stellt sich somit die Frage, inwieweit sowohl Kandidaten als auch Moderatoren die Zuschauer zu einer Änderung ihrer Einschätzung bezüglich des wichtigsten politischen Problems nach der Debattenrezeption bewegen konnten. Wie Tabelle 28 dokumentiert, neigten die Zuschauer der Debatten 2009 und 2013 eher dazu, ihre Einschätzung des wichtigsten politischen Problems zu wechseln. Insgesamt war dies am häufigsten nach der Debatte 2013 der Fall, gefolgt von den Zuschauern der Debatte 2009. Dabei gelang es eher den Kandidaten, „ihr“ wichtigstes Problem an die Zuschauer heranzutragen als den Moderatoren.

Tabelle 28: Agenda-Setting-Effekte der Kanzlerduelle (Experimentaldaten)

TV-Duell	Änderung des wichtigsten Problems (%)		Agenda-Setting-Effekt vorhanden? (%)					
	nein	ja	Debatte		Kandidaten		Moderatoren	
			nein	ja	nein	ja	nein	ja
2002, 1	85,3	14,7	80,0	20,0			100	100
2002, 2	91,5	8,5	83,3	16,7			100	100
2009	66,9	33,1	72,1	27,9	29,4	70,6	82,4	17,6
2013	62,0	38,0	71,9	28,1		100	100	
N	515	227	165	62	10	52	54	8
N Gesamt	742		227		62		62	

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale Anteile sowie absolute Häufigkeiten der Befragten (N), die eine Änderung ihrer Einschätzung des wichtigsten Problems nach der Debattenrezeption im Vergleich zum Zeitpunkt der Befragung vor Debattenrezeption aufweisen. Quelle: eigene Auswertung.

Allerdings ist die alleinige Betrachtung der Veränderung des wichtigsten politischen Problems nur bedingt für den Nachweis von Debatteneffekten geeignet. Zum einen lassen sich TV-Duelle inhaltlich zwar hierarchisch ordnen (wie u.a. Tabelle 27 zeigt), allerdings würde die ausschließliche Betrachtung des wichtigsten Debattenproblems die inhaltliche Struktur des Formats ignorieren, da TV-Debatten mehr als nur ein Themenfeld adressieren. Aus diesem Grunde werden im Folgenden erneut Rangkorrelationen der drei wichtigsten Probleme der Wähler sowie der Debatthemen berichtet, um die Debatteninhalte realistischer abbilden zu können. Zudem ist

diese Betrachtung anschlussfähig an die in Kapitel 8.1 deskriptiv dokumentierten Analysen. Darüber hinaus kann bei Betrachtung der Wähleragenda *vor* den Debatten ($r_s W1$) sowohl der Responsivitätsgehalt der tatsächlichen Debattenrezipienten überprüft werden, als bei Betrachtung der Wähleragenda *nach* den Debatten auch, ob und inwiefern sich Persuasionseffekte auf die Zuschauer nachweisen lassen können ($\Delta r_s W2 - r_s W1$).

Tabelle 29 dokumentiert die Ergebnisse der auf Debattenebene und bei Gesamtbetrachtung gemessenen mittleren Rangkorrelationskoeffizienten (Spearman's Rho r_s). Hier zeigt sich, dass die Inhalte der zweiten TV-Debatte 2002 die höchste Responsivität mit den Interessen der Wähler vor der Debatte aufweisen – und das sowohl auf Grundlage der gesamten Debatte ($r_s W1_{\text{Debatte}} = ,454$), als auch bei kandidatspezifischer Betrachtung ($r_s W1_{\text{Amtsinhaber}} = ,489$ bzw. $r_s W1_{\text{Herausforderer}} = ,446$). Die geringsten Zusammenhänge liegen für das jüngste TV-Duell im Untersuchungszeitraum vor: 2013 liegt die mittlere Responsivität der gesamten Debatte und des Herausforderers mit einem Rangkorrelationskoeffizienten von jeweils $r_s W1 = ,066$ praktisch kaum vor; für den Amtsinhaber fällt sie nur geringfügig höher aus als beim politischen Gegner ($r_s W1_{\text{Amtsinhaber}} = ,121$).

Zudem verdeutlicht die Übersicht, dass bei gemeinsamer Betrachtung aller Debatten der Zusammenhang zwischen Debatten- und Wähleragenda nach der Debattenrezeption zwar höher ausfällt als mit den Wählerinteressen vor der Debatte – und das sowohl kandidatenunabhängig ($\Delta r_s W2 - W1_{\text{Debatte}} = +,040$), als auch bei kandidatspezifischer Betrachtung ($\Delta r_s W2 - W1_{\text{Amtsinhaber}} = +,021$ bzw. $\Delta r_s W2 - W1_{\text{Herausforderer}} = +,045$). Die Unterschiede sind allerdings nicht signifikant. Die debattenspezifische Betrachtung zeigt darüber hinaus, dass diese Zunahme weitestgehend von der TV-Debatte 2009 ausgeht, die als einzige TV-Debatte signifikante Veränderungen der Rangkorrelationen aufweist. Zudem überdeckt die gemeinsame Betrachtung aller Debatten, dass mit der zweiten TV-Debatte 2002 sowie dem TV-Duell 2013 Debatten existieren, die eine negative Veränderung der inhaltlichen Übereinstimmung von Debatten- und Wählerinteressen aufweisen, allerdings sind auch diese nicht signifikant.

Tabelle 29: Responsivitäts- und Persuasionsgehalt der Kanzlerduelle 2002, 2009 und 2013

TV-Duell	Wähler- und Debattenagenda			Wähler- und Amtsinhaberagenda			Wähler- und Herausfordereragenda		
	W1	W2	$\Delta W2-W1$	W1	W2	$\Delta W2-W1$	W1	W2	$\Delta W2-W1$
2002, 1	,184 (,694)	,237 (,701)	+ ,053 (,287)	,184 (,694)	,237 (,701)	+ ,053 (,287)	,184 (,694)	,237 (,701)	+ ,053 (,287)
2002, 2	,454 (,611)	,443 (,622)	- ,011 (,191)	,489 (,592)	,450 (,625)	- ,039 (,269)	,446 (,599)	,468 (,567)	+ ,021 (,174)
2009	,311 (,678)	,395 (,645)	+ ,084* (,749)	,311 (,678)	,390 (,645)	+ ,079* (,751)	,311 (,678)	,397 (,639)	+ ,086* (,738)
2013	,066 (,763)	,042 (,754)	- ,024 (,847)	,121 (,756)	,053 (,764)	- ,068 (,815)	,066 (,762)	,044 (,763)	- ,021 (,872)
Gesamt	,242 (,709)	,282 (,695)	+ ,040 (,712)	,262 (,704)	,284 (,701)	+ ,021 (,707)	,242 (,704)	,287 (,695)	+ ,045 (,714)

N Befragte 672 672 670
Anmerkung: Ausgewiesen sind Mittelwerte der Rangkorrelationskoeffizienten Spearman's Rho (r_s) der Korrelation zwischen Agenda Befragungswelle 1 (W1) & Agenda der Debatte bzw. der Korrelation zwischen der Debattenagenda und Agenda der Befragungswelle 2 (W2); Berechnung der Ränge auf Grundlage der drei vom Zuschauer vor (W1) bzw. nach (W2) der Debatte benannten wichtigsten politischen Problemen und der Debattenagenda (Aussagen Ebene). In Klammern: Standardabweichung. Δ Korrelation = r_s (Debattenagenda & Agenda W2) – r_s (Agenda W1 & Debattenagenda). Signifikanzniveaus: ***=p<.001; **p<.01; *p<.05; #=p≤.1. Quelle: eigene Auswertung.

Um nun zu überprüfen, ob diese grundsätzliche Tendenz insignifikanter Effekte auch bei lagerspezifischer Betrachtung Bestand hat oder durch die gemeinsame Betrachtung aller Lager bedingt ist, werden die Zusammenhänge der Debatteninhalte nun nicht nur debatten-, sondern auch lagerspezifisch betrachtet (vgl. Tabelle 30). Hier treten drei wesentliche Erkenntnisse zu Tage:

Für den Herausforderer lassen sich nur bei gemeinsamer Betrachtung aller TV-Debatten positive Persuasionseffekte nachweisen und zwar interessanterweise unter jenen Zuschauern, die dem Lager des politischen Gegners zuzuordnen sind ($\Delta r_s W2-W1_{\text{Herausforderer}} = +,075$; $p < .1$). Bei debattenspezifischer Betrachtung zeigt sich, dass dies zwar auch in jedem der vier TV-Duelle der Fall ist, diese Persuasionseffekte auf der Debattenebene allerdings nicht signifikant ausfallen. Signifikante Zuwächse aller betrachteten Debattenakteure (Debatte gesamt, Amtsinhaber- und Herausforderer) zeigen sich darüber hinaus nur für Zuschauer der TV-Debatte 2009, die dem Lager der Herausforderer zuzuordnen sind ($\Delta r_s W2-W1_{\text{Debatte}} = +,100$; $\Delta r_s W2-W1_{\text{Amtsinhaber}} = +,094$; $\Delta r_s W2-W1_{\text{Herausforderer}} = +,108$; jeweils auf $p < .1$ -Niveau signifikant). Schließlich sind im Lager der Zuschauer, die über keine Parteibindung verfügen, über alle Debatten hinweg keine Persuasionseffekte nachweisbar, im Gegenteil: bei gemeinsamer Betrachtung aller vier Debatten stellen sich nach der Rezeption sogar negative Veränderungen der Zusammenhänge zwischen Debatteninhalten und Wählerinteressen ein, allerdings sind diese nicht signifikant. Diese resultieren erneut aus den Veränderungen der Debatten 2002 (1. Duell) sowie des TV-Duells 2013, da für die anderen beiden Duelle (2. TV-Duell 2002 und 2009) positive, aber nicht signifikante Persuasionseffekte durch die Debattenrezeption vorliegen.

Tabelle 30: Responsivitäts- und Persuasionsgehalt der Kanzlerduelle 2002, 2009 und 2013 nach Parteilagern

TV-Duell	Wähler Amtsinhaber- und Debattenagenda			Wähler Amtsinhaber- und Amtsinhaberagenda			Wähler Amtsinhaber- und Herausfordereragenda		
	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1
2002, 1	,000 (,685)	,036 (,678)	+0,036 (,312)	,000 (,685)	,036 (,678)	+0,036 (,312)	,000 (,685)	,036 (,678)	+0,036 (,312)
2002, 2	,425 (,587)	,410 (,598)	-0,015 (,249)	,473 (,549)	,458 (,562)	-0,015 (,168)	,390 (,597)	,434 (,594)	+0,044 (,217)
2009	,308 (,695)	,398 (,644)	+0,089 (,781)	,308 (,695)	,396 (,645)	+0,089 (,781)	,308 (,695)	,398 (,644)	+0,089 (,781)
2013	,081 (,802)	,170 (,804)	+0,088 (,130)	,221 (,764)	,097 (,764)	-0,124 (,120)	,081 (,801)	,177 (,809)	+0,096 (,909)
Gesamt	,241 (,710)	,304 (,686)	,064 (,693)	,276 (,694)	,297 (,685)	+0,021 (,672)	,234 (,710)	,310 (,681)	+0,075[#] (,693)
N Befragte	243			243			243		
TV-Duell	Wähler Herausforderer- und Debattenagenda			Wähler Herausforderer- und Amtsinhaberagenda			Wähler Herausforderer- und Herausfordereragenda		
	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1
2002, 1	,379 (,682)	,442 (,696)	+0,063 (,236)	,379 (,682)	,442 (,696)	+0,063 (,236)	,379 (,682)	,442 (,696)	+0,063 (,236)
2002, 2	,728 (,381)	,728 (,381)	,000 (-)	,755 (,382)	,644 (,557)	-0,111 (,471)	,700 (,378)	,700 (,378)	,000 (-)
2009	,308 (,680)	,409 (,643)	+0,100 [#] (,712)	,307 (,687)	,402 (,645)	+0,094 [#] (,718)	,308 (,680)	,416 (,632)	+0,108 [#] (,684)
2013	,089 (,734)	,049 (,733)	-0,041 (,850)	,148 (,732)	,113 (,756)	-0,036 (,833)	,091 (,738)	,040 (,742)	-0,052 (,851)
Gesamt	,263 (,702)	,310 (,694)	+0,044 (,724)	,284 (,700)	,320 (,699)	+0,036 (,730)	,262 (,701)	,306 (,692)	+0,044 (,711)
N Befragte	294			294			294		
TV-Duell	Wähler Unentschiedene- und Debattenagenda			Wähler Unentschiedene- und Amtsinhaberagenda			Wähler Unentschiedene- und Herausfordereragenda		
	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1
2002, 1	,430 (,670)	,521 (,670)	+0,091 (,302)	,430 (,670)	,521 (,670)	+0,091 (,302)	,430 (,670)	,521 (,670)	+0,091 (,302)
2002, 2	,115 (,828)	,103 (,845)	-0,012 (,040)	,115 (,828)	,103 (,845)	-0,012 (,040)	,248 (,795)	,215 (,774)	-0,033 (,110)
2009	,320 (,654)	,356 (,658)	+0,036 (,786)	,323 (,649)	,349 (,653)	+0,026 (,794)	,320 (,654)	,350 (,655)	+0,030 (,788)
2013	-0,001 (,791)	-0,103 (,737)	-0,102 (,790)	-0,038 (,789)	-0,118 (,735)	-0,081 (,771)	-0,001 (,787)	-0,088 (,752)	-0,079 (,886)
Gesamt	,201 (,727)	,189 (,730)	-0,012 (,725)	,189 (,729)	,181 (,728)	-0,009 (,761)	,212 (,722)	,205 (,724)	-0,007 (,761)
N Befragte	117			117			117		

Anmerkung: Ausgewiesen sind Mittelwerte der Rangkorrelationskoeffizienten Spearman's Rho (r_s) der Korrelation zwischen Agenda Befragungswelle 1 (W1) & Agenda der Debatte bzw. der Korrelation zwischen der Debattenagenda und Agenda der Befragungswelle 2 (W2); Berechnung der Ränge auf Grundlage der drei vom Zuschauer vor (W1) bzw. nach (W2) der Debatte benannten wichtigsten politischen Problemen und der Debattenagenda (Aussagenebene); Δ Korrelation = r_s (Debattenagenda & Agenda W2) - r_s (Agenda W1 & Debattenagenda). In Klammern: Standardabweichung. Lagereinteilung der Wähler nach Lagern der Parteiidentifikation (CDU/CSU/FDP bzw. SPD/Grüne/PDS/Linke bzw. unentschieden/andere/keine Parteiidentifikation zusammengefasst). Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Um nun die Effekte der Abweichung einzelner Kandidaten von den Wählerinteressen (Dominanzprinzip) zu untersuchen, wird nachfolgend die Grundannahme der Persuasion überprüft (Hypothese 10). Mittels linearer Regressionsmodelle wurde hierzu überprüft, wie stark der Effekt der Rangkorrelationskoeffizienten zwischen Wähleragenda vor Debattenrezeption und der Kandidatenagenda an der Veränderung der Rangkorrelationskoeffizienten zwischen Debattenagenda und den Themenstrukturen der Wähler nach der Debatte ausfällt. Tabelle 31 dokumentiert die Ergebnisse dieser Analysen. Bei gemeinsamer Betrachtung aller Wähler fallen Vorzeichen und Höhe der Regressionskoeffizienten zufriedenstellend aus (Amtsinhaber: $-.172$; $p < .01$; Herausforderer: $-.363$; $p < .001$). Dies trifft auch bei lagerspezifischer Betrachtung zu, in der deutlich wird, dass zum einen der Herausforderer in allen parteipolitischen Lagern die Chance hat, die Zuschauer von seiner Agenda zu überzeugen. Für den Amtsinhaber trifft dies aufgrund insignifikanter Effekte im eigenen Lager sowie im Lager der Unentschiedenen nicht zu. Zum anderen zeigt sich, dass die Effekte im Lager der Unentschiedenen nicht größer ausfallen als bei den An-

hängern eines der beiden Kandidaten. Am stärksten fallen somit die Persuasionseffekte beider Kandidaten im Lager der Herausforderer aus. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass Veränderungseffekte (=Persuasionseffekte) vor allem bei jenen Wählern möglich sind, deren Rangkorrelationskoeffizienten aus Befragungswelle 1 mit den Debatteninhalten gering ausfallen. Damit ist die notwendige Bedingung für die Untersuchung von Persuasionsstrategien erfüllt. Die Kandidaten – vor allem die Herausforderer – haben somit die Möglichkeit, persuasiv und damit erfolgreich auf die Themenstruktur der Wähler einzuwirken.

Tabelle 31: Regressionsmodelle zur Überprüfung der Persuasionsannahme

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	670
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.172**
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.363***
Korrigiertes R ²	.265
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	242
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.144
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.379***
Korrigiertes R ²	.249
Lager Herausforderer	
N Befragte	293
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.200 [#]
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.352**
Korrigiertes R ²	.281
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	133
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.200
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.326*
Korrigiertes R ²	.247

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: $\Delta (r_s \text{ Debattenagenda; Wähleragenda W2} - r_s \text{ Wähleragenda W1; Debattenagenda})$. UV: $r_s \text{ Wähleragenda W1; Agenda Kandidat (Amtsinhaber bzw. Herausforderer)}$. Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

9.2 Effekte der Responsivität und Persuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die politische Unterstützung der Debattenrezipienten

Um nun zu überprüfen, ob und in welchem Ausmaß sowohl negative, als auch positive Effekte der Responsivität und Persuasion durch politische Spitzenkandidaten im Rahmen von TV-Duellen Auswirkungen auf Elemente der politischen Unterstützung haben, wird im Folgenden betrachtet, wie die Debattenrezipienten der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 politische Effektivität bewerten. Tabelle 32 dokumentiert die Ergebnisse dieser vergleichenden Analyse. Mit Ausnahme der zweiten TV-Debatte des Jahres 2002 steigt die Bewertung der External Efficacy im Mittel an ($\Delta \text{Efficacy W2} - \text{Efficacy W1} = +0,20$; $p < .001$). Damit liegt sie im Mittel zwar immer noch nicht im Bereich durchweg positiver Bewertung (dies wäre erst ab einem Mittelwert über dem Wert 3 der Fall), es steigt allerdings der Anteil derjenigen, die die External Efficacy nach Debattenrezeption eher positiv bewerten als vor dem Ansehen der Debatte (vgl. Anlage 14).

Tabelle 32: Veränderung der External Efficacy-Bewertung nach Rezeption der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013

TV-Duell	Experimentalgruppe			Kontrollgruppe		
	W1	W2	Δ W2-W1	W1	W2	Δ W2-W1
2002, 1	2,39 (,88)	2,60 (,80)	+0,21* (,74)			
2002, 2	2,59 (,96)	2,54 (,92)	-0,05 (,74)			
2009	2,46 (,78)	2,69 (,81)	+0,23*** (,67)	2,09 (,694)	2,16 (,701)	+0,07 (,58)
2013	2,44 (,72)	2,67 (,83)	+0,24*** (,66)	2,36 (,756)	2,43 (,764)	+0,07 (,40)
Gesamt	2,46 (,79)	2,66 (,82)	+0,20*** (,69)	,26 (,704)	,28 (,701)	+0,021 (,707)
N Befragte	728	728		72	72	

Anmerkung: Ausgewiesen sind Mittelwerte des Efficacy-Indexes (additiver Mittelwertindex der Items "Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung" und "Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken"); 5er-Skala: 1=Trifft überhaupt nicht zu; 5 "Trifft voll und ganz zu". Inter-Item-Korrelation (Pearsons R): W1: .402*** (min. .360***; max. .456***); W2: .528*** (min. .349***; max. .610***). Analysen beruhen auf t-tests für verbundene Stichproben. In Klammern: Standardabweichung. Δ W2-W1: Mittelwert Efficacy-Index W2- Mittelwert Efficacy-Index W1. Signifikanzniveaus: ***=p<.001; **p<.01; *p<.05; #=p≤.1. Quelle: eigene Auswertung.

Um nun zu testen, inwieweit dieser Anstieg der Bewertung von External Efficacy durch Effekte der Debattenresponsivität und/oder -persuasion determiniert wird, werden im Folgenden die Ergebnisse linearer Regressionsmodelle präsentiert. Mit Blick auf Tabelle 33 zeigt sich zunächst, dass die durch die in den TV-Duellen getätigten Aussagen erreichte Responsivität keinen grundsätzlichen und kandidatenunabhängigen Effekt auf die Bewertung der External Efficacy durch die Rezipienten aufweist. Zwar zeigen die standardisierten Regressionskoeffizienten in den Modellen einen tendenziell negativen Effekt responsiven Verhaltens der Amtsinhaber und einen tendenziell positiven Effekt responsiven Verhaltens der Herausforderer. Diese sind allerdings zum einen nicht signifikant, zum anderen weisen die Modelle ein viel zu geringes Varianzaufklärungspotential (R^2) auf, als dass hier von belastbaren Ergebnissen gesprochen werden könnte.

Tabelle 33: Effekte von Kandidatenresponsivität der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauerbewertung der External Efficacy

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	645
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.052
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	.063
Alter	-.107**
Geschlecht	.040
Bildung	-.005
Korrigiertes R ²	.007
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	235
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.098
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	.023
Alter	-.035
Geschlecht	-.055
Bildung	-.006
Korrigiertes R ²	-.012
Lager Herausforderer	
N Befragte	276
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.054
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	.146
Alter	-.120 [#]
Geschlecht	.119*
Bildung	-.095
Korrigiertes R ²	.023
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	132
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.001
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.041
Alter	-.193
Geschlecht	.051*
Bildung	.141
Korrigiertes R ²	.041

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Efficacy-Index W2-Efficacy-Index W1). UVs: r_s Wähleragenda W1 mit Agenda Kandidat (Amtsinhaber bzw. Herausforderer); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***=p<.001; **p<.01; *p<.05; #=p≤.1. Quelle: eigene Auswertung.

Wie fallen indes die Ergebnisse in Modellen aus, die den Einfluss von Persuasion auf die Bewertung der External Efficacy messen? Tabelle 34 dokumentiert die Ergebnisse der Regressionsanalysen, die diese Effekte messen. Auch hier zeigen sich sowohl bei parteipolitisch unspezifischer Betrachtung keine belastbaren Effekte der Persuasionsstärke durch einen der beiden Kandidaten

(da nicht signifikant; $R^2=.005$). Lediglich bei Betrachtung des Persuasionspotentials tritt ein signifikanter Effekt erfolgreicher Persuasion durch Herausforderer zutage (.351, $p<.1$). Allerdings liegt das Varianzaufklärungspotential bei $R^2=.044$, so dass auch hier kein tatsächlich belastbares Ergebnis vorliegt.¹⁷²

Tabelle 34: Effekte von Kandidatenpersuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauerbewertung der External Efficacy

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	618
Persuasionsstärke Amtsinhaber	-.081
Persuasionsstärke Herausforderer	.052
Alter	-.097*
Geschlecht	.046
Bildung	-.011
Korrigiertes R^2	.005
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	228
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.030
Persuasionsstärke Herausforderer	-.077
Alter	-.029
Geschlecht	-.050
Bildung	.014
Korrigiertes R^2	-.016
Lager Herausforderer	
N Befragte	267
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.024
Persuasionsstärke Herausforderer	-.101
Alter	-.106 [#]
Geschlecht	.120 [#]
Bildung	-.096
Korrigiertes R^2	.019
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	121
Persuasionsstärke Amtsinhaber	-.281
Persuasionsstärke Herausforderer	.351 [#]
Alter	-.149
Geschlecht	.032
Bildung	.113
Korrigiertes R^2	.044

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Efficacy-Index W2-Efficacy-Index W1). UVs: Persuasionstärke [Kandidat] = Δ (r_s Wähleragenda W2; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda)- (r_s Wähleragenda W1; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***= $p<.001$; **= $p<.01$; *= $p<.05$; #= $p\leq.1$. Quelle: eigene Auswertung.

¹⁷² Um diese Ergebnisse abzusichern, wurden die vorliegenden Modelle für alternative Items berechnet, die – in weitestem Sinne – Aussagen über die Veränderung des Ausmaßes diffuser wie spezifischer politischer Unterstützung überprüft. Dazu zählen die Wahlbeteiligungsabsicht und die konkrete Wahlabsicht. Die Ergebnisse sind in Anlage 15 dokumentiert. Alle Modelle verfügen über ähnlich geringes Varianzaufklärungspotential wie die in Tabelle 35 und 36 dokumentierten Modelle.

Es stellt sich daher die Frage, ob die Veränderung der External Efficacy keinen linearen Zusammenhang mit unterschiedlichen Stärken der Responsivität und Persuasion aufweist. Mit einer Kontrastgruppenanalyse sollen daher im Folgenden mittlere Zuwächse der External Efficacy bei positiver, nicht vorhandener und negativer Responsivität sowie Persuasion verglichen werden, um mögliche intrinsische Linearität aufzudecken, welche in die Modelle (Tabelle 33 und Tabelle 34) integriert werden kann. Die Ergebnisse dieser Analyse dokumentieren Abbildung 21 und Abbildung 22¹⁷³

Bei gemeinsamer, parteipolitisch unabhängiger Betrachtung aller Zuschauer zeigen sich in der Kontrastgruppenanalyse kaum messbare Differenzen bezüglich der External Efficacy-Bewertung jener Rezipienten, für die die Debatteninhalte wenig responsiv ausfielen und solcher Zuschauer, für die das sachpolitische Debattenspektrum weitaus deckungsgleicher ausfiel (vgl. Abbildung 21). Bei lagerspezifischer Betrachtung zeigen sich hingegen durchaus unterschiedliche Mittelwertanstiege der Political Efficacy zwischen den verschiedenen Responsivitätsgruppen. So sind besonders im Lager der Herausforderer positive lineare Effekte der Responsivität zu beobachten: in der Gruppe der hohen (positiven) Responsivität sind somit höhere Mittelwerte des Efficacy-Zuwachses zu beobachten als in der Gruppe jener Zuschauer mit negativer Responsivität. Diese lineare Zunahme fällt am höchsten für die Korrelation mit den ‚eigenen Kandidaten‘, den Herausforderern, aus. Im Falle der Amtsinhaberanhänger besteht hingegen ein negativer, quadratischer Zusammenhang (exponentiell im Falle der Herausfordererkandidaten), der in höheren Efficacy-Zuwächsen für jene Anhänger des Kandidaten resultiert, die keine Responsivität im Rahmen der Debatte erfahren haben.

Im Lager der Unentschlossenen bzw. Wähler anderer Parteien tritt der vollkommen gegenteilige Effekt zu Tage: hier sind die Efficacy-Zuwächse bei negativer und positiver Responsivität am höchsten. Wenn die Themen der Unentschlossenen (nicht) angesprochen werden, sich die Debatteilnehmer also nicht-responsiv verhalten, können demnach ebenfalls Efficacy-Zuwächse verbucht werden. Dies könnte darin begründet liegen, dass in dieser Zuschauergruppe ein Umdenken bezüglich der wichtigsten Themen aktiviert wird und dazu führt, dass diese eher persuasiert werden können.

¹⁷³ Die den Abbildungen zugrundeliegenden numerischen Mittelwertveränderungen werden in Anlage 16 ausgewiesen. Hier wird zudem dokumentiert, dass sich die Kontrastgruppen hinsichtlich der berichteten Effekte in keinem Fall signifikant voneinander unterscheiden. Dies trifft auf die Kontrastgruppen der Responsivität wie Persuasion gleichermaßen zu.

Abbildung 21: Effekte Debattenresponsivität auf die Bewertung der External Efficacy

Anmerkung: Ausgewiesen ist die External-Efficacy-Bewertung vor der Debattenrezeption (Befragungszeitpunkt 2) in Mittelwerten via Kontrastgruppenanalyse. Skala Mittelwert-Index External Efficacy: 1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu. Zur genauen Frageformulierung der Efficacy-Items siehe Anlage 4-6 bzw. Tabelle 12. Einteilung der Kontrastgruppen: negative/niedrige Responsivität (linker Bereich der x-Achse): negativer Rangkorrelationskoeffizient der individuellen Wähleragenda W1; Debatten- bzw. Kandidatenagenda; positive/hohe Responsivität (rechter Bereich der x-Achse): positiver Koeffizient; kein Zusammenhang (mittlerer Bereich der x-Achse): Rangkorrelationskoeffizient=0. Quelle: eigene Auswertung.

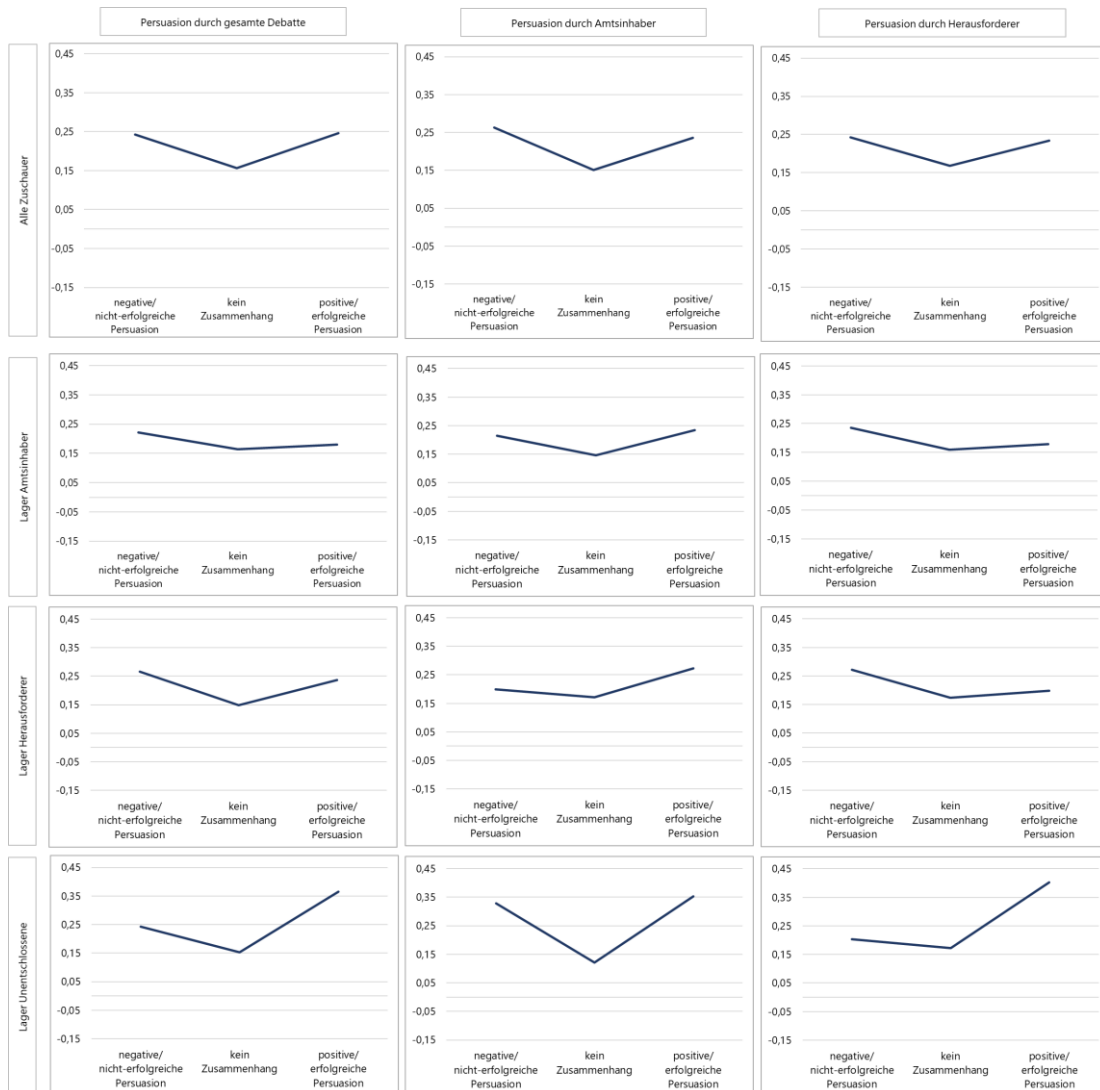
Zu beachten ist dabei, dass die Möglichkeit einer erfolgreichen Persuasion durch geringe Responsivität der Debatte überhaupt gewährleistet wird. Besonders Herausforderer verfügen hier über das Potential, die Wähler (und dabei speziell die unentschlossenen) von ihren Ideen zu überzeugen (vgl. Tabelle 31). Im Zuge der Kontrastgruppenanalyse von Effekten der Debattenpersuasion auf die Veränderung der External-Efficacy-Bewertung spielt dies eine entscheidende Rolle. Bei Zuschauern, die nach der Debattenrezeption hohe Zuwächse an Rangkorrelationen aufweisen, handelt es sich also verstärkt um jene Zuschauer, deren Nennungen an wichtigen politischen Problemen vor der Debatte in geringerem Maße mit den Debattenthemen korrelier-

ten. Abbildung 22 dokumentiert die Ergebnisse der Kontrastgruppenanalyse für diese Persuasionseffekte. Hier zeigt sich, dass die generelle Tendenz zu Efficacyzuwachsen in beiden Gruppen vorliegt, also sowohl bei Personen, die nicht überzeugt werden, als auch bei Personen, die überzeugt werden können. Dieser Effekt fällt für Amtsinhaber stärker aus als für Herausforderer. Die erfolgreiche Persuasion der Herausforderer führt analog zu den Effektrichtungen der Responsivität (vgl. Abbildung 21) nur zu geringen Efficacyzuwachsen bei den Anhängern der politischen Lager. Besonders hervorzuheben ist jedoch der gegenteilige Effekt im Lager der Unentschlossenen und Wählern anderer Parteien. Hier haben Herausforderer durch erfolgreiche Persuasion eine höhere Chance, Efficacyzuwächse zu generieren. Bezieht man die Ergebnisse aus Tabelle 31 mit ein, so zeigt sich, dass Herausforderer durch persuasives Verhalten auf sich aufmerksam machen können und durch erfolgreiche Persuasion vor allem bei unentschlossenen Wählern die politische Unterstützung steigern.

Efficacy steigt somit abschließend bei hoher Responsivität, vor allem im Lager der Anhänger des Herausforderers (vgl. Abbildung 21), als auch tendenziell eher bei hoher Persuasion (die aus zuvor eher niedriger Responsivität resultiert) durch den Herausforderer im Lager der Unentschlossenen (vgl. Abbildung 22).¹⁷⁴ Allerdings weist keiner der berichteten Unterschiede hinreichende Signifikanz aus, weshalb die vorliegenden Befunde lediglich als Tendenz gedeutet werden können: als Tendenz, sowohl bei gelungener Responsivität als auch bei erfolgreicher Persuasion der Zuschauer bezüglich der Einschätzung wichtiger politischer Probleme die Bewertung von External Efficacy potenziell steigern und somit politische Unterstützung befördern zu können.

¹⁷⁴ Die fehlende Signifikanz deutet darauf hin, dass die berichteten Effekte zwar unterschiedlich ausfallen, jedoch nicht in einer Stärke, die eine separate Aufnahme der Kurvilinearität als unabhängige Variable in Regressionsmodelle rechtfertigt.

Abbildung 22: Effekte der Debattenpersuasion auf die Bewertung der External Efficacy



Anmerkung: Ausgewiesen ist die Veränderung der External-Efficacy-Bewertung nach der Debattenrezeption (Befragungszeitpunkt 2) im Vergleich zum Zeitpunkt vor der Debattenrezeption (Befragungszeitpunkt 1) in Mittelwerten via Kontrastgruppenanalyse. Skala Mittelwert-Index External Efficacy: 1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu. Zur genauen Frageformulierung der Efficacy-Items siehe Anlage 4-6 bzw. Tabelle 12. Einteilung der Kontrastgruppen: negative/nicht-erfolgreiche Persuasion (linker Bereich der x-Achse): negative Differenz der Rangkorrelationskoeffizienten (Wähleragenda W2;Debatten- bzw. Kandidatenagenda - Wähleragenda W1;Debatten- bzw. Kandidatenagenda); positive/erfolgreiche Persuasion (rechter Bereich der x-Achse): positive Differenz; kein Zusammenhang (mittlerer Bereich der x-Achse): Differenz=0. Quelle: eigene Auswertung.

9.3 Zwischenfazit der Responsivitäts- und Persuasionseffekte von TV-Duellen

Mit Blick auf die Effekte der Rezeption von TV-Debatten auf Basis der Experimentaldaten lässt sich generell eine Veränderung der Themenstruktur der Zuschauer beobachten. Veränderungen in der Nennung des wichtigsten Problems sind zu einem überwiegenden Teil an die Relevanz der Themen gebunden, die von den Kandidaten fokussiert werden (vgl. Tabelle 28). Die The-

mensetzungen der Moderatoren spielen hier eine untergeordnete Rolle. Dieser erste Hinweis auf erfolgreiche Persuasion der Zuschauer durch die Kandidaten kann bei näherer Betrachtung der Themenstruktur durch Rangkorrelationen allerdings nicht für alle Duelle und Kandidaten bestätigt werden. Positive und signifikante Veränderungen der Themenstruktur der Wähler sind im Kanzlerduell des Jahres 2009 zu beobachten (vgl. Tabelle 29); Veränderungen, die im Wesentlichen durch die Erfolge des Herausforderers dominiert werden, der seine Themenagenda am stärksten bei den Rezipienten durchsetzen kann (vgl. Tabelle 30). Diese Effekte können auch im direkten Vergleich der Ausgangslage vor dem Duell zwischen Herausforderer und Amtsinhaber, als Bedingung erfolgreicher Persuasion, bestätigt werden (vgl. Tabelle 31). Herausforderer haben mit der Betonung ihrer Themen somit eine höhere Chance, diese auf der Wähleragenda nach dem Duell zu implementieren. Zwar profitieren Amtsinhaber ebenfalls von der Möglichkeit, ihre Themenstruktur darzustellen, die Effekte für Herausforderer sind jedoch in allen Parteilagern sowie bei den Unentschlossenen stärker ausgeprägt (und signifikant). Somit kann davon ausgegangen werden, dass persuasives Themenmanagement die Themenstruktur der Wähler nach der Debatte beeinflusst (Hypothese 10). Mit Blick auf die spezifischen Parteilagern wird jedoch deutlich, dass diese Überzeugung hauptsächlich im eigenen Lager (Anhänger des Herausforderers) geschieht. Den Wählern ohne parteipolitische Prädispositionen können hingegen – entgegen der Annahmen aus Hypothese 10a – keine stärkeren Effekte bezüglich kandidaten-spezifischer Persuasion bescheinigt werden.

Schließlich wurden Effekte der Debattenrezeption auf die politische Unterstützung in der Analyse von Zuwächsen der External Efficacy erfasst (vgl. Tabelle 32). Für das erste TV-Duell 2002 sowie die Kanzlerduelle der Jahre 2009 und 2013 können positive und signifikante Effekte der Debattenrezeption aufgezeigt werden. TV-Duelle als Wahlkampfformat können also mit Blick auf die Zuschauer grundsätzlich zu einer positiveren Wahrnehmung von Politikern (konkret: positivere Einschätzung, Politiker würden sich um die Belange der Bevölkerung kümmern) beitragen. Die Betrachtung der Effekte in Abhängigkeit von der Responsivität der Themenstruktur der Debatte (ebenso wie für die einzelnen Kandidaten) zeigt jedoch keinen Einfluss der Themenstrukturierung (vgl. Tabelle 33). Hypothese 11 und 11a müssen folglich abgelehnt werden. Auch durch die Betrachtung möglicher nichtlinearer Effekte konnten mittels Kontrastgruppenanalyse keine signifikanten Unterschiede zwischen responsivem und nichtresponsivem Verhalten der Kandidaten bezüglich der Efficacy-Zuwächse aufgezeigt werden. Interessanterweise zeigt sich jedoch ein leichter (und positiver) Anstieg für das Lager der Herausforderer, der in der Gesamtschau durch geringe Verluste beim Amtsinhaberlager ausgeglichen wird (vgl. Abbildung 21). Das Lager der Unentschlossenen und Wähler anderer Parteien als jenen, für die die Debattenteilnahme als Spitzenkandidaten im Duell antreten, verzeichnet hingegen Efficacyzuwächse – und das sowohl bei einer Abweichung der Kandidaten von der Themenstruktur der Wähler, als auch bei responsivem Verhalten der Kandidaten. Dies spricht für die Möglichkeit, dass sowohl responsives Verhalten, als auch erfolgreiche Persuasion die Zunahme von Unterstützungspotentialen bewirken kann, diese jedoch nicht – wie in Hypothese 11 angenommen – stringent linear an den Grad der Responsivität gekoppelt sind.

Vielmehr zeigen sich Möglichkeiten erfolgreicher Persuasion im Lager der unentschlossenen Wähler durch Einflüsse der Themenstruktur der Herausforderer. In keinem anderen parteipolitischen Lager können die Kandidaten einen linearen Effekt der Persuasion verbuchen (vgl. Tabelle

34). Somit wird Hypothese 12 tendenziell abgelehnt. Die postulierten stärkeren Effekte, die von persuasivem Verhalten der Kandidaten auf Wähler ohne Prädispositionen ausgehen, können für Herausforderer jedoch bestätigt werden. Der Vergleich der Kontrastgruppen unterstreicht diese Ergebnisse (vgl. Abbildung 22). Herausforderer können demnach im Lager der Unentschlossenen durch erfolgreiche Persuasion mit ihren Themen grundsätzlich Unterstützungspotentiale aktiveren, wohingegen Amtsinhabern diese Möglichkeit verwehrt bleibt. Die nachgewiesene Steigerung politischer Unterstützung durch die Rezeption der TV-Debatten ist insofern überwiegend unabhängig von der Themenstrukturierung der Kandidaten, da nur in einem Fall (erfolgreiche Persuasion der Unentschlossenen durch Herausforderer) die politische Unterstützung durch die Themenmanagementstrategie der Kandidaten beeinflusst werden kann. Diese Ergebnisse werden nun unter Betrachtung der theoretischen Annahmen abschließend ebenso diskutiert wie die Befunde zur generellen Responsivität des TV-Duell-Formats.

10. Diskussion der Ergebnisse

20 Jahre nach der Ausstrahlung des ersten TV-Duells der bundesdeutschen Geschichte kommen wissenschaftliche Auseinandersetzungen mit dem Format nicht umhin, die Grundsatzkontroverse um das Format der Fernsehdebatte aufzugreifen. Befürworter des Formats sehen vor allem den demokratiethoretischen Anspruch einer Informationssendung über wahlrelevante Themen, Kritiker hingegen bemühen das Argument fehlender Ernsthaftigkeit und die Ansicht als Show-down eines (politischen) Wettkampfs durch die beteiligten Akteure, die sich bis zu Vergleichen mit so unpolitischen Veranstaltungen wie den Eurovision Song Contest erstrecken (Donsbach 2002: 24). In Demokratien, in denen das Prinzip der Volkssouveränität zwingend mit dem Konzept der Repräsentativität verknüpft ist, die wiederum nur durch ständige Rückkopplung zwischen den Interessen der Repräsentierten und den Entscheidungen der Repräsentanten hergestellt werden kann, dürften sich Kommunikationsprozesse nicht auf den Austausch zweier Spitzenkandidaten konzentrieren, sondern müssten den Repräsentanten aller Parteien eine Plattform bieten – so die Kritiker. Verteidiger des Formats bemühen hingegen das Argument, TV-Duelle seien im Wahlkampf per definitionem dazu implementiert worden, den aussichtsreichsten Kandidaten eine Bühne zum Austausch von sachpolitischen Vorstellungen, Zielen und Plänen zu bieten und weniger als allumfassende Vorstellung der Ideen *aller* Parteien und Kandidaten anzusehen, für die der übrige Wahlkampf noch hinreichende Gelegenheit böte. Die Tatsache, dass die Argumente der Pro- und Contra-Lager so weit entfernt voneinander liegen, führt zu einer Notwendigkeit, sich intensiver und strukturiert mit einem Vergleich der Zuschauerinteressen und den in TV-Duellen diskutierten Inhalten zu befassen.

Um der meistvorgetragenen Kritik unzureichender Informationsfülle und der stattdessen vollzogenen Fokussierung auf die Spitzenkandidaten der (meist zwei) aussichtsreichsten Parteien nachzugehen, ist es notwendig, sich mit dem tatsächlichen Informationsgehalt dieser TV-Formate auseinanderzusetzen – und das nicht nur exemplarisch anhand eines TV-Duells, sondern (soweit möglich) diachron. Nur mithilfe derartig angelegter Analysen ist es möglich, generalisierbare Aussagen über den vorliegenden Forschungsgegenstand zu treffen und die vorgelegte Kritik an der Legitimation des Formats zu untermauern – oder zu entkräften. Die vorangegangenen Analysen vermitteln daher einen Eindruck davon, welche inhaltlichen Schwerpunkte die TV-Duelle der vergangenen 20 Jahre aufweisen und welche Rolle Wählerinteressen für dieses Format spielen. Zuvorderst ist dazu die Frage formuliert worden, welchen Anteil politische Sachfragen in TV-Duellen aufweisen.

TV-Duelle keine reine Show-Veranstaltung, politische Inhalte überwiegen

Kandidaten, die im TV-Duell antreten, wie auch Moderatoren, die als Gesprächsführer durch die Sendungen führen, verwenden den überwiegenden Anteil ihrer Aussagen auf politische Inhalte. Damit stehen die Ergebnisse dieser Analysen in deutlichem Gegensatz zu der häufig vorgetragenen Kritik einer sachpolitischen Entfremdung des Formats. Auch wenn, wie durchaus geschehen, im Rahmen der TV-Duelle über Stile der Wahlkampfführung sowie die Integrität der politischen Spitzenkandidaten gesprochen wird, bieten TV-Duelle den Zuschauern im Wesentlichen politische Informationen und können somit als sinnvolle Ergänzung der wahlkampfstrategischen Informationsweitergabe fungieren. Dies zeigt sich grundsätzlich auch anhand der weiteren Differenzierung politischer Aussagen, die eine Vernachlässigung politischer Strukturen zugunsten von sachpolitischen Aussagen erkennen lassen.

Durch die akteursspezifische Betrachtung zeigen sich allerdings auch mögliche Motive, die die Debattenteilnehmer innerhalb der Sendung verfolgen: so ist sowohl der Anteil allgemein politischer Aussagen wie auch der konkreten, themenfeldbezogenen Aussagen bei den politischen Spitzenkandidaten grundsätzlich höher als bei den als Gesprächsleiter fungierenden Moderatoren. Es zeigen sich durchaus Verschiebungen hinsichtlich des demokratiethoretischen Anspruchs, den die Teilnehmer im Rahmen der Debatte verfolgen. Während Kandidaten mehr Wert auf die Information über konkrete Themenfelder legen, versuchen Moderatoren die Diskussion regelmäßig auf konfrontierende Aspekte zwischen den politischen Ansätzen oder den Kandidaten selbst zu legen. Wird der Schwerpunkt kritischer Betrachtungen des Formats auf den journalistischen Anteil gelegt, so zeigen die Analysen, dass innerhalb der Debatten durchaus Phasen existieren, die nicht der politischen Information, sondern der Unterhaltung dienen. Dass dies schwerpunktmäßig oder durchgängig der Fall ist, zeigen die Analysen hingegen nicht. Unter dem Postulat des Informationsauftrags werden Moderatoren im TV-Duell ihrer Vermittlerrolle insofern gerecht, als dass sie politischen Inhalten im überwiegenden Teil der Sendung den Vorrang vor unpolitischen Aspekten des Wahlkampfs geben.

Die politischen Spitzenkandidaten werden durch den Schwerpunkt ihrer Aussagen auf politischen Inhalten dem Anspruch stärker gerecht, einem breiten Publikum ihre politischen Pläne darzulegen. Durch den im Vergleich zu den Moderatoren größeren Anteil policybezogener Aussagen lässt sich ein verstärktes Interesse der Kandidaten an der Vermittlung politischer Positionen erkennen. Zwar haben Kandidaten per se eine größere Chance, sich mittels politischer Aussagen an die Wähler zu wenden, da sie im Gegensatz zu Moderatoren keine Informationen über Zeitkonten oder formale Regeln, die die Struktur des Duells betreffen, an die Zuschauer vermitteln müssen. Ein Vergleich ausschließlich politischer Aussagen zeigt aber dennoch einen für alle TV-Debatten nachweisbaren größeren Schwerpunkt der Kandidaten auf policybezogenen Aussagen im Vergleich zu den Moderatoren. Dabei macht es keinen nennenswerten Unterschied, ob ein Kandidat als Amtsinhaber oder Herausforderer im TV-Duell antritt. Kandidaten, die in den untersuchten TV-Duellen angetreten sind, bedienen somit positionsunabhängig das Interesse der Wähler, das nach wie vor im Wesentlichen den Inhalten und nicht den Persönlichkeiten der Kandidaten gilt und legen somit einen Grundstein dafür, Unterstützungspotentiale zu aktivieren. Der Fokus auf politischen Inhalten entspricht damit einem demokratiethoretischen Normverständnis.

Nimmt man allerdings zusätzlich die Präzision der Kandidatenaussagen mit in den Blick, so zeigt sich, dass sich die Kandidaten überwiegend vage und damit unkonkret ausdrücken, wenn sie ihre politischen Pläne beschreiben. Damit folgen sie dem Postulat früherer Analysen, die zeigen, dass Kandidaten immer dann besonders positiv von den Zuschauern wahrgenommen werden, wenn sie ihre Standpunkte als Gemeinplätze oder als allgemeine Darstellungen formulieren. Somit ist für Zuschauer jedoch für den überwiegenden Anteil der rezipierten Aussagen keine Überprüfung möglich, inwieweit die dargestellten Sachverhalte faktisch korrekt sind – weder bei der Darstellung von politischen Leistungen in der Vergangenheit, noch bei Ankündigungen von politischen Plänen für die Zukunft. Dem Anspruch, unterschiedliche Ansichten und Ziele der politischen Spitzenkandidaten auch präzise zu vermitteln, wird das Format TV-Duell somit weniger gerecht.

TV-Duelle verzeichnen eine zunehmende Responsivität

Die vorliegenden Analysen können einen Eindruck der Kongruenz zwischen sachpolitischen Wählerinteressen und inhaltlichen Schwerpunkten der Debattenakteure vermitteln – und das sowohl anhand der Berechnung von prozentualen Differenzen zu Wählerinteressen, als auch anhand der berichteten Rangkorrelationen. Hier zeigen die Analysen eine grundsätzlich vorliegende Responsivität des TV-Formats (siehe hier vor allem Abbildung 13 und 14 für Differenzen sowie Abbildung 15, 16 und 17 für Rangkorrelationen), die im Zeitverlauf der Jahre 1997 bis 2016 sogar zunehmend ansteigt – die Interessen der Zuschauer finden demnach tendenziell stärker Eingang in die inhaltliche Themenstrukturierung der Debatten. Dieser Zuwachs an Responsivität fällt bei den Moderatoren größer aus als bei Kandidaten. Vor dem Hintergrund, dass die Sendungen sowohl in der Vorbereitung als auch in der Durchführung im Wesentlichen durch die Medienschaffenden geprägt werden, stellt dies ein demokratietheoretisch bedeutsames Ergebnis dar. Moderatoren werden somit ihrer Vermittlerrolle im Rahmen ihres demokratietheoretischen Auftrages zunehmend gerecht, indem sie die Wählerinteressen im Zeitverlauf stärker berücksichtigen. Dennoch kann hier nicht von einer vollkommen responsiven Handlungsweise der Moderatoren gesprochen werden, so dass für die Kandidaten grundsätzlich Spielräume für eigene Themensetzungen gegeben sind. Sie können sich also in ihrer Themenstrukturierung von den Moderatoren abgrenzen und sich dadurch stärker an den Wählerinteressen orientieren – oder sich stärker von diesen abwenden. Dabei haben die Kandidaten über die Jahre keine Responsivität eingebüßt, sondern konnten sich ebenfalls leicht steigern. Auch bei isolierter Betrachtung der Kandidaten zeigt sich somit, dass die Wählerinteressen im Zeitverlauf stärker Eingang in das Format TV-Debatten finden. Die Chance, als Zuschauer etwas über die aus Wählersicht wichtigsten Probleme zu erfahren, ihre Demands also angesprochen werden, ist damit über die Jahre tendenziell angestiegen.

Im Vergleich der politischen Ebenen ist die Responsivität der Moderatoren größer für Zuschauer, die sich Debatten zu Landtagswahlen ansehen (vgl. Tabelle 20). Hervorgehoben werden sollte hier der Umstand, dass die Wähleragenda auf Landesebene überwiegend durch arbeitsmarktpolitische Themen geprägt ist. Dies spiegelt jedoch nicht die Zuständigkeiten des föderal organisierten politischen Systems wider, in dem Policy-Entscheidungen zu arbeitsmarktpolitischen

Themen auf der Bundesebene getroffen werden. Trotz dieses Umstandes bilden Moderatoren und Kandidaten der TV-Duelle die Struktur der Wähleragenda auf der Landesebene in ihrer Gesamtheit besser ab als auf der Bundesebene. Auf der Landesebene werden somit sowohl Kandidaten, als auch Moderatoren dem demokratiethoretischen Anspruch, die Demands der Bürger abzubilden, sehr viel mehr gerecht als auf der Bundesebene, da sie trotz Abweichung vom wichtigsten Problem der Bürger (Arbeitsmarktpolitik) eine hohe Responsivität erzielen können. Mit Blick auf die Themenkongruenz zwischen Wählerinteressen und Debattenthemen macht es für parteigebundene Zuschauer kaum einen Unterschied, ob ein TV-Duell auf Bundes- oder auf der Landesebene rezipiert wird – hier fällt die Responsivität ähnlich stark aus. Anders verhält es sich für Zuschauer, die sich keiner oder einer anderen Partei als der der Debattenteilnehmer verbunden fühlen. Diese erfahren gleichermaßen auf der Landesebene mehr über die sie interessierenden Themen als auf der Bundesebene, da die Debatten auf der Landesebene einen stärkeren Zusammenhang mit den sachpolitischen Interessen dieser Wähler aufweisen. Unentschiedene Wähler und Wähler anderer Parteien werden bezüglich ihrer Demands also nicht ignoriert, sondern haben sogar eher die Chance, ihre Agenda in der Debatte abgebildet zu sehen. Den Anspruch als Orientierungshilfe können die Debatten also trotz der Fokussierung auf die Spitzenkandidaten erfüllen, zumindest wenn es um die Positionen der Parteien dieser Kandidaten auf der Themenagenda der unentschlossenen Wähler geht.

Alle(s) oder nichts – TV-Duelle als Format lagerspezifischer Responsivität

Die Analysen zeigen, dass die beteiligten Kandidaten tendenziell verschiedene Wählersegmente im Auge haben, wenn es um die Präsentation politischer Inhalte geht. So profitieren die Zuschauer in der Tendenz stärker von den Aussagen der Herausforderer, denen die stärksten Bezüge zur Gesamtwählerschaft nachgewiesen werden konnten. Dies kann daran liegen, dass sich Herausforderer zum einen nicht in der komfortablen Lage befinden, bereits durch die Regierungstätigkeit die Themen der Wähleragenda mitzubestimmen und somit versuchen müssen, die Zuschauer über jene wahlentscheidenden Interessen anzusprechen. Ein weiterer Grund ist – neben den geringeren Chancen der aktiven Themensetzung – vor allem auch die potentiell geringere Bekanntheit der Herausforderer beim Zuschauer. Hier besteht ein Risiko darin, die potentielle Gunst der Zuschauer zu verspielen, indem sie für diese Wähler ‚falsche‘ Themen setzen (Demobilisierung). Herausforderer scheuen sich, diesen möglichen Fallstrick zu nehmen, da sie als Resultat fehlender Responsivität Einbußen in der Wählergunst befürchten. Dafür spricht auch, dass bei Herausforderern eine stärkere Responsivität für das Lager der Unentschiedenen bzw. Wähler anderer Parteien zu beobachten ist als bei Amtsinhabern. Allerdings zeigen die Analysen auch, dass die höhere Gesamtresponsivität der Herausforderer nicht nur aus einer stärkeren Zuwendung zu unentschiedenen Wählern resultiert, sondern auch aus der Ansprache jener Themen, die für das eigene Lager relevant sind.

Die Abweichung von den klassischen Themenstrukturen des Parteiprofils, also die Öffnung für die Themen anderer Parteien (Trespassing) birgt immer auch die Gefahr eines als unscharf wahrgenommenen inhaltlichen Profils, das es den Zuschauern erschwert, eine thematische Abgrenzung der Kandidaten bezüglich der Interessen der verschiedenen Wählerlager festzustellen. Entscheidend können hier die Kräfteverhältnisse der jeweiligen Lager sein, je nachdem, wie groß

der Anteil derjenigen ist, die es zu überzeugen gilt: je nach Grad der Mobilisierung der eigenen Anhängerschaft müssen unterschiedliche Wählergruppen angesprochen werden. Ist davon auszugehen, dass die eigenen Anhänger nicht ausreichend mobilisiert sind, empfiehlt es sich für den Kandidaten, entlang der Themenstruktur der eigenen Anhänger zu argumentieren. Sind die Mobilisierungspotentiale der eigenen Anhänger hingegen ausgeschöpft, so stellt es eine lohnenswerte Alternative dar, sowohl vorrangig die unentschiedenen Wähler anzusprechen als auch den Versuch zu wagen, jene Themen anzusprechen, die im Lager des politischen Gegners verortet sind.

Allerdings ist durch die vorliegenden Ergebnisse nicht davon auszugehen, dass Amtsinhaber sich ausschließlich auf die Interessen des eigenen Lagers konzentrieren (Aktivierung), sondern ebenfalls versuchen, die sachpolitischen Präferenzen des unentschiedenen Lagers zu adressieren. Vor dem Hintergrund, dass das Lager des Amtsinhabers meist stärker ist als das des politischen Gegners (Amtsinhaberbonus), ist dies eine logische Annäherung an die oben skizzierte Strategie: sofern die eigene Basis (Parteianhänger) breit genug aufgestellt ist und mobilisiert wurde, besteht für Amtsinhaber die hinreichende Grundlage, sich auch der Interessen anderer Lager anzunehmen um hier Stimmen zu generieren.

Lagerspezifische Responsivität stellt aus Sicht politischer Kandidaten, die um die Gunst der Wähler konkurrieren und ihre Interessen unterschiedlich stark adressieren, ein durchaus vertretbares und wahlkampfstrategischen Gründen nachvollziehbares Vorgehen dar. Dass verschiedene parteipolitische Lager allerdings durch Moderatoren mit verschiedenen Responsivitätsgraden angesprochen werden, darf vor dem Hintergrund der demokratietheoretischen Norm ausgewogener Berichterstattung zumindest diskutiert werden. In den untersuchten TV-Duellen finden sich tendenziell Hinweise darauf, dass von den Aussagen der Moderatoren am ehesten die Anhänger der Herausforderer profitiert haben. Wenn postuliert wird, dass TV-Duelle eine Hilfe für den Wahlentscheid seien und somit vorrangig unentschiedenen Wählern helfen sollten, ist das allerdings ein bemerkenswertes Ergebnis. Man würde eher vermuten, dass journalistische Schwerpunkte stärker an den Interessen der Unentschiedenen als an den Interessen derjenigen, die über eine feste Parteibindung verfügen und ihre Wahl möglicherweise interessengeleiteter treffen können, liegen sollten. Eine weiter gefasste Auslegung des Anspruchs, TV-Duelle als Hilfe für den Wahlentscheid zu sehen, würde hingegen eine alle Lager betreffende (und somit ausgewogene) Responsivität voraussetzen. Vor dem Hintergrund, dass die in den Analysen aufgezeigten Responsivitätsvorteile bezüglich der sachpolitischen Interessen des Herausfordererlagers gering ausfallen, fallen die gemessenen Tendenzen in dieser Auslegung kaum ins Gewicht. In der Gesamtbetrachtung aller Debatten konnte jedoch eine bevorzugte Abbildung der Themenstrukturierung der unentschiedenen Wähler festgestellt werden. Somit nivelliert sich die leichte Bevorzugung des Herausfordererlagers durch die Moderatoren bei Hinzunahme der Kandidatenaussagen. Dennoch sollten tendentielle Bevorzugungen spezifischer Lager durch die Vorstrukturierung der Debatten in künftigen Analysen beobachtet werden, um die Einordnung als geringfügige Tendenz bestätigen oder widerlegen zu können.

Die Wählergunst entscheidet über die Strategie? Ja, unter Umständen

Es wurde angenommen, dass sich die ab- oder zugesprochene Kompetenz sowie die Wählergunst (gemessen an Umfragen) auf das Themenmanagement der Kandidaten auswirken kann. Responsivitätsgrade sind demnach abhängig von der Ausgangslage der Kandidaten: die Analysen zeigen, dass diese Determinanten tatsächlich einen Einfluss auf die Themenstrukturierung der Kandidaten haben können, allerdings nur im Rahmen eines ganz bestimmten Settings. So konnte gezeigt werden, dass die Responsivität der Kandidaten genau dann von zugesprochenen Kompetenzen und Nachteilen in Umfragen beeinflusst wird, wenn diese in moderatem Maße von dem Fragenkorsett der Moderatoren abweichen. Mit anderen Worten: Kandidaten betrieben in den analysierten Duellen genau dann aktives und – bezogen auf das gegnerische Lager – responsiveres Themenmanagement, wenn sie höhere Kompetenzwerte, aber niedrigere Zustimmungswerte als ihre Gegner aufwiesen. Kompetenz- und Umfragewerte haben gemessen an den untersuchten TV-Duellen somit keinen direkten Einfluss auf das Themenmanagement der Kandidaten. Haben die Kandidaten jedoch den Eindruck, die durch Moderatoren vorgegebenen Themen lägen konträr zu den Interessen jener Wähler, die sie als Kandidaten mobilisieren wollen, so können sie die ihnen zugewiesenen Kompetenz- und Umfragewerte für das Themenmanagement in Betracht ziehen – sofern sie sich aktiv von der Moderatorenagenda lösen wollen. Wenn sich Kandidaten moderat von den Vorgaben der Moderatoren lösen, nähern sich Kandidaten den Wählerinteressen des gegnerischen Lagers an, wenn sie Vorteile in den zugeschriebenen sachpolitischen Kompetenzen aufweisen, aber zugleich in der Wählergunst zurückliegen. Das Risiko besteht hier darin, das Maß zu finden, in dem das Themenmanagement ertragreich bleibt. Weicht ein Kandidat nur geringfügig von den Themen der Moderatoren ab, so besteht die Möglichkeit, dass Zuschauer dies nicht wahrnehmen und somit keinen Unterschied zu der bisherigen Responsivität wahrnehmen. Weicht der Kandidat allerdings zu stark von den Vorgaben ab, besteht die Gefahr, dass Zuschauer ihn stattdessen abstrafen, weil sie glauben, der Kandidat weiche den Fragen der Moderatoren absichtlich – beispielsweise aus Gründen fehlender Kompetenz – aus. Somit zeigen die Analysen *eine* Option des Themenmanagements auf, die allerdings an einige Bedingungen geknüpft ist und somit nicht allgemeingültig anwendbar.

Schlussstatements als potentielle Schlüsselstellen im TV-Duell

Ein im Zeitverlauf fest etabliertes Element der TV-Duelle stellen die Abschlussstatements dar, zu denen Kandidaten zum Ende der TV-Duelle aufgefordert werden können. Diese Passage zum Sendungsende bietet den Kandidaten enormes Potential. Zum einen sind sie im Rahmen des Duells die einzige Gelegenheit, vollkommen uneingeschränkt genau die Themen anzusprechen, die den Kandidaten am wichtigsten erscheinen. Zum anderen sind sie auch sehr gut vorzubereiten, sowohl inhaltlich, als auch argumentativ, da sie ein fest eingeplantes Element der Debatte darstellen. In dem Wissen, dass stringent vorgetragene Statements mit hoher Wahrscheinlichkeit besser bewertet werden, sollten gerade Schlussstatements wohl durchdacht sein. Ein inhaltlich überzeugendes Statement, das die für den Wähler wichtigen Themen hinreichend berücksichtigt, birgt somit hohes Potential für eine positivere Gesamtbewertung durch die Zuschauer. In dem Wissen, dass von diesen letzten Sekunden des TV-Duells enormes Wirkungspotential ausgehen kann, ist es für Kandidaten folgerichtig, die für die Wähler wichtigen Themen im Rahmen

dieser Statements anzusprechen. Wie sich zeigte, nutzten die Kandidaten, die die Gelegenheit zu einem Schlussstatement bekamen, diese, um zumindest eines der drei Top-Themen der Wähler zu adressieren. In dem Wissen um die Wirkungskraft dieser Statements kann hier eher von strategischer Adressierung als von Zufallstreffern ausgegangen werden. Vor dem Hintergrund des Potentials für positive Bewertungen seitens der Rezipienten erscheint es demnach in der Vorbereitung ratsam, zu rasonieren, welchen Themen Wähler im Vorfeld der Debatte Relevanz zuweisen und sich innerhalb der Abschlussstatements diesen Themen anzunehmen. Dies stellt auch deshalb ein sinnvolles Vorgehen dar, weil sich – wie ein Blick in die Priming-Forschung gezeigt hat – die temporäre Zugänglichkeit als Folge der Betonung politischer Sachthemen für die Urteilsbildung der Rezipienten relevant ist und die Effekte umso größer ausfallen, wenn es sich um temporär nicht lang zurückliegende und häufig aufgetretene Primes handelt. Die wiederholte Betonung von Themen, die innerhalb der Debatte und im Schlussstatement sowie in der nachfolgenden Anschlusskommunikation responsiv auf die Wählerinteressen eingehen, könnte somit eine stringente Themenmanagementstrategie darstellen, die in der Summe zu einer positiven Wahrnehmung durch die Wähler führen und in der Folge Unterstützungspotentiale aktivieren kann. Diese Stringenz sollte aus Kandidatensicht selbstredend nicht erst bei der Planung der inhaltlichen Aufstellung innerhalb des TV-Duells beginnen, sondern bereits in der Kampagnenplanung angelegt sein, so dass die im TV-Duell dargestellte Repräsentativität im Sinne der Responsivität aktiviert werden kann.

Responsivität oder Persuasion – erfolgreiche Themenmanagementstrategien im TV-Duell

Inwiefern sich positive Effekte des Themenmanagements bei den Zuschauern von TV-Duellen einstellen können, ist ebenfalls abhängig von der Art des Themenmanagements. Den Kandidaten steht nicht nur die Option responsiven Themenmanagements zur Verfügung, sondern auch die Option der strategischen Überzeugung. Die Festlegung auf eine dieser Strategien ist dabei in der Theorie von mehreren Faktoren abhängig: während responsives Themenmanagement, also die stärkere Orientierung an der Wähleragenda, eher für unbekanntere Kandidaten (Herausforderer) die sinnvollere Option darstellt, scheint die Festlegung auf eine stärker dominanzgeleitete und damit persuasive Strategie für Kandidaten mit bestehenden Kompetenzvorteilen und größeren Zustimmungswerten (Amtsinhaber) lukrativer zu sein. Die Gesamtbetrachtung der TV-Duelle konnte diesbezüglich zeigen, dass Herausforderer in der Summe tatsächlich responsiver handeln als Amtsinhaber.

Mit Blick auf die Experimentaldaten wurde jedoch deutlich, dass dies hinsichtlich der Persuasionspotentiale nicht immer die sinnvollere Strategie sein muss, da eine hohe Responsivität zwangsläufig mit geringeren Persuasionspotentialen einhergeht. Je geringer die Responsivität der Kandidaten in den untersuchten Kanzlerduellen ausfiel, desto größere Persuasionseffekte stellten sich ein. Anders als angenommen lassen sich die stärksten Verschiebungen allerdings nicht im Lager der unentschiedenen Wähler nachzeichnen. Vielmehr stellten sich kandidaten-spezifische Effekte ein: so konnten Herausforderer in allen parteipolitischen Lagern der Zuschauer und Amtsinhaber vor allem im gegnerischen Lager überzeugen.

Während sich in der gemeinsamen Betrachtung aller Duelle herausgestellt hat, dass Herausforderer tendenziell responsiver handeln, ergibt die Analyse der Experimentaldaten, dass dies eigentlich die falsche Strategie ist: denn bezüglich der Interessen der Debattenzuschauer der vorliegenden Studien zeigt sich, dass gerade die Herausforderer dazu in der Lage sind, große Überzeugungspotentiale zu ihren Gunsten zu nutzen. Die Herausforderer sollten also die Chance nutzen, ihre eigenen Themen auf der Bevölkerungsagenda zu platzieren, Nachteile durch die geringere Bekanntheit der eigenen Positionen auszugleichen und so für den Bürger eine breitere Entscheidungsbasis zu liefern.

Erfolgreiche Persuasion führt zu Anstieg der Political Efficacy

Die Betrachtung der Veränderung politischer Unterstützung auf Basis der TV-Debatten lässt darauf schließen, dass Bürger durch die Rezeption des Ideenaustausches Zuwächse der externen politischen Effektivität verzeichnen. Durch die Ausstrahlung dieses Formats kann also ein Beitrag zur Förderung der politischen Unterstützung geleistet werden. Allein die Rezeption politischer Inhalte bzw. der (wenn auch indirekte) Kontakt mit politischen Akteuren fördert nach den vorliegenden Analysen die Einschätzung, Politik handele responsiv. Anders als in der Arbeit angenommen sind diese Anstiege allerdings nicht auf uneingeschränkte Responsivität der Kandidaten bezüglich der Wähleragenda zurückzuführen: in der Betrachtung der Efficacyveränderung hat sich gezeigt, dass sowohl niedrige als auch hohe Responsivität im Themenmanagement der Kandidaten zu Efficacy-Zuwächsen führen. Politische Effektivität als Maß der Systemunterstützung kann also auch bei nicht responsivem Verhalten generiert werden. Eine logische Schlussfolgerung ist, dass das Abweichen von der Wähleragenda durch einen Kandidaten zu Persuasion hinsichtlich der jeweiligen Kandidatenagenda führen kann. Dies zeigen die vorliegenden Analysen weniger für Amtsinhaber, als vielmehr für Herausforderer: Lassen sich die Wähler für die Agenda dieser Kandidaten gewinnen, werden Unterstützungspotentiale aktiviert – und zwar in erster Linie bezüglich erfolgreicher Persuasion der unentschlossenen Wähler. Fehlende Responsivität könnte demnach – gemessen an den vorliegenden Analysen – im Lager der Unentschlossenen genau dann zu einer Aktivierung von Unterstützungspotentialen führen, wenn mit dieser fehlenden Responsivität erfolgreiche Persuasion einhergeht.

Hierin liegt für Herausforderer eine relevante Chance. Vor dem Hintergrund, dass die Wähleragenda vor der Debatte – wie oben gezeigt wurde – stark durch die vorangegangene Medienberichterstattung geprägt wird, die wiederum stark an die Regierungsagenda angelehnt ist, können Herausforderer Wahlkampfformate wie das TV-Duell nutzen, ihre Themen einem breiten Publikum – und hier vor allem den unentschlossenen Wählern – zu präsentieren. Durch die Ansprache ‚ihrer‘ Themen bietet das Duell die Gelegenheit, die Themenagenda ihrer Konkurrenten (Amtsinhaber) sowie deren Positionen zurückzudrängen und stattdessen Unterstützung für die Relevanz der eigenen Themen zu erzeugen. Gerade im Lager der Unentschlossenen bietet das TV-Duell die Gelegenheit, neuen Themen Raum zu geben – die aufgrund möglicherweise als fehlend wahrgenommener Themenkonkurrenz dazu geeignet sind, auf Anklang zu treffen und in der Folge Unterstützung generieren können. Diese wahrgenommene External Efficacy, also die Beschäftigung mit den Demands der Wähler, führt in der Folge zu Unterstützung des politischen Systems und damit zu einer höheren Wahrscheinlichkeit der Bürger, politisch zu partizipieren

und damit das System zu stabilisieren. TV-Duelle, die Wählern das Gefühl vermitteln, über relevante Themen bestehe ein politischer Austausch, können somit einen effektiven Beitrag zur Funktionalität demokratischer Systeme leisten. Da die Effekte von TV-Debatten bekanntlich nur eine temporär begrenzte Reichweite entfalten, sollte aus Wählersicht die wahrgenommene Beschäftigung mit den Demands hingegen nicht nur im Wahlkampf erfahrbar, sondern auch im politischen Alltag wahrnehmbar sein, um die langfristige Stabilität des politischen Systems zu gewährleisten.

11. Fazit, Schlussfolgerungen, Ausblick

Abschließend lässt sich attestieren, dass TV-Debatten (1) vornehmlich politische Inhalte mit geringer Präzision bezüglich der Positionen auf spezifischen Sachfragen vermitteln und diskutieren. In den Debatten werden (2) die Anforderungen der Bürger an das politische System aufgegriffen, jedoch werden Debattenagenden nicht vollkommen durch diese Demands determiniert, sondern vielmehr durch diese sensibilisiert. Ein demokratiethoretisch relevantes Ergebnis ist, dass (3) keine Wählergruppe in den Debatten strukturell stark benachteiligt wird. Die Kandidaten nutzen bei der Ansprache dieser Wählergruppen verschiedene Strategien des Themenmanagements (4), sie können dabei entweder responsiv agieren oder versuchen, die Wähler zu überzeugen. Besonders Herausforderer haben hier die Chance, mittels Überzeugung der Rezipienten (5) auf die Themenstrukturierung der Wähler nach der Debatte einzuwirken. Die politische Effektivität (External Efficacy) – als Ausdruck politischer Unterstützung – ist dabei allgemein abhängig von der Rezeption der Debatten (6) und nicht von der Anlehnung der Kandidaten an die Themenstruktur der individuellen Wähleragenda.

TV-Debatten sind in der Summe dazu in der Lage, die in der Gesellschaft präsenten Problemlagen aufzugreifen und somit mehr als nur eine reine Showveranstaltung, da sie durch den Schwerpunkt auf politischen Inhalten eine legitime Basis dazu bilden, zu politischer Willensbildung beizutragen. Sie können Bürger über wahlrelevante Themen informieren und schaffen eine Gelegenheit, konkurrierende Themensetzungen und Lösungsansätze der Kandidaten direkt miteinander zu vergleichen. TV-Debatten als Fernsehformat können somit insgesamt dazu beitragen, dass die von Easton beschriebenen Demands der Wähler tatsächlich von den politischen Akteuren aufgegriffen werden, und im Ergebnis zu einem Anstieg wahrgenommener politischer Effektivität und damit ferner zu breiterer politischer Unterstützung führen, die letztlich dazu beiträgt, politische Systeme zu stabilisieren. Durch die Einbindung medialer Akteure besteht auch die Chance, die präsentierten Inhalte kritisch einzuordnen und so der demokratiethoretischen Anforderung an mediale Angebote im Wahlkampf gerecht zu werden.

LIMITATIONEN DER VORLIEGENDEN STUDIE: ANSÄTZE ZU WEITERER FORSCHUNG

Die vorliegende Studie stellt die erste Vollerhebung der ersten 50 deutschen TV-Debatten bis zum Jahr 2016 hinsichtlich politischer Inhalte dar. Während eine Vollerhebung grundsätzlich den Vorteil bietet, prinzipiell allgemeingültige Aussagen über den Forschungsgegenstand zu treffen, birgt die Verbindung der im Aggregat abgeleiteten Erkenntnisse aus Bevölkerungsumfragen in Verbindung mit den singulären Debattenereignissen immer auch die Gefahr des ökologischen Fehlschlusses, da keine direkte Verbindung zwischen den individuellen Aussagen der Befragten und der Debattenstruktur hergestellt werden kann. Auf der einen Seite kann, wie dargelegt wurde, davon ausgegangen werden, dass in dieser Untersuchung die Verknüpfung der Wähler-

agenda mit den im Rahmen der Debatten diskutierten Inhalten durch die Professionalisierung der Wahlkampfberatung gewährleistet ist. Sicherheit in dieser Annahme lässt sich letztlich jedoch nur herstellen, wenn, beispielsweise im Rahmen von Leitfadeninterviews, Gespräche mit den Debattenakteuren oder den für die Planung verantwortlichen Wahlkampfstrategen geführt werden, um mehr über die Motive, Strategien und Schwerpunkte der inhaltlichen TV-Duell-Planung herauszufinden. In Anbetracht der Tatsache, dass ein Großteil der Kandidaten, die in den untersuchten TV-Debatten angetreten sind, noch politisch aktiv ist, gestaltet sich dieses Vorhaben als große Herausforderung, da sich politische Akteure nur schwerlich in die (strategischen) Karten schauen lassen werden. Als erfolgsversprechender, wenn auch mit abweichendem Untersuchungsinteresse, dürften sich Interviews mit Vertretern der beteiligten Medienanstalten herausstellen. Dies wäre aufschlussreich, um fundiertes Wissen über den Informationsanspruch der Anstalten zu generieren, der der Planung zugrundeliegt, sowie darüber, Determinanten zu klassifizieren, die diesem Informationsanspruch möglicherweise entgegenstehen.

Mit Blick auf die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung analysierten Experimentaldaten können Effekte nur für vier TV-Debatten überprüft werden. Darüber hinaus liegen keine weiteren Daten dieser Art vor, die öffentlich verfügbar sind oder die nötige Datenbasis bereitstellen. Hier müssten weitere Studien anknüpfen, um die in der vorliegenden Untersuchung aufgedeckten Tendenzen weitergehend zu prüfen und gegebenenfalls belastbare Effekte zu ermitteln.

Zudem unterliegt die vorliegende Studie einigen Limitationen hinsichtlich der Operationalisierung der Themenagenden. Die Themenvorgaben in den Experimentalstudien zu den TV-Debatten 2002 stellte den Probanden nur eine limitierte Auswahl an Themen zur Verfügung. Dies könnte dazu führen, dass bestimmten Themen eine Relevanz zugewiesen wurde, die intrinsisch nicht angelegt war. Zudem können die vorgegebenen Themen von den eigenen Themenpräferenzen abweichen, so dass wichtige Themen in der Analyse gegebenenfalls unbeachtet blieben. Um eine Vergleichbarkeit auch künftig zu gewährleisten, sollte die Erfassung der Themenstruktur grundsätzlich offen erfolgen. Die Berechnung der individuellen Responsivität über nur drei Themen (in den TV-Debatten-Studien 2009 und 2013) kann hingegen dazu führen, dass die individuelle Themenstruktur nicht in Gänze abgebildet wird. Vor dem Hintergrund, dass Veränderungen im Rahmen der vorhandenen Datenstruktur nur auf den ersten drei Rangplätzen der Bürger möglich sind, bleibt Varianz auf weiteren Rangplätzen unaufgeklärt. Für weitere Studien könnten die Nennungen der wichtigsten Themen daher um weitere Felder erweitert werden.

Im Rahmen der Untersuchung standen in der Experimentaldatenanalyse die unmittelbaren Effekte der Debattenrezeption auf die politische Unterstützung im Fokus. Hier bieten sich für weitere Forschung Möglichkeiten der Analyse längerfristiger Effekte – auch unter Berücksichtigung der Nachberichterstattung über die einzelnen TV-Duelle – an. Effekte der längerfristigen politischen Unterstützung wie etwa Veränderungen der tatsächlichen Wahlbeteiligung können dann unter Kontrolle der Debattenrezeption analysiert werden.

Mithilfe der vorliegenden Studie kann zudem keine Aussage darüber getroffen werden, inwieweit die reine Themenübereinstimmung von Inhalten der Debattenagenda mit den Wählerinteressen auf grundsätzlicher Zustimmung oder Ablehnung der wahrgenommenen Inhalte basiert. Möglich ist, dass die Zuschauer der Debatte ein Thema genau deshalb nach der Rezeption als

relevanter ansehen, weil sie mit den von politischen Spitzenkandidaten konkret getätigten Aussagen gerade nicht übereinstimmen und dem Thema aus diesem Grunde mehr Relevanz einräumen. Daher sollte weitere Forschung die Positionierung der Wähler auf den einzelnen Themen sowie der Kandidaten innerhalb der Debatte berücksichtigen, um eine Übereinstimmung der Themen auch mit Blick auf die tatsächliche Bewertung der inhaltlichen Kandidatenargumentation durch die Wähler überprüfen zu können. Einen Ausgangspunkt dazu könnten qualitative Befragungen der Zuschauer leisten, die sich unmittelbar an die Debattenrezeption anschließen und spezifischer die Perzeption der diskutierten Inhalte durch die Zuschauer in den Blick nehmen.

ZUR PRAKTISCHEN RELEVANZ DER STUDIE: EINE ABSCHLIEßENDE EINSCHÄTZUNG DES FORMATS TV-DUELL IN DER ZUKUNFT

Hinsichtlich der inhaltlichen Präzision der angesprochenen Themen wäre es eine Überlegung wert, nicht den Anspruch zu erheben, im Rahmen von TV-Debatten Antworten auf ‚alle wichtigen Fragen‘ zu liefern, da sich Kandidaten – wie auch die vorliegenden Daten zeigen – in der Mehrheit der TV-Duelle überwiegend unkonkret und unpräzise ausgedrückt. Die Beschränkung auf wenige Themen böte die Gelegenheit zu präzisen Nachfragen seitens der Moderatoren, wenn Kandidaten sich durchgängig unpräzise ausdrücken. Dieser Ansatz kann aber nur dann gelingen, wenn es nicht nur eine Ausgabe, sondern mehrere Sendungen dieser Art innerhalb eines Wahlkampfes geben würde (ein Vorschlag, der schon nach den Kanzlerduellen an anderer Stelle formuliert wurde), da andernfalls nicht jedes wichtige Thema der Wähler im Rahmen des Duells adressiert werden könnte – mit Blick auf das TV-Duell zur Bundestagswahl 2017 ein berechtigter Einwand. Nachteilig könnte sich das Ausweiten auf mehrere Sendungen hingegen auf die Reichweite der Zuschauer auswirken. Ein TV-Duell, deklariert als „Höhepunkt im Wahlkampf“, dürfte durch seinen durchaus vorhandenen und von den Medienanstalten fokussierten Wettkampfcharakter als Einzelveranstaltung ohne Frage eine größere Zuschauerschaft anziehen als mehrere Einzelsendungen – bei denen sich der Zuschauer zusätzlich informieren müsste, in welcher Sendung ‚seine‘ Themen diskutiert werden. Ein Aufwand, den politisch Interessierte eher auf sich nehmen würden – politisch Uninteressierte dürften diesen mit großer Wahrscheinlichkeit aber scheuen und in der Folge wohl eher durch Zufall einschalten.

Eine weitere Alternative aus Sicht der Medienschaffenden könnte in einer Umstrukturierung von Formaten wie der bereits etablierten „Wahlarena“ liegen, in denen Wähler ihre Fragen direkt an die Kandidaten stellen und so direkte Antworten auf die sie interessierenden Fragen erhalten können. Durch Wahlarenen, an denen beide Spitzenkandidaten teilnehmen, könnte der Duellcharakter sogar erhalten bleiben. Fraglich bleibt indes, inwieweit politische Spitzenkandidaten hier präzisere Antworten liefern als im klassischen TV-Duell. Einerseits müssten die Kandidaten in dem Wissen, dass meist unpräzise Statements (die im Wesentlichen die bereits bestehende Meinung der überwiegenden Wähler wiedergeben) positive Bewertungen erfahren, ihre Aussagen nicht zwingend konkreter fassen. Andererseits läge bei derartigen Formaten genau darin eine Chance für Bürgerinnen und Bürger, aber auch für Moderatoren, den Kandidaten auf unkonkrete Antworten direkte, und zwar negative Rückmeldungen zu geben, um sie so zu einer präziseren Darstellung der politischen Pläne zu bewegen. Somit wird auch deutlich, dass die

Moderatoren – wie auch die Anschlussberichterstattung stärker in die Pflicht genommen werden müsste, um den Wähler mit inhaltlich fundierteren Informationen zu versorgen. Den bereits nach den ersten Kanzlerduellen formulierten Appellen an Medienschaffende, in der Nachberichterstattung stärker auf der Überprüfung der faktenbasierten Aussagen der Kandidaten zu setzen, anstatt die Sieger- und Verliererfrage zu stellen, dürfte dem Anspruch rationalerer Effekte der TV-Duelle ebenfalls Rechnung tragen.

Unklar ist, inwieweit Folgestudien noch für dieses Format durchgeführt werden können. In einer sich wandelnden Parteienlandschaft, in der die großen Volksparteien an Zustimmung verlieren und kleine, auch radikalere Parteien Aufwind erfahren, ist es fraglich, welche Legitimation ein Format noch besitzt, in dem – nur – die Spitzenkandidaten der ‚großen‘ Parteien gegeneinander antreten. Die Tatsache, dass in den letzten Jahren der Untersuchungsreihe vermehrt kleine TV-Duelle zwischen den Spitzenkandidaten der weiteren Parteien oder sogenannte Elefantenrunden unter Beteiligung aller Parteien mit Chancen auf einen Einzug ins Parlament trägt dieser Entwicklung im Ansatz bereits Rechnung. Hier bleibt es abzuwarten, inwieweit die Entwicklung der Parteienlandschaft zu einer Fokussierung auf derartige Formate beitragen wird.

12. Anlage

Anlage 1: Ausführliche Übersicht über die untersuchten TV-Debatten	220
Anlage 2: Übersicht der untersuchten Bevölkerungsumfragen	222
Anlage 3: Codebuch zur Inhaltsanalyse	225
Anlage 4: Fragebogen Duelle 2002, W1 und W2	244
Anlage 5: Fragebogen Duell 2009, W1 und W2	268
Anlage 6: Fragebogen Duell 2013, W1 und W2	268
Anlage 7: Struktur der TV-Duell-Aussagen nach Debatte und Akteur	269
Anlage 8: Struktur der politischen TV-Duell-Aussagen nach Debatte und Akteur	274
Anlage 9: Ausgewählte wichtige Probleme in Deutschland seit 2000	277
Anlage 10: Einzelauswertung der Responsivität deutscher TV-Duelle	278
Anlage 11: Debattenspezifische Grenzwerte zur Einteilung der Responsivitätsgrade der TV-Duell- Inhalte	328
Anlage 12: Rangkorrelationen je Debatte und Akteur	329
Anlage 13: Themenspektrum der Schlussstatements je Debatte nach Interessen der Wählerlager	335
Anlage 14: Veränderungen der External Efficacy nach Rezeption der Kanzlerdebatten 2002, 2009 und 2013	337
Anlage 15: Alternative Modelle zur Überprüfung des Responsivitäts- und Persuasionspotentials der Kanzlerdebatten 2002, 2009 und 2013 auf politische Unterstützung	338
Anlage 16: Kontrastgruppenanalyse der Effekte von Kandidatenresponsivität und -persuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die politische Unterstützung	342
Anlage 17: Kompetenz- und Umfragewerte der Kandidaten vor TV-Duell	343

Anlage 1: Ausführliche Übersicht über die untersuchten TV-Debatten

ID	Bund(esland)	Wahldatum	Anzahl		Sende- datum	Wochen- tag	Sende- zeit	Dauer (min)	Anzahl		Zuschauer (bundes- weit)	Marktanteil (bundes- weit)	Zuschauer (landesweit)	Marktanteil (landesweit)	Zeit bis zur Wahl	N Kandi- daten
			Duelle	Duell-Nr.					Sender	Sender						
1	Hamburg	21.09.1997	1	1	17.09.1997	Mi	21.00 - 21.47	47	1	N3	501.869	1,80%	85.167	15,5%	4 Tage	2
2	Niedersachsen	01.03.1998	1	1	25.02.1998	Mi	21.00 - 21.45	45	1	N3	1.832.565	5,90%	1.040.034	30,3%	4 Tage	2
3	Baden-Württemberg	25.03.2001	1	1	16.11.2000	Do	20.15 - 21.30	75	1	SWR BW	558.047	1,80%	487.249	14,2%	4 Monate	2
4	Bund	22.09.2002	2	1	25.08.2002	Mi	20.15 - 21.30	75	2	RTL, Sat.1	15.325.535 ⁹⁾	44,7% ⁹⁾			4 Wochen	2
5	Bund	22.09.2002	2	2	08.09.2002	So	20.15 - 21.30	75	2	ARD, ZDF	15.599.530 ⁹⁾	45% ⁹⁾			14 Tage	2
6	Mecklenburg-Vorpommern	22.09.2002	1	1	18.09.2002	Mi	21.00 - 21.45	45	1	NDR	298.633	0,99%	89.316	10,79%	4 Tage	2
7	Niedersachsen	02.02.2003	2	1	19.01.2003	So	17.45 - 18.45	60	1	RTL	1.748.534	7,46%	433.504	18,51%	14 Tage	2
8	Niedersachsen	02.02.2003	2	1	29.01.2003	So	17.45 - 18.45	60	1	NDR	903.914	2,81%	465.600	14,56%	4 Tage	2
9	Thüringen	13.06.2004	1	1	07.06.2004	Mo	22:06 - 22:50	44	1	MDR	235.734	1,10%	75.299	10,04%	6 Tage	3
10	Brandenburg	19.09.2004	1	1	13.09.2004	Mo	20.15 - 21.10	55	1	RBB	193.014	0,61%	72.915	5,79%	6 Tage	3
11	Sachsen	19.09.2004	1	1	13.09.2004	Mo	22:06 - 22:52	45	1	MDR	346.552	1,55%	119.458	9,40%	6 Tage	3
12	Schleswig-Holstein	20.02.2005	1	1	15.02.2005	Di	21.00 - 21.45	45	1	NDR	615.195	1,79%	218.153	18,05%	5 Tage	2
13	Nordrhein-Westfalen	22.05.2005	2	1	05.05.2005	Do	17.45 - 18.45	60	2	RTL	929.339	5,82%	490.469	12,18%	17 Tage	2
14	Nordrhein-Westfalen	22.05.2005	2	2	17.05.2005	Do	21.00 - 22.00	60	2	ZDF, WDR	2.685.724	8,58%	1.175.209	16,24%	6 Tage	2
15	Bund	18.09.2005	1	1	04.09.2005	So	20.30 - 22.00	90	4	ARD, ZDF, RTL, SAT.1	20.978712 ⁹⁾	59,77% ¹⁾			14 Tage	2
16	Baden-Württemberg	26.03.2006	1	1	02.03.2006	Do	20.15 - 21.11	56	1	SWR BW	622.218	1,84%	550.691	13,32%	24 Tage	2
17	Berlin	17.09.2006	1	1	12.09.2006	Di	20.15 - 21.10	55	1	RBB	209.360	0,70%	145.704	12,28%	5 Tage	2
18	Mecklenburg-Vorpommern	17.09.2006	1	1	13.09.2006	Mi	21.00 - 21.45	45	1	NDR	402.783	1,38%	85.495	11,82%	4 Tage	2
19	Hessen	27.01.2008	1	1	20.01.2008	So	20.15 - 21.45	90	1	HR	563.389	1,57%	361.742	13,68%	4 Tage	2
20	Niedersachsen	27.01.2008	1	1	23.01.2008	Mi	21.00 - 22.00	60	1	NDR	580.652	1,78%	280.966	8,54%	4 Tage	2
21	Hamburg	24.02.2008	1	1	17.02.2008	So	20.15 - 21.15	60	1	NDR	309.202	0,85%	61.120	9,20%	7 Tage	2
22	Bayern	28.09.2008	1	1	18.09.2008	Do	20.15 - 21.00	45	1	BR	897.483	2,99%	646.049	15,45%	10 Tage	2
23	Thüringen	30.08.2009	1	1	24.08.2009	Mo	22:05 - 22:50	45	1	MDR	314.646	1,57%	88.066	13,50%	6 Tage	3
24	Bund	27.09.2009	1	1	13.09.2009	So	20.30 - 22.00	90	4	ARD, ZDF, RTL, SAT.1	14.205.948 ⁹⁾	42,32% ⁹⁾			14 Tage	2
25	Schleswig-Holstein	27.09.2009	1	1	23.09.2009	Mi	21.00 - 22.00	60	1	NDR	443.930	1,52%	169.236	15,56%	4 Tage	2
26	Brandenburg	27.09.2009	1	1	24.09.2009	Do	20.15 - 21.15	60	1	RBB	153.109	0,53%	84.261	7,47%	3 Tage	3
27	Nordrhein-Westfalen	09.05.2010	1	1	26.04.2010	Mo	20.15 - 21.15	60	1	WDR	864.268	2,66%	722.448	9,91%	13 Tage	2
28	Hamburg	20.02.2011	2	1	06.01.2011	Mi	19.00 - 20.15	75	1	Hamburg 1	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	6 Wochen	2
29	Hamburg	20.02.2011	2	2	16.02.2011	Mi	21.00 - 22.00	60	1	NDR	414.264	1,23%	50.464	8,16%	4 Tage	2
30	Sachsen-Anhalt	20.03.2011	1	1	14.03.2011	Mo	22:05 - 23:05	60	1	MDR	284.561	1,19%	75.980	9,60%	6 Tage	3
31	Baden-Württemberg	27.03.2011	1	1	16.03.2011	Mi	20.15 - 21.15	60	1	SWR BW	540.283	1,65%	484.074	12,24%	11 Tage	2
32	Rheinland-Pfalz	27.03.2011	1	1	16.03.2011	Mi	20.15 - 21.15	60	1	SWR RP	289.167	0,89%	252.838	16,22%	11 Tage	2
33	Mecklenburg-Vorpommern	04.09.2011	1	1	30.08.2011	Di	21.00 - 22.00	60	1	NDR	237.848	0,80%	47.232	6,65%	5 Tage	2
34	Berlin	18.09.2011	2	1	06.09.2011	Di	20.15 - 21.00	45	1	RBB	210.532	0,68%	132.487	10,64%	12 Tage	2
35	Berlin	18.09.2011	2	2	08.09.2011	Do	20.15 - 21.00	45	1	RBB	185.431	0,62%	76.559	6,64%	10 Tage	2
36	Saarland	25.03.2012	1	1	13.02.2012	Mo	20.15 - 21.21	66	1	SR	49.001	0,21%	44.862	14,76%	6 Wochen	2
37	Nordrhein-Westfalen	13.05.2012	1	1	30.04.2012	Mo	20.15 - 21.15	63	1	WDR	890.795	3,33%	761.027	12,10%	13 Tage	2
38	Schleswig-Holstein	06.05.2012	1	1	02.05.2012	Mi	21.00 - 22.00	62	1	NDR	225.333	0,74%	45.684	1,51%	4 Tage	2
39	Niedersachsen	20.01.2013	1	1	10.01.2013	Do	21.00 - 22.00	62	1	NDR	456.931	1,40%	265.676	8,36%	10 Tage	2
40	Bund	22.09.2013	1	1	01.09.2013	So	20.30 - 22.00	94	5	ARD, ZDF, RTL, Pro7, Phoenix	17.698.893 ⁹⁾	50,6% ⁹⁾			21 Tage	2
41	Bayern	15.09.2013	1	1	04.09.2013	Mi	20.15 - 21.35	80	1	BR	959.172	3,48%	711.265	17,53%	11 Tage	2
42	Hessen	22.09.2013	1	1	13.09.2013	Fr	20.15 - 21.35	97	1	HR	149.049	0,51%	93.610	5,11%	9 Tage	2
43	Schleswig-Holstein	27.02.2000	1	1	23.02.2000	Di	21.00 - 21.45	46	1	NDR (N3)	634.551	1,94%	151.559	4,88%	4 Tage	2
44	Brandenburg	14.09.2014	1	1	09.09.2014	Di	20.15 - 21.00	49	1	RBB	142.421	0,48%	87.226	7,59%	5 Tage	3
45	Hamburg	15.02.2015	2	1	27.01.2015	Di	20.15 - 21.10	70	1	Hamburg 1	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	19 Tage	2
46	Hamburg	15.02.2015	2	2	11.02.2015	Mi	20.15 - 21.15	61	1	NDR	277.638	0,87%	65.084	2,16%	4 Tage	2
47	Baden-Württemberg	13.03.2016	1	1	14.01.2016	Do	20.15 - 21.00	46	1	SWR	515.922	1,53%	477.709	12,31%	59 Tage	2
48	Rheinland-Pfalz	13.03.2016	1	1	01.03.2016	Di	20.15 - 21.15	90	1	SWR	375.275	1,17%	316.921	19,70%	12 Tage	2
49	Mecklenburg-Vorpommern	04.09.2016	1	1	23.08.2016	Di	20.15 - 21.15	62	1	NDR	378.409	1,09%	106.651	3,18%	12 Tage	2
50	Berlin	18.09.2016	1	1	12.09.2016	Mo	17.10 - 17.50	40	1	N-TV	132.681	0,58%	47.320	3,80%	6 Tage	2

ID	Bund(esland)	Wahldatum	Kandidat 1 (Partei) Amtsinhaber	Kandidat 2 (Partei) Herausforderer	Kandidat 3 (Partei) Herausforderer	Amts-inhaber vor Duell	nächster Amtsinhaber	Anzahl Mode- ratoren	Moderator 1	Moderator 2	Moderator 3	Moderator 4
1	Hamburg	21.09.1997	Henning Voscherau (SPD)	Ole von Beust (CDU)		Henning Voscherau	Ole von Beust	1	Volker Herres			
2	Niedersachsen	01.03.1998	Gerhard Schröder (SPD)	Christian Wulff (CDU)		Gerhard Schröder	Gerhard Schröder	1	Volker Herres			
3	Baden-Württemberg	25.03.2001	Erwin Teufel (CDU)	Ute Vogt (SPD)		Erwin Teufel	Erwin Teufel	1	Michael Zeiß			
4	Bund	22.09.2002	Gerhard Schröder (SPD)	Edmund Stoiber (CDU/CSU)		Gerhard Schröder	Gerhard Schröder	2	Peter Kloeppe	Peter Limbourg		
5	Bund	22.09.2002	Gerhard Schröder (SPD)	Edmund Stoiber (CDU/CSU)		Gerhard Schröder	Gerhard Schröder	2	Sabine Christiansen	Maybrit Illner		
6	Mecklenburg-Vorpommern	22.09.2002	Harald Ringstorff (SPD)	Eckhardt Rehberg (CDU)		Harald Ringstorff	Harald Ringstorff	1	Volker Herres			
7	Niedersachsen	02.02.2003	Sigmar Gabriel (SPD)	Christian Wulff (CDU)		Sigmar Gabriel	Christian Wulff	2	Heiner Bremer	Peter Kloeppe		
8	Niedersachsen	02.02.2003	Sigmar Gabriel (SPD)	Christian Wulff (CDU)		Sigmar Gabriel	Christian Wulff	1	Volker Herres			
9	Thüringen	13.06.2004	Dieter Althaus (CDU)	Christoph Matschie (SPD)	Bodo Ramelow (PDS)	Dieter Althaus	Dieter Althaus	2	Werner Dieste	Wolfgang Kenntemich		
10	Brandenburg	19.09.2004	Matthias Platzeck (SPD)	Jörg Schönbohm (CDU)	Dagmar Enkelmann (PDS)	Matthias Platzeck	Matthias Platzeck	1	Petra Lidschreiber			
11	Sachsen	19.09.2004	Georg Milbradt (CDU)	Thomas Jurk (SPD)	Peter Porsch (PDS)	Georg Milbradt	Georg Milbradt	2	Alexandra Gerlach	Wolfgang Kenntemich		
12	Schleswig-Holstein	20.02.2005	Heide Simonis (SPD)	Peter Harry Carstensen (CDU)		Heide Simonis	Peter Harry Carstensen	1	Gabi Bauer			
13	Nordrhein-Westfalen	22.05.2005	Peer Steinbrück (SPD)	Jürgen Rüttgers (CDU)		Peer Steinbrück	Jürgen Rüttgers	2	Heiner Bremer	Peter Kloeppe		
14	Nordrhein-Westfalen	22.05.2005	Peer Steinbrück (SPD)	Jürgen Rüttgers (CDU)		Peer Steinbrück	Jürgen Rüttgers	2	Maybrit Illner	Jörg Schönenborn		
15	Bund	18.09.2005	Gerhard Schröder (SPD)	Angela Merkel (CDU/CSU)		Gerhard Schröder	Angela Merkel	4	Sabine Christiansen	Maybrit Illner	Peter Kloeppe	Thomas Kausch
16	Baden-Württemberg	26.03.2006	Günther Oettinger (CDU)	Ute Vogt (SPD)		Günther Oettinger	Günther Oettinger	2	Michael Zeiß	Jacqueline Stuhler		
17	Berlin	17.09.2006	Klaus Wowereit (SPD)	Friedbert Pflüger (CDU)		Klaus Wowereit	Klaus Wowereit	1	Petra Lidschreiber			
18	Mecklenburg-Vorpommern	17.09.2006	Harald Ringstorff (SPD)	Jürgen Seidel (CDU)		Harald Ringstorff	Harald Ringstorff	1	Andreas Cichowicz			
19	Hessen	27.01.2008	Roland Koch (CDU)	Andrea Ypsilanti (SPD)		Roland Koch	Roland Koch	2	Claudia Schick	Alois Theisen		
20	Niedersachsen	27.01.2008	Christian Wulff (CDU)	Wolfgang Jüttner (SPD)		Christian Wulff	Christian Wulff	1	Andreas Cichowicz			
21	Hamburg	24.02.2008	Ole von Beust (CDU)	Michael Naumann (SPD)		Ole von Beust	Ole von Beust	1	Andreas Cichowicz			
22	Bayern	28.09.2008	Günther Beckstein (CSU)	Franz Maget (SPD)		Günther Beckstein	Günther Beckstein	1	Sigmund Gottlieb			
23	Thüringen	30.08.2009	Dieter Althaus (CDU)	Christoph Matschie (SPD)	Bodo Ramelow (PDS)	Dieter Althaus	Christiane Lieberknecht	2	Norbert Klein	Andreas Menzel		
24	Bund	27.09.2009	Angela Merkel (CDU)	Frank Walter Steinmeier (SPD)		Angela Merkel	Angela Merkel	4	Maybrit Illner	Frank Plasberg	Peter Kloeppe	Peter Limbourg
25	Schleswig-Holstein	27.09.2009	Peter Harry Carstensen (CDU)	Ralf Stegner (SPD)		Peter Harry Carstensen	Peter Harry Carstensen	1	Andreas Cichowicz			
26	Brandenburg	27.09.2009	Matthias Platzeck (SPD)	Johanna Wanka (CDU)	Kerstin Kaiser (Die Linke)	Matthias Platzeck	Matthias Platzeck	2	Claudia Nothelle	Christoph Singelstein		
27	Nordrhein-Westfalen	09.05.2010	Jürgen Rüttgers (CDU)	Hannelore Kraft (SPD)		Jürgen Rüttgers	Hannelore Kraft	2	Gabi Ludwig	Jörg Schönenborn		
28	Hamburg	20.02.2011	Christoph Ahlhaus (CDU)	Olaf Scholz (SPD)		Christoph Ahlhaus	Olaf Scholz	3	Rainer Hirsch	Matthias Onken	Michael Schmidt	
29	Hamburg	20.02.2011	Christoph Ahlhaus (CDU)	Olaf Scholz (SPD)		Christoph Ahlhaus	Olaf Scholz	1	Andreas Cichowicz			
30	Sachsen-Anhalt	20.03.2011	Reiner Haseloff (CDU)	Jens Bullerjahn (SPD)	Wulf Gallert (Linke)	Wolfgang Böhmer	Reiner Haseloff	2	Norbert Klein	Ines Krüger		
31	Baden-Württemberg	27.03.2011	Stefan Mappus (CDU)	Nils Schmid (SPD)		Stefan Mappus	Winfried Kretschmann	2	Christine Emmerich	Michael Zeiß		
32	Rheinland-Pfalz	27.03.2011	Kurt Beck (SPD)	Julia Klöckner (CDU)		Kurt Beck	Kurt Beck	1	Fritz Frey			
33	Mecklenburg-Vorpommern	04.09.2011	Erwin Sellering (SPD)	Lorenz Caffier (CDU)		Erwin Sellering	Erwin Sellering	1	Andreas Cichowicz			
34	Berlin	18.09.2011	Klaus Wowereit (SPD)	Frank Henkel (CDU)		Klaus Wowereit	Klaus Wowereit	2	Claudia Nothelle	Christoph Singelstein		
35	Berlin	18.09.2011	Klaus Wowereit (SPD)	Renate Künast (Grüne)		Klaus Wowereit	Klaus Wowereit	2	Claudia Nothelle	Christoph Singelstein		
36	Saarland	25.03.2012	Annegret Kramp-Karrenbauer (CDU)	Heiko Maas (SPD)		Annegret Kramp-Karrenbauer	Annegret Kramp-Karrenbauer	2	Peter Stefan Herbst	Norbert Klein		
37	Nordrhein-Westfalen	13.05.2012	Hannelore Kraft (SPD)	Norbert Röttgen (CDU)		Hannelore Kraft	Hannelore Kraft	2	Gabi Ludwig	Jörg Schönenborn		
38	Schleswig-Holstein	06.05.2012	Jost de Jager (CDU)	Torsten Albig (SPD)		Peter Harry Carstensen	Torsten Albig	1	Andreas Cichowicz			
39	Niedersachsen	20.01.2013	David McAllister (CDU)	Stephan Weil (SPD)		David McAllister	Stephan Weil	1	Andreas Cichowicz			
40	Bund	22.09.2013	Angela Merkel (CDU)	Peer Steinbrück (SPD)		Angela Merkel	Angela Merkel	4	Anne Will	Maybrit Illner	Peter Kloeppe	Stefan Raab
41	Bayern	15.09.2013	Horst Seehofer (CSU)	Christian Ude (SPD)		Horst Seehofer	Horst Seehofer	1	Sigmund Gottlieb			
42	Hessen	22.09.2013	Volker Bouffier (CDU)	Thorsten Schäfer-Gümbel (SPD)		Volker Bouffier	Volker Bouffier	1	Alois Theisen			
43	Schleswig-Holstein	27.02.2000	Heide Simonis (SPD)	Volker Rühle (CDU)		Heide Simonis	Heide Simonis	1	Volker Herres			
44	Brandenburg	14.09.2014	Dietmar Woidke (SPD)	Christian Görke (Die Linke)	Michael Schierack (CDU)	Dietmar Woidke	Dietmar Woidke	2	Tatjana Jury	Dirk Platt		
45	Hamburg	15.02.2015	Olaf Scholz (SPD)	Dietrich Wersich (CDU)		Olaf Scholz	Olaf Scholz	2	Michael Schmidt	Lars Haider		
46	Hamburg	15.02.2015	Olaf Scholz (SPD)	Dietrich Wersich (CDU)		Olaf Scholz	Olaf Scholz	1	Andreas Cichowicz			
47	Baden-Württemberg	13.03.2016	Winfried Kretschmann (Grüne)	Guido Wolf (CDU)		Winfried Kretschmann	Winfried Kretschmann	1	Clemens Bratzler			
48	Rheinland-Pfalz	13.03.2016	Malu Dreyer (SPD)	Malu Dreyer (CDU)		Malu Dreyer	Malu Dreyer	1	Fritz Frey			
49	Mecklenburg-Vorpommern	04.09.2016	Erwin Sellering (SPD)	Lorenz Caffier (CDU)		Erwin Sellering	Erwin Sellering	1	Andreas Cichowicz			
50	Berlin	18.09.2016	Michael Müller (SPD)	Frank Henkel (CDU)		Michael Müller	Michael Müller	1	Heike Boese			

Anmerkung: Die Angaben der Einschaltquoten beziehen sich auf Zuschauer ab 3 Jahren. Quelle: AGF/GfK/TV Scope/media control. Anfragen der Autorin für TV-Duelle, die der Lokalsender Hamburg 1 ausstrahlte, blieben unbeantwortet. Eigene Darstellung.

Anlage 2: Übersicht der untersuchten Bevölkerungsumfragen

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Fragestellung wichtigstes Problem (offener Frage): Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig...	Verwendete/ Ausgeschlossene Fälle (N)
Hamburg 1997	Landtagswahl in Hamburg 1997	ZA3030_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Hamburg?	883/75
Niedersachsen 1998	Landtagswahl in Niedersachsen 1998	ZA3031_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Niedersachsen?	935/95
Schleswig-Holstein 2000	Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2000	ZA3435_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Schleswig-Holstein?	779/256
Baden-Württemberg 2001	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 10/2000	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	125/30
Bundestagswahl 2002 (1. und 2. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur 8/2002	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	945/90
Mecklenburg-Vorpommern 2002	Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2002	ZA3864_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Mecklenburg-Vorpommern?	1.071/35
Niedersachsen 2003 (1. und 2. Duell)	Landtagswahl in Niedersachsen 2003	ZA3867_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Niedersachsen?	869/158
Thüringen 2004	Zur politischen Lage in Thüringen im Juli 2004	ZA3998_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Thüringen?	926/88
Brandenburg 2004	Landtagswahl in Brandenburg 2004	ZA3992_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Brandenburg?	957/58
Sachsen 2004	Landtagswahl in Sachsen 2004	ZA3994_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Sachsen?	923/67
Schleswig-Holstein 2005	Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2005	ZA4393_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Schleswig-Holstein?	992/114
Nordrhein-Westfalen 2005 (1. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur NRW 4/2005	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	518/32
Nordrhein-Westfalen 2005 (2. Duell)	Zur politischen Lage in Nordrhein-Westfalen im Mai 2005	ZA4395_v1-1-0	...das wichtigste Problem in Nordrhein-Westfalen?	955/132
Bundestagswahl 2005	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur 08/2005	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	3.664/420
Baden-Württemberg 2006	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 2/2006	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	142/11
Berlin 2006	Zur politischen Lage in Berlin im September 2006	ZA4404_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Berlin?	915/112
Mecklenburg-Vorpommern 2006	Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2006	ZA4511_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Mecklenburg-Vorpommern?	1.392/110
Hessen 2008	Zur politischen Lage in Hessen im Januar 2008	ZA4865_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Hessen?	965/197
Niedersachsen 2008	Landtagswahl in Niedersachsen 2008	ZA4863_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Niedersachsen?	907/179
Hamburg 2008	Zur politische Lage in Hamburg im Februar 2008	ZA4868_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Hamburg?	1.226/298
Bayern 2008	Zur politischen Lage in Bayern im September 2008	ZA4869_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Bayern?	756/389
Thüringen 2009	Zur politischen Lage in Thüringen im August 2009	ZA5374_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Thüringen?	854/125
Bundestagswahl 2009	Vorwahl-Querschnitt (GLES 2009)	ZA5300_v5-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	1.514/299

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Fragestellung wichtigstes Problem (offener Frage): Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig...	Verwendete/ Ausgeschlossene Fälle (N)
Schleswig-Holstein 2009	Zur politischen Lage in Schleswig-Holstein im September 2009	ZA5380_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Schleswig-Holstein?	1.591/369
Brandenburg 2009	Landtagswahl in Brandenburg 2009	ZA5383_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Brandenburg?	1.423/80
Nordrhein-Westfalen 2010	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in NRW 2010 (GLES 2009)	ZA5324_v2-0-0	...das wichtigste politische Problem in Nordrhein-Westfalen?	337/238
Hamburg 2011 (1. Duell)	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur HH 10-12/2010	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	83/12
Hamburg 2011 (2. Duell)	Bürgerschaftswahl in Hamburg 2011	ZA5623_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Hamburg?	836/217
Sachsen-Anhalt 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Sachsen-Anhalt 2011 (GLES 2009)	ZA5325_v3-0-0	...das wichtigste politische Problem in Sachsen-Anhalt?	170/81
Baden-Württemberg 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Baden-Württemberg 2011	ZA5328_v3-0-0	...das wichtigste politische Problem in Baden-Württemberg?	254/216
Rheinland-Pfalz 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Rheinland-Pfalz 2011 (GLES 2009)	ZA5327_v3-0-0	...das wichtigste politische Problem in Rheinland-Pfalz?	143/136
Mecklenburg-Vorpommern 2011	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2011	ZA5330_v1-0-0	...das wichtigste politische Problem in Mecklenburg-Vorpommern?	235/126
Berlin 2011 (1. und 2. Duell)	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Berlin 2011 (GLES 2009)	ZA5329_v1-0-0	...das wichtigste politische Problem in Berlin?	425/200
Saarland 2012	Politbarometer 2012 (Kumul. Datensatz inkl. Kurzbarometer); nur SL 01-02/2012	ZA5641_v1-1-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	42/10
Nordrhein-Westfalen 2012	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur NRW 4/2012	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	211/62
Schleswig-Holstein 2012	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2012	ZA5332_v1-0-0	...das wichtigste politische Problem in Schleswig-Holstein? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	411/209
Niedersachsen 2013	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Niedersachsen 2013	ZA5735_v2-0-0	...das wichtigste politische Problem in Niedersachsen? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	224/125
Bundestagswahl 2013	Vorwahl-Querschnitt (GLES 2013)	ZA5700_v2-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	844/81

Wahl	Studienbezeichnung	ZA-Archivnr.	Fragestellung wichtigstes Problem (offener Frage): Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig...	Verwendete/ Ausgeschlossene Fälle (N)
Bayern 2013	Landtagswahl in Bayern 2013	ZA5736_v2-0-0	...das wichtigste politische Problem in Bayern? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	179/165
Hessen 2013	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Hessen 2013 (GLES)	ZA5737_v3-0-0	...das wichtigste politische Problem in Hessen? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	274/108
Brandenburg 2014	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Brandenburg 2014 (GLES)	ZA5739_v2-0-0	...das wichtigste politische Problem in Brandenburg? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	385/105
Hamburg 2015 (1. und 2. Duell)	Bürgerschaftswahl in Hamburg 2015	ZA6698_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Hamburg?	1.324/367
Baden-Württemberg 2016	Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation); nur BW 12/2015	ZA2391_v7-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	143/16
Rheinland-Pfalz 2016	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Rheinland-Pfalz 2016 (GLES)	ZA5743_v1-0-0	...das wichtigste politische Problem in Rheinland-Pfalz? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	255/73
Mecklenburg-Vorpommern 2016	Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2016	ZA5744_v1-0-0	...das wichtigste politische Problem in Mecklenburg-Vorpommern? Bitte nennen Sie nur das allerwichtigste Problem.	163/23
Berlin 2016	Langfrist-Online-Tracking T33 (GLES); nur Berlin	ZA5733_v1-0-0	...das wichtigste Problem in Deutschland?	21/14

Anmerkungen: alle verwendeten Datensätze sowie die dazugehörigen Studienbeschreibungen sind bei GESIS verfügbar und können über den Datenbestandskatalog heruntergeladen werden (siehe <http://www.gesis.org/angebot/daten-analysieren/umfragedaten/>; letzter Zugriff: 28.02.2018). Ausgeschlossen wurden Befragte, deren Antwort auf die Frage nach dem wichtigsten politischen Problem keinen eindeutigen Bezug zu politischen Inhalten (Policies) erkennen ließ. Quelle: eigene Darstellung.

Anlage 3: Codebuch zur Inhaltsanalyse

AUFBAU DES CODEBUCHS

Bei dem vorliegenden Codebuch handelt es sich um einen Auszug aus dem Codebuch, das im Wesentlichen von der Autorin im Rahmen des Forschungsprojekts „Fernsehdebatten in Deutschland. Kandidatenstrategien und ihre Effekte auf politisches Vertrauen“, durchgeführt an der Universität Koblenz-Landau als Teilprojekt 4 des Forschungsschwerpunkts „KoMePol“ am Campus Landau im Zeitraum 2012-2013, entwickelt wurde. Grundlage für die Codieranweisungen sind Vorarbeiten des Projektträgers, Prof. Dr. Jürgen Maier, im Zuge der Inhaltsanalysen der TV-Duelle anlässlich der Bundestagswahlen 2002, 2005 und 2009. Für ist die Dokumentation ebenfalls auf den Seiten der German Longitudinal Election Study (GLES) hinterlegt, vgl. <http://www.gesis.org/wahlen/gles/daten/>. Für die vorliegende Untersuchung wurden im Wesentlichen Änderungen in den Codieranweisungen für die Themencodierung im Sinne einer Aktualisierung vorgenommen.

PUBLIKATION

Die untersuchten TV-Duelle liegen im Wortlaut vollständig dokumentiert vor und können über die Homepage des Forschungsschwerpunkts „KoMePol“ der Universität Koblenz-Landau (https://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/publikationen/working_paper_series) sowie über die Deutsche Nationalbibliothek (<http://www.dnb.de>) eingesehen und heruntergeladen werden.

ALLGEMEINE CODIER-ERLÄUTERUNGEN

Eine neue Codiereinheit beginnt, wenn eine der folgenden Bedingungen zutrifft:

1. Wechsel des Sprechers
2. Wechsel des Inhaltes
3. Wechsel des Bezugsobjekts
4. Wechsel der Strategie

Die gesamte Codierung wird bei jeder Codiereinheit neu vorgenommen, soweit es nicht anders benannt ist. Eine neue Codiereinheit liegt immer dann vor, wenn Sprecher, Inhalt, Bezugsobjekt oder Strategie wechselt. Kurze Einschübe führen nicht zu einer neuen Codiereinheit bei Wechsel von Strategie oder Bezugsobjekt. „Kurzer Einschub“ bedeutet, dass die Richtung der gesamten Aussage nicht geändert wird. Wechselt jedoch der Inhalt, liegt eine neue Codiereinheit vor. Beispiel: „Wir haben die höchsten Benzinpreise in ganz Europa. [...] Deshalb finde ich, dass, neben der Bemerkung, *bei der ich dem Bundeskanzler ausdrücklich zustimme* [...], wir alles unternehmen müssen [...]“. Hier wechselt zwar in einem Einschubsatz das Bezugsobjekt (*hin zum Bundeskanzler*), es ist aber keine neue Codiereinheit zu beginnen.

Die Länge der Aussage liefert keinen Hinweis darauf, ob eine Codiereinheit vorliegt. Eine Kurzantwort wie „Ja“ oder „Nein“ kann eine Codeeinheit darstellen, wenn sie eine klar identifizierbare Antwort auf eine gestellte Frage darstellt (und so Thema, Bezugsobjekt etc. identifizierbar sind).

Die Codierung ist immer so genau wie möglich durchzuführen. Findet sich auf einer tieferliegenden hierarchischen Ebene eine feinere Merkmalsausprägung, so ist diese der allgemeineren Merkmalsausprägung vorzuziehen.

Zur Identifikation der einzelnen Merkmalsausprägungen kann der Kontext der Aussage herangezogen werden. Der Kontext der Aussage bestimmt sich aus vorhergehenden Aussagen, in denen Inhalte genannt wurden, die für die aktuelle Codiereinheit weiterhin Gültigkeit besitzen. Niemals sind Kontextinformationen aus nachfolgenden Einheiten zu beziehen, denn diese Informationen lagen dem Rezipienten zum Zeitpunkt der Informationsaufnahme ja auch noch nicht vor.

Kommen in einer Codiereinheit mehrere Merkmalsausprägungen in Frage, ist nach dem Schwerpunkt der Aussage zu entscheiden. Beispiel: „Und deshalb werbe ich für eine neue Regierung, wobei ich nicht anstehe zu sagen, dass wir gut miteinander gearbeitet haben, dass wir vieles auf den Weg gebracht haben.“ Es geht

hier zwar auch um inhaltliche Politik („vieles gemacht haben“) – im Mittelpunkt der Aussage stehen jedoch Regierungsbildungen/Koalitionen.

Bei der Identifikation der Strategien ist immer vom Sprecher auszugehen. In Zweifelsfällen (und nur dann) ist das Video zur Unterstützung heranzuziehen, da Mimik und/oder Gestik die Identifikation der Strategie unterstützen können.

Bei der Identifikation des Inhaltes ist immer vom „durchschnittlichen Zuschauer“ auszugehen. In einer Aussage nicht klar benannte Sachverhalte müssen ohne detailliertes Vorwissen entschlüsselbar sein. Andernfalls ist kein Inhalt zu codieren.

KATEGORIENSYSTEM DER VORLIEGENDEN UNTERSUCHUNG

Variablenübersicht: formale Kategorien				
Nr.	Kurzbgz.	Label		
1	ldnr	Laufende Nummer		
2	id	Debatten-ID		
3	land	Land		
4	tag	Tag		
5	monat	Monat		
6	jahr	Jahr		
7	wahlebene	Wahlebene		
8	anzkan	Anzahl der Kandidaten		
9	text	Aussage		
10	sprech	Sprecher		
11	partei	Parteizugehörigkeit		
12	rolle	Rolle des Sprechers		
13	posit	Position des Kandidaten		
14	vorsprung	Vorsprung/Rückstand letzte Umfrage vor Duell		
15	vorsprungr	Knappheit der Umfrageergebnisse		
16	duellnr	Wieviertes Duell im Wahlkampf?		
17	modN	Anzahl Moderatoren pro Duell		
18	journMod	Journalistischer Hintergrund des Moderators		
Variablenübersicht: inhaltliche Kategorien			Reliabilitätswerte	
Nr.	Kurzbgz.	Label	Holsti	Krippendorffs α
19	toctu	Art der Codiereinheit	0,998	0,998
20	inhalt	Inhalt der Aussage	0,84	0,807
21	top	Thema	0,875	0,737
22	pol	Policies	Umcodierung von v21	
23	ppp	Politische Aussagen	Umcodierung von v21	
24	konkr	Konkretheitsgrad der Aussage	0,882	0,57
25	ingang_jn	Eingangsstatements vorhanden	1,000	1,000
26	schluss_jn	Schlussstatements vorhanden	1,000	1,000
27	schluss	Schlussstatement	1,000	1,000
28	top_schluss_a	Top-3-Thema Amtsinhaber vorhanden	Abgleich mit Wähleragenda	
29	top_schluss_h	Top-3-Thema Herausforderer vorhanden	Abgleich mit Wähleragenda	
30	top_schluss_h2	Top-3-Thema Herausforderer 2 vorhanden	Abgleich mit Wähleragenda	
31	konkr_dummy	Dummy konkrete Aussage	Umcodierung von v24	
32	vage_dummy	Dummy vage Aussage	Umcodierung von v24	
33	konkr_anteil_id	Anteil konkrete Aussagen je Debatte	Berechnet auf Basis von v24	
34	konkr_anteil_sprech	Anteil konkrete Aussagen je Kandidat	Berechnet auf Basis von v24	
35	vage_anteil_id	Anteil vage Aussagen je Debatte	Berechnet auf Basis von v24	
36	vage_anteil_sprech	Anteil vage Aussagen je Kandidat	Berechnet auf Basis von v24	

Zur Berechnung der Intercoder-Reliabilität wurden pro Variable der inhaltlichen Kategorie 10 Prozent aller Aussagen durch zwei unabhängige Codierer erneut codiert (Ausnahme: Schlussstatements, hier wird der Wert als Intracoderreliabilität ausgewiesen) und anschließend anhand zweier Reliabilitätsmaße berechnet. Für Holsti siehe Holsti, O.R. (1969), Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading: Addison Wesley: S. 140 (Logik des Paarvergleichs). Zu Krippendorff's Alpha siehe Krippendorff, K. (2004): Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. Thousand Oaks: SAGE.

1. FORMALE CODIERKATEGORIEN

1 Laufende Nummer (*lfdnr*)

Hier wird für die einzelnen Aussagen eine laufende Nummer im Gesamtdatensatz erstellt.

2 Debatten-ID (*id*)

Hier wird für jedes TV-Duell eine ID vergeben.

Code	Wertelabel	Code	Wertelabel
1	Hamburg 1997	26	Brandenburg 2009
2	Niedersachsen 1998	27	Nordrhein-Westfalen 2010
3	Baden-Württemberg 2000	28	Hamburg 2011, Duell 1
4	Bundestagswahl 2002, Duell 1	29	Hamburg 2011, Duell 2
5	Bundestagswahl 2002, Duell 2	30	Sachsen-Anhalt 2011
6	Mecklenburg-Vorpommern 2002	31	Baden-Württemberg 2011
7	Niedersachsen 2003, Duell 1	32	Rheinland Pfalz 2011
8	Niedersachsen 2003, Duell 2	33	Mecklenburg-Vorpommern 2011
9	Thüringen 2004	34	Berlin 2011, Duell 1
10	Brandenburg 2004	35	Berlin 2011, Duell 2
11	Sachsen 2004	36	Saarland 2012
12	Schleswig-Holstein 2005	37	Nordrhein-Westfalen 2012
13	Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1	38	Schleswig-Holstein 2012
14	Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2	39	Niedersachsen 2013
15	Bundestagswahl 2005	40	Bundestagswahl 2013
16	Baden-Württemberg 2006	41	Bayern 2013
17	Berlin 2006	42	Hessen 2013
18	Mecklenburg-Vorpommern 2006	43	Schleswig-Holstein 2000
19	Hessen 2008	44	Brandenburg 2014
20	Niedersachsen 2008	45	Hamburg 2015, Duell 1
21	Hamburg 2008	46	Hamburg 2015, Duell 2
22	Bayern 2008	47	Baden-Württemberg 2016
23	Thüringen 2009	48	Rheinland-Pfalz 2016
24	Bundestagswahl 2009	49	Mecklenburg-Vorpommern
25	Schleswig-Holstein 2009	50	Berlin 2016

3 Land (*land*)

Hier wird das Bundesland erfasst, in dem die Debatte stattfand.

Code	Wertelabel	Code	Wertelabel
0	Bund	6	Hessen
1	Schleswig-Holstein	7	Rheinland-Pfalz
2	Hamburg	8	Baden-Württemberg
3	Niedersachsen	9	Bayern
4	Bremen	10	Saarland
5	Nordrhein-Westfalen	11	Berlin
12	Brandenburg	15	Sachsen
13	Mecklenburg-Vorpommern	16	Thüringen
14	Sachsen-Anhalt		

4 Tag (*tag*)

Hier wird der Tag, an dem die Debatte stattfand, codiert: 1.9.2013 = 1.

5 Monat (*monat*)

Hier wird der Monat, an dem die Debatte stattfand, codiert: 1.9.2013 = 9.

6 Jahr (*jahr*)

Hier wird das Jahr, in dem die Debatte stattfand, codiert: 1.9.2013 = 2013.

7 Wahlebene (*wahlebene*)

Hier wird die Wahlebene, auf der die Debatte stattfand, erfasst.

Code	Wertelabel
1	Bundestagswahl
2	Landtagswahl

8 Anzahl der Kandidaten (*anzkan*)

Hier wird die Anzahl der teilnehmenden Kandidaten festgehalten (in der Regel zwei Kandidaten).

9 Aussage (*text*)

Hier wird der Wortlaut der einzelnen Aussagen festgehalten <STRING>.

10 Sprecher (*sprech*)

Hier wird derjenige als Sprecher der Aussage codiert, der gerade das Wort hat.

Kandidaten

Code	Wertelabel	Code	Wertelabel
1	Merkel, Angela	11	Caffier, Lorenz
2	Schröder, Gerhard	12	Carstensen, Peter Harry
3	Steinmeier, Frank-Walter	13	de Jager, Jost
4	Stoiber, Edmund	14	Enkelmann, Dagmar
5	Ahlhaus, Christoph	15	Gabriel, Siegmund
6	Albig, Torsten	16	Haseloff, Reiner
7	Althaus, Dieter	17	Henkel, Frank
8	Beck, Kurt	18	Jurk, Thomas
9	Beckstein, Günther	19	Jüttner, Wolfgang
10	Bullerjahn, Jens	20	Kaiser, Kerstin
21	Klößner, Julia	47	Stegner, Ralf
22	Koch, Roland	48	Steinbrück, Peer
23	Kraft, Hannelore	49	Teufel, Erwin
24	Kramp-Karrenbauer, Annegret	50	Vogt, Ute
25	Künast, Renate	51	von Beust, Ole
26	Maas, Heiko	52	Voscherau, Henning
27	Maget, Franz	53	Wanka, Johanna
28	Mappus, Stefan	54	Wowereit, Klaus
29	Matschie, Christoph	55	Wulff, Christian
30	Milbradt, Georg	56	Ypsilanti, Andrea
31	Naumann, Michael	57	Gallert, Wulf
32	Oettinger, Günther	58	McAllister, David
33	Pflüger, Friedbert	59	Weil, Stephan
34	Platzek, Matthias	60	Seehofer, Horst
35	Porsch, Peter	61	Ude, Christian
36	Ramelow, Bodo	62	Bouffier, Volker
37	Rehberg, Eckard	63	Schäfer-Gümbel, Torsten
38	Ringstorff, Harald	64	Rühe, Volker

Code	Wertelabel	Code	Wertelabel
39	Röttgen, Norbert	65	Woidke, Dietmar
40	Rüttgers, Jürgen	66	Schierack, Michael
41	Schmid, Niels	67	Görke, Christian
42	Scholz, Olaf	68	Wersich, Dietrich
43	Schönbohm, Jörg	69	Kretschmann, Winfried
44	Seidel, Jürgen	70	Wolf, Guido
45	Sellering, Erwin	71	Dreyer, Malu
46	Simonis, Heide	72	Müller, Michael

Moderatoren

Code	Wertelabel	Code	Wertelabel
100	Bauer, Gabi	117	Lidschreiber, Petra
101	Bremer, Heiner	118	Limbourg, Peter
102	Christiansen, Sabine	119	Ludwig, Gabi
103	Cichowicz, Andreas	120	Menzel, Andreas
104	Dieste, Werner	121	Nothelle, Claudia
105	Emmerich, Christine	123	Onken, Matthias
106	Gerlach, Alexandra	124	Plasberg, Frank
107	Gottlieb, Sigmund	125	Schick, Claudia
108	Herbst, Peter Stephan	126	Schmidt, Michael
109	Herres, Volker	127	Schönenborn, Jörg
110	Hirsch, Rainer	128	Singelstein, Christoph
111	Illner, Maybrit	129	Stuhler, Jacqueline
112	Kenntemich, Wolfgang	130	Theisen, Alois
113	Klein, Ines	131	Zeiß, Michael
114	Klein, Norbert	132	Off-Sprecher/MAZ
115	Kloeppel, Peter	133	Frey, Fritz
116	Krüger, Ines	134	Zuschauer
135	Kausch, Thomas	139	Platt, Dirk
136	Raab, Stefan	140	Schmidt, Michael
137	Will, Anne	141	Bratzler, Clemens
138	Jury, Tatjana	142	Boese, Heike

11 Parteizugehörigkeit (*partei*)

Hier wird die Partei des Kandidaten codiert.

Code	Wertelabel
1	CDU/CSU
2	SPD
3	FDP
4	Bündnis'90/Die Grünen
5	PDS/Die Linke
-99	Moderatorenaussage

12 Rolle des Sprechers (*rolle*)

Hier wird festgehalten, ob es sich beim Sprecher um einen Kandidaten oder einen der Moderatoren handelt.

Code	Wertelabel
0	Moderator
1	Kandidat

13 Position des Kandidaten (*posit*)

Hier wird festgehalten, aus welcher Position heraus der Kandidat im Duell auftritt.

Code	Wertelabel
0	Herausforderer zum Zeitpunkt des Duells
1	Amtsinhaber zum Zeitpunkt des Duells (KanzlerIn/MinisterpräsidentIn)
-99	Moderatoraussage

14 Vorsprung/Rückstand letzte Umfrage vor Duell (*vorsprung*)

Hier wird festgehalten, wie viele Prozentpunkte die Partei des gerade sprechenden Kandidaten vor oder hinter der Partei seines Kontrahenten in der letzten Umfrage (siehe u. a. <http://www.wahlrecht.de/umfragen/landtage/index.htm>) liegt. *Beispiel Merkel:* Merkel liegt bei zum Zeitpunkt des Duells zur Bundestagswahl 2013 16 Prozentpunkte vor Steinbrück, also wird Merkel mit 16 und Steinbrück mit -16 codiert. Moderatorenaussagen werden als solche kenntlich gemacht (-99).

Filter: nur wenn Rolle des Sprechers = 1 (Kandidat)

15 Knappheit der Umfrageergebnisse (*vorsprung*)

Hier wird der über Variable 14 festgehaltene Umfragezustand des Kandidaten kategorisiert erfasst.

Filter: nur wenn Rolle des Sprechers = 1 (Kandidat)

Code	Wertelabel
-2	5% und mehr Rückstand
-1	weniger als 5% Rückstand
0	weder Rückstand, noch Vorsprung
+1	weniger als 5% Vorsprung
+2	5% und mehr Vorsprung
-99	Moderatoraussage

16 Wie vieltes Duell im Wahlkampf? (*duellnr*)

In einzelnen Wahlkämpfen fanden mehrere Duelle statt, in anderen jeweils nur eines. Hier wird festgehalten, um welches Duell es sich gerade handelt.

Code	Wertelabel
1	Erstes Duell
2	Zweites Duell
-99	Moderatoraussage

17 Anzahl Moderatoren (*modN*)

Debatten werden entweder von einzelnen Moderatoren oder Moderatorenteams von bis zu vier Moderatoren geleitet. Hier wird die Anzahl der Moderatoren pro Debatte festgehalten.

18 Journalistischer Hintergrund des Moderators (*JournMod*)

Debatten werden teils von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern, teils von privaten Rundfunkanstalten durchgeführt, ebenso sind Kooperationen zwischen den Sendeanstalten möglich (dies gilt in erster Linie für TV-Debatten auf Bundesebene). In Einzelfällen werden Fernsehmoderatoren von Hörfunk- oder Zeitungsredakteuren unterstützt (dies gilt in erster Linie für TV-Debatten auf Landesebene). Hier wird festgehalten, welchen redaktionellen/journalistischen Hintergrund der Moderator hat, der gerade das Wort hat.

Filter: nur wenn Rolle des Sprechers = 0 (Moderator)

Code	Wertelabel
1	öffentlich-rechtlicher Fernsehsender (ARD, ZDF, Dritte Programme)
2	private Fernsehsender (etwa RTL, SAT1, ProSieben, n24)
3	öffentlich-rechtlicher Radiosender
4	privater Radiosender (etwa Hamburg 1)
5	Zeitungsredakteure, Qualitätsmedien (etwa Saarbrücker Zeitung)
6	Zeitungsredakteure, Boulevard (etwa BILD-Zeitung Hamburg)
-99	tnz (Sprecher=Kandidat, Off-Sprecher, Zuschauer)

2. INHALTLICHE CODIERKATEGORIEN

19 Art der Codiereinheit (*toeu*)

Hier wird codiert, ob die Aussage eine relevante Untersuchungseinheit darstellt. Relevant ist sie dann, wenn sich eine gehaltvolle Aussage identifizieren lässt. Irrelevant sind Aussagen, die keine Sinnhaftigkeit erkennen lassen, weil es sich um klassisch unvollendete Sätze handelt, etwa „Aber wir müssen doch...“. Alle nicht-funktionalen Aussagen werden in den folgenden Variablen als solche erfasst.

Code	Wertelabel
0	Nicht-funktionale Aussage
1	Funktionale Aussage

20 Inhalt der Aussage (*inhalt*)

Der Inhalt einer Aussage bezieht sich entweder auf politische Inhalte (Politikdimensionen Polity, Politics oder Policy) auf charakterliche Eigenschaften von Politikern beziehen oder ob sie der Strukturierung des TV-Duells dienen.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)

Code	Wertelabel
0	politischer Aussage
1	Unpolitische Aussage
2	Aussage zur Strukturierung des Duells
9	unklar
-99	nicht-funktionale Aussage

21 Thema der Aussage (*top*)

Die Codierung der Themen orientiert sich an den „Agendafragen“ der German Longitudinal Election Study¹⁷⁵ und wurde um spezifische Themen ergänzt und erweitert¹⁷⁶.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
nur wenn Inhalt ≠ 1 (unpolitische Aussage)

¹⁷⁵ Das Codierschema kann unter <http://info1.gesis.org/dbksearch/download.asp?id=20305> abgerufen werden.

¹⁷⁶ Beispielsweise wurde der Themenkomplex rund um die Stabilität des Euro und die damit verbundenen Maßnahmen aufgrund der Entwicklung und den daraus resultierenden Konsequenzen seit 2009 aus dem Block Wirtschaftspolitik in den Block Finanzpolitik verschoben.

POLITICS:

Hier soll die Prozessdimension von Politik, die sich als Abfolge von Handlungen politischer Akteure entfaltet, codiert werden.

Beispiel: Konflikte zwischen Parteien und innerhalb einer Partei, politische Skandale, Wahlen.

POLITY:

Hier soll die strukturelle Dimension von Politik, in deren Rahmen und nach deren Vorgaben politische Entscheidungen hergestellt werden, d.h. die institutionelle Ordnung des politischen Systems und die Institutionen, aus denen sich diese konstituieren, codiert werden.

Beispiel: Die Institutionen des Regierungssystems und ihre Elemente (etwa Bundes- oder Landtag mit Ausschüssen, Fraktionen, Abgeordneten; die föderale Ordnung der BRD mit Ländern, Landesregierungen, Bundesrat), die Rolle der Bürger in der Politik, gesellschaftliche Probleme.

POLICY:

Hier soll die inhaltliche Dimension von Politik, d.h. die Maßnahmen, Entscheidungen und Gestaltungsprogramme, die von den politischen Akteuren entwickelt, beschlossen und umgesetzt werden, codiert werden.

Beispiel: Politikfelder wie Finanzpolitik, Sozialpolitik oder Verteidigungspolitik, aber auch Einzelmaßnahmen wie etwa finanzielle oder sonstige Unterstützung bestimmter Unternehmen.

Codierung von Themen und Themenliste**1. Der Codierer hat die Themen immer so konkret wie irgend möglich zu verschlüsseln.**

Zu diesem Zweck muss das Thema zunächst innerhalb eines der thematischen Blöcke der Dimensionen (etwa Bereich Internationale Beziehungen / Außenpolitik, 3100) verortet werden. Kann das Thema innerhalb dieses Blocks noch differenzierter zugeordnet werden (etwa Europa allgemein, 3110), so ist stattdessen dieser Code zu verschlüsseln. Liegt innerhalb dieser nächsten Ebene ein noch spezifischerer Code vor, der dem vorgefundenen Thema entspricht (etwa Europäische Union / EU speziell, 3111), wäre wiederum dieser zu vercoden. In einigen Fällen liegen nochmals spezifische Kategorien vor, die als „Sonderthemen“ bezeichnet werden (etwa Sonderthema Lissabon-Vertrag, 3113). Nach diesem Prinzip hat der Codierer sich durch die Ebenen zu arbeiten, um das ihm vorliegende Thema möglichst passgenau zu verschlüsseln: d.h. Sonderthema schlägt spezielles Thema schlägt allgemeines Thema. Dabei darf allerdings nicht der thematische Schwerpunkt der Problemnennung aus dem Fokus geraten. Beispiel: Es kann klar erkannt werden, dass eine Nennung zum Thema EU-Beitritt Türkei vorliegt, dann wäre 3112 „Sonderthema EU-Beitritt Türkei“ zu verschlüsseln. Befasst sich die Nennung hingegen mit den deutschen Beitragszahlungen an die EU, so wäre stattdessen nur 3111 für „Europäische Union / EU speziell“ verschlüsselbar, da für das

Einzelthema Beitragszahlungen keine spezifischere Kategorie im Kategorienschema vorliegt, die Nennung aber eindeutig dem Thema Europäische Union / EU zugeordnet werden kann und somit auf einer übergeordneten Ebene wieder verschlüsselbar ist.

2. Bei der Nutzung einer Kategorie muss darauf geachtet werden, dass die Nennung auch zu dem übergeordneten Bereich passt.

Es reicht folglich nicht, nach einem Schlagwort innerhalb einer Nennung zu suchen, auch der Kontext muss beachtet werden. So gibt „es soll Ruhe und Frieden bleiben, d.h. man soll uns in Ruhe lassen“ keinen eindeutigen Hinweis auf Verteidigungspolitik. In solch unklaren Fällen sollte besser eine der Residualkategorien (siehe unten) statt einer spezifischen Kategorie genutzt werden. Im Falle der Nennung „es soll Ruhe und Frieden bleiben, d.h. man soll uns in Ruhe lassen“ wäre die Residualkategorie 6999 zu verschlüsseln.

3. Die übergeordneten Kategorien sind nur für sehr allgemeine Aussagen zu nutzen.

Grundsätzlich können auch die Codes der übergeordneten Bereiche (mit einer Null mindestens an dritter und vierter Stelle, etwa 2100) genutzt werden. Diese Codes sollten jedoch nur dann vergeben werden, wenn es sich um eine äußerst allgemeine Nennung zu diesem Themenbereich handelt (etwa kann „Bildung“ mit 4000 codiert werden). Diese Codes sind folglich sehr sparsam einzusetzen, da mit spezifischeren Nennungen gerechnet wird. Daher stehen an keiner Stelle des Kategorienschemas für einen bestimmten Bereich ausschließlich übergeordnete Themenbereiche zur Verfügung.

4. Für nicht eindeutig codierbare Nennungen sind die Residualkategorien zu nutzen.

Da die inhaltliche Richtung der Nennungen nicht endgültig abgeschätzt werden kann, ist für jeden übergeordneten Themenbereich eine Bereichsresidualkategorie (etwa „Sonstige spezifische Nennung zu politischen Konflikten und Skandale“) vorgesehen. Sobald bei einer spezifischen Nennung Unklarheit über die heranzuziehende Kategorie besteht, sollen diese Sonstige-Kategorien genutzt werden, sofern denn der Themenbereich auszumachen ist (etwa Atomkraft Krümmel → 3499: Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Infrastruktur). Im Falle von Nennungen, die nicht einmal einem spezifischen Themenbereich, aber einer der Politikdimensionen zugeordnet werden können, sind stattdessen die Dimensionsresidualkategorien („Sonstige spezifische Nennung mit Bezug zu politischen Prozessen bzw. zu politischen Strukturen bzw. zu politischen Inhalten“) zu nutzen. Für Nennungen, die hingegen nicht einmal einer der Politikdimensionen zugeordnet werden können, gibt es schließlich die Residualkategorie „6999 – Sonstiges“.

Themenliste:

Code	Wertelabel
POLITICS-DIMENSIONEN	
1000	Politische Prozesse
1100	Bereich politische Konflikte und Skandale
1110	politische Konflikte allgemein
1111	Konflikte in der Bundes-/Landesregierung speziell
1112	Konflikte zwischen CDU und CSU speziell
1113	Konflikte innerhalb der CDU speziell
1114	Konflikte innerhalb der CSU speziell
1115	Konflikte innerhalb der SPD speziell
1116	Konflikte innerhalb der GRÜNEN speziell
1117	Konflikte innerhalb der FDP speziell
1118	Konflikte innerhalb der LINKEN speziell
1119	Konflikte zwischen den Parteien speziell
1120	Politische Skandale allgemein
1122	Skandale in der Bundes-/Landespolitik speziell
1123	Sonderthema Dienstwagen-Affäre Ulla
1124	Sonderthema Plagiatsaffäre Karl-Theodor zu Guttenberg
1125	Sonderthema Plagiatsaffäre Annette Schavan
1130	Politische Kultur allgemein
1131	Politikstil speziell
1132	Politische Ziele speziell
1199	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich politische Konflikte und Skandale
1200	Bereich Wahlen und Wahlkampf
1210	Bereich Bundestagswahlen und Wahlkampf
1220	Personalvorschläge Ministerposten
1230	Wahlprogramme / Regierungsprogramme der Parteien
1240	Wahlbeteiligung, Überhangmandate, Wahlrechtsreform
1290	Umfragen / Studien
1299	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Wahlen und Wahlkampf
1300	Bereich Landtags- und Kommunalwahlen und -wahlkampf
1310	Landtagswahlen und -wahlkampf in Schleswig-Holstein
1311	Koalitionsbruch in Schleswig-Holstein
1320	Bürgerschaftswahlen und -wahlkampf Hamburg
1330	Landtagswahlen und -wahlkampf Niedersachsen
1340	Bürgerschaftswahlen und -wahlkampf Bremen
1350	Landtagswahlen und -wahlkampf Nordrhein-Westfalen
1351	Kommunalwahlen und -wahlkampf in Nordrhein-Westfalen
1352	Neuwahlen in Nordrhein-Westfalen
1360	Landtagswahlen und -wahlkampf Hessen
1370	Landtagswahlen und -wahlkampf Rheinland-Pfalz
1380	Landtagswahlen und -wahlkampf Baden-Württemberg
1390	Landtagswahlen und -wahlkampf Bayern

Code	Wertelabel
1400	Landtagswahlen und -wahlkampf im Saarland
1401	Auflösung der Jamaica-Koalition/Neuwahlen im Saarland
1410	Senatswahlen und -wahlkampf Berlin
1420	Landtagswahlen und -wahlkampf in Brandenburg
1430	Landtagswahlen und -wahlkampf Mecklenburg-Vorpommern
1440	Landtagswahlen und -wahlkampf Sachsen-Anhalt
1450	Landtagswahlen und -wahlkampf in Sachsen
1460	Landtagswahlen und -wahlkampf in Thüringen
1470	Bedeutung der Landtagswahl für Bundestag(swahl)
1480	Bedeutung der Bundestagswahl/-politik für Landtags(wahl)
1499	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Landtags- und Kommunalwahlen und -wahlkampf
1500	Bereich Koalitionen und Koalitionsaussagen
1550	Koalitionen allgemein
1551	Koalition Rot-Grün
1552	Koalition Schwarz-Gelb
1553	Große Koalition
1554	Sonderthema Zusammenarbeit SPD und Die Linke
1555	Sonderthema Zusammenarbeit Bündnis 90/Die Grünen und Die Linke
1556	Koalition Rot-Gelb
1557	Koalition Schwarz-Grün
1558	Sonderthema generelle Zusammenarbeit mit der Linken
1559	Sonstige Koalitionsmöglichkeiten (Jamaica, SSW, Piraten, AfD, ...)
1599	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Koalitionen
1999	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Politics-Dimensionen
POLITY-DIMENSIONEN	
2000	Politische Strukturen
2010	Bürokratie, Beamtentum allgemein
2020	Politikerdiäten allgemein
2030	Lobbyismus allgemein
2100	Bereich Regierungsform
2110	Demokratie allgemein
2111	Demokratieunzufriedenheit speziell
2112	Mitspracherecht der Bürger speziell
2113	Sonderthema Direkte Demokratie / Volksabstimmungen
2200	Bereich formale Institutionen
2210	Mitspracherechte Bundestag, Bundesrat in der EU-Politik allgemein
2220	Mitspracherecht Länder in der Bundespolitik
2230	Auswirkungen der Bundes- auf Landespolitik
2240	Auswirkungen der Landes- auf Bundespolitik
2250	Bundesrat allgemein
2300	Bereich staatliche Organisationsprinzipien
2310	Föderalismus allgemein
2400	Bereich Normative Ordnung
2410	Werte-/Moralverfall allgemein
2420	Politikverdrossenheit allgemein
2430	Parteienkritik allgemein
2431	Kritik an den Unionsparteien speziell
2432	Kritik an der CDU speziell
2433	Kritik an der CSU speziell
2434	Kritik an der SPD speziell
2435	Kritik an den GRÜNEN speziell
2436	Kritik an der FDP speziell
2437	Kritik an der LINKEN speziell
2438	Sonstige spezifische Nennung zu Parteienkritik (etwa NPD, PIRATEN, AfD, ...)
2439	Sonstige spezifische Nennung zu Koalitionenkritik (Rot-Grün, Schwarz-Gelb)
2440	Politikerkritik allgemein
2441	Spezifische Nennung zu Politikerkritik (Politikername muss genannt werden)

Code	Wertelabel
2450	Kritik an Bundesorganen allgemein
2451	Spezifische Nennung zu Kritik an Staatsorganen (etwa Landesregierung, Bundesrat, ...)
2460	Kritik an politischen Strukturen als solchen allgemein (etwa Trägheit, Durchregieren)
2470	Kritik an der Gesellschaft allgemein
2471	Perspektivlosigkeit speziell
2472	Neid speziell
2473	Raffgier speziell
2474	Fehlender gesellschaftlicher Zusammenhalt/Solidarität speziell
2475	Keine Chancengleichheit speziell ("Erfolgschancen hängen vom Einkommen der Eltern ab")
2480	Nationalstolz allgemein
2499	Sonstige spezifische Nennung zur Normativen Ordnung
2999	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Polity-Dimensionen
POLITICS-DIMENSIONEN	
3000	Politische Inhalte
3100	Bereich Internationale Beziehungen/Außenpolitik
3110	Europa allgemein
3111	Europäische Union / EU (als Organisation) speziell
3112	Sonderthema EU-Beitritt Türkei
3113	Sonderthema Lissabon-Vertrag
3114	Sonderthema EU-Ost-Erweiterung
3120	Internationale Organisationen allgemein
3160	Internationale Hilfeleistungen allgemein
3170	Deutschlands Rolle / Stellung in der Welt allgemein
3171	Länderbeziehungen Deutschlands speziell
3172	Sonderthema Beziehungen Deutschlands zu den USA
3175	Globalisierung speziell
3180	Internationale Konflikte / Kriege allgemein
3181	Terrorismus als internationales Problem / Anschläge außerhalb Deutschlands
3182	Wahlen / Volksaufstand im Iran speziell
3183	Atomkonflikte
3184	Arabischer Frühling / „Arabellion“
3185	Konflikt in Syrien
3199	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Internationale Beziehungen / Außenpolitik
3200	Bereich Verteidigung
3210	Rüstung, Abrüstung allgemein
3220	(Welt-)Frieden allgemein
3230	Bundeswehr allgemein
3231	Internationale Einsätze / Auslandseinsätze speziell ("Einmischung deutscher Truppen im Ausland")
3232	Sonderthema Bundeswehreinsatz in Afghanistan
3299	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Verteidigung
3300	Bereich Innere Sicherheit
3310	Kriminalität / Gewalt allgemein
3311	Ausländerkriminalität speziell
3312	Terrorismus in Deutschland / Anschlaggefahr in Deutschland speziell
3313	Islamismus speziell
3314	Rechtsextremismus speziell
3315	Linksextremismus speziell
3316	Korruption speziell
3317	Sonderthema Politikerkorruption
3318	Sonderthema Wirtschafts- / Unternehmerkorruption
3319	Amokläufe speziell
3320	Recht / Justiz allgemein (etwa Überlastung der Gerichte)
3321	Rechtsprechung speziell (etwa konkrete Urteile)
3322	Bürgerrechte speziell
3323	Datenschutz speziell
3324	Sonderthema staatliche Überwachung

Code	Wertelabel
3325	Waffengesetze speziell
3326	Gewalthaltige Computerspiele ("Killerspiele") speziell
3327	Sonderthema Verfassungsschutz
3328	Exekutivorgane, Polizei (auch Ausstattung und Anzahl)
3399	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Innere Sicherheit
3400	Bereich Infrastruktur
3410	Verkehrspolitik allgemein
3411	Sonderthema Stuttgart 21
3412	Sonderthema Flughafen BER
3413	Sonderthema PKW-Maut
3419	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Verkehrspolitik
3420	Energiepolitik allgemein
3421	Energiepreise (Strom, Diesel, Gas, Öl, Benzin, ...) speziell
3422	Energieversorgung / -bezug speziell (etwa Abhängigkeit der dt. Energieversorgung vom Ausland)
3423	Atomkraft speziell
3424	Sonderthema Atomausstieg/Energiewende
3425	Sonderthema Endlagerung
3426	Alternative / Regenerative (Erneuerbare) Energie(n) speziell
3427	Kohlesubventionen / Tagebau speziell
3430	Wohnungsmarkt allgemein
3431	Bezahlbare(r) Wohnraum/Miete speziell
3440	Internet allgemein
3441	Sperrung von Internetseiten speziell
3499	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Infrastruktur
3500	Bereich Umweltpolitik
3510	Umweltschutz allgemein
3511	Umweltschäden / Umweltverschmutzung speziell
3520	Klimaschutz allgemein
3521	Klimawandel speziell
3530	Naturschutz allgemein
3531	Naturkatastrophen speziell
3540	Tierschutz allgemein
3599	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Umweltpolitik
3600	Bereich Sozialpolitik
3610	Familienpolitik allgemein
3613	Kinder speziell
3614	Sonderthema Kinderbetreuung
3615	Sonderthema Vernachlässigung von Kindern
3616	Jugendliche speziell
3620	Verteilungsgerechtigkeit allgemein
3621	Armut speziell
3622	Sonderthema Kinderarmut
3623	Sonderthema Altersarmut
3624	Sonderthema Einkommensschere
3625	Soziale Sicherheit speziell
3630	Gleichstellung allgemein (Bezug: Benachteiligung gesellschaftlicher Gruppen)
3631	Frauen / Gleichberechtigung speziell
3632	Behinderte speziell
3640	Senioren allgemein
3641	Rente speziell
3642	Sonderthema Höhe der Rente / Rentenniveau
3643	Sonderthema Rentengarantie
3644	Sonderthema Besteuerung von Renten
3645	Sonderthema Verlängerung der Lebensarbeitszeit / Rente mit 67
3650	Zuwanderung allgemein
3651	Integration speziell
3652	Begrenzung Zuwanderung speziell

Code	Wertelabel
3653	Ausländeranteil in Deutschland
3654	Staatliche Leistungen für Ausländer (etwa Sozialleistungen)
3655	Asyl- und Flüchtlingspolitik
3656	Flüchtlingsunterkünfte
3657	Flüchtlingswelle 2015/2016
3660	Gesundheitspolitik allgemein
3661	Pflege speziell
3662	Sonderthema Pflegeversicherung
3663	Gesundheitsreform speziell
3664	Sonderthema Gesundheitsfonds
3665	Kostenexplosion im Gesundheitswesen speziell
3666	Sonderthema Krankenkassenbeiträge
3667	Versicherungsleistungen Krankenkassen speziell
3668	Sonderthema Leistungsunterschiede Kassenversicherte vs. Privatversicherte ("Zwei-Klassen-Medizin")
3669	Ärzteeinkommen speziell
3670	Seuchen / Epidemien speziell
3671	Sonderthema Pandemie / Schweinegrippe
3672	Sonderthema Pandemie / BSE
3680	Demografie
3699	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Sozialpolitik
3700	Bereich Arbeitsmarktpolitik
3711	Ausbildung speziell
3712	Jugendarbeitslosigkeit speziell
3713	Sonderthema Ausbildungsplatzmangel
3720	Hartz-Reformen allgemein
3721	Agenda 2010 / Hartz IV speziell
3722	Sozialhilfe speziell
3730	Lohnpolitik allgemein
3731	Lohnniveau speziell
3732	Lohnnebenkosten speziell
3733	Kurzarbeit speziell
3734	Lohnkürzungen speziell
3735	Mindestlohn speziell
3740	Prekäre Arbeitsverhältnisse (etwa Zeit-/Leiharbeit, befristete Verträge, Praktika allgemein, Schwarzarbeit)
3741	Minijobs speziell
3742	Kündigungsschutz speziell
3750	Arbeitskämpfe (Streiks) / Tarifverhandlungen / Tarifverträge allgemein
3760	Arbeitsplätze allgemein (etwa "Arbeit für alle" / "mehr Arbeit")
3761	Stellenabbau speziell
3762	Sonderthema Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland
3770	Fachkräftemangel allgemein
3771	Abwanderung qualifizierter Arbeitnehmer speziell (etwa "braindrain")
3772	Qualifizierungsmaßnahmen / Fort- und Weiterbildung speziell
3773	Zuwanderung / Anwerbung qualifizierter Arbeitnehmer speziell
3799	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Arbeitsmarktpolitik
3800	Bereich Wirtschaftspolitik
3810	Wirtschaftslage allgemein
3811	Wirtschaftskrise speziell
3812	Sonderthema Rezession / wirtschaftlicher Abschwung
3813	Sonderthema Preisniveau / Inflation / Deflation (in Bezug auf Kaufkraft)
3814	Sonderthema Managergehälter und -boni
3815	Sonderthema Verantwortung der Manager
3816	Sonderthema Konjunkturpakete / Konjunkturspritzen
3817	Sonderthema Abwrackprämie / Umweltprämie
3818	Sonderthema Fusionen
3819	Wirtschafts-/Innovationsförderung

Code	Wertelabel
3820	Mittelstand allgemein
3821	Staatl. Förderung von Selbstständigkeit und Existenzgründungen
3830	Insolvenzen / Konkurse allgemein
3831	Staatshilfen / Kreditvergabe / Bürgschaften für Unternehmen speziell
3839	Spezifische Nennung zu Staatshilfen (bestimmte Unternehmen, etwa Opel, Karstadt-Arcandor, ...)
3840	Macht der Wirtschaft in der Politik
3841	Nähe von Politikern zur Wirtschaft
3850	Subventionen allgemein
3860	Verbraucherschutz allgemein (etwa Lebensmittelsicherheit)
3870	Außenwirtschaft / Export(weltmeister)
3880	Landwirtschaft / Agrarpolitik
3899	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Wirtschaftspolitik
3900	Bereich Bildungspolitik
3910	Vorschulische Bildung allgemein
3920	Schulpolitik allgemein
3921	Ganztagsschule speziell
3922	PISA-Studie speziell
3923	Förderungsmöglichkeiten (etwa lern-/leistungsschwacher Schüler)
3924	(Neu-) Einführung neuer Schulformen (etwa Gemeinschaftsschulen)
3925	Gewährleistung des Unterrichts / Unterrichtsausfall
3926	Schaffen / Abschaffen von Lehrerstellen
3927	Schließen von Schulen
3930	Hochschulpolitik allgemein
3931	Studienbedingungen / Ausstattungen der Universitäten speziell
3932	Studiengebühren speziell
3940	Forschungspolitik allgemein
3999	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Bildungspolitik
4000	Bereich Kultur- und Freizeitpolitik
4010	Tourismus
4099	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Kultur- und Freizeitpolitik
4100	Bereich Finanzpolitik
4110	Haushaltspolitik / Staatshaushalt allgemein
4111	Haushaltssanierung und -konsolidierung speziell
4112	Staatsdefizit speziell
4113	Neuverschuldung speziell
4114	Privatisierung speziell
4115	Länderfinanzausgleich
4120	Steuerpolitik allgemein
4121	Steuersystem speziell
4122	Steuerlast speziell
4123	Verschwendung von Steuergeldern speziell
4124	Steuererhöhungen speziell
4125	Steuersenkungen / "Steuergeschenke" speziell
4126	(Kampf gegen) Steuerflucht / Steuerhinterziehung
4129	Spezifische Steuer (Mehrwertsteuer, Mineralöl/-Ökosteuern; PKW-Maut)
4130	Finanzlage allgemein
4131	Finanz- und Bankenkrise
4132	Sonderthema Verstaatlichung von Banken
4133	Sonderthema Bankenaufsicht
4134	Sonderthema spezielle Banken (u.a. Hypo Real Estate - HRE)
4135	Euro (hier auch: Stabilität der Währung)
4136	(Griechenland-)Rettungspaket(e)
4137	Ankauf von Staatsanleihen (EZB)
4138	EFSM, ESM und Europäischer Fiskalpakt
4139	Sonstige Maßnahmen für Griechenland/weitere Krisenländer in der Eurozone
4200	Bereich Ostdeutschland
4210	Lage im Osten allgemein

Code	Wertelabel
4220	Angleichung / Aufbau Ost allgemein
4221	Solidaritätszuschlag speziell
4222	Tarifangleichung Ost / West speziell
4230	Abwanderung aus dem Osten allgemein
4231	Abwanderung von Ost nach West speziell
4299	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Ostdeutschland
4999	<i>Sonstige spezifische Nennung zum Bereich Policy-Dimensionen</i>
5000	Bereich TV-Duell selbst
5010	TV-Duell Berichterstattung
5020	Zeitkonten / Regeln
5030	Überleitungen / Strukturierungen
5040	Begrüßung
5050	Verabschiedung
5099	Sonstige spezifische Nennung zum Bereich TV-Duell selbst
6999	<i>Sonstiges</i>
-99	<i>Nicht-funktionale Aussage/trifft nicht zu</i>

22 Politikinhalt: Politics, Polity, Policies (ppp)

Auf Grundlage der Codierungen der Ausgangspolicy (v23) wird hier eine Einteilung der Aussagen mit politischen Bezügen in die drei Politikdimensionen Politics, Polity und Policies vorgenommen.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktionale Aussage)
nur wenn Inhalt = 0 (politische Aussage)

Code	Wertelabel
1	Politics
2	Polity
3	Policies
-98	Charakter-/TV-Duell-/unklare Aussage
-99	nicht-funktionale Aussage

23 Policies (pol)

Hier wird auf Grundlage der Themencodierung eine Einteilung politischer Aussagen in konkrete Policy-Gruppen vorgenommen.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktionale Aussage)
nur wenn Inhalt = 0 (politische Aussage)
nur wenn Thema der Aussage > 2999 (Policy-Aussagen)

Code	Wertelabel
1	Internationale Beziehungen
2	Verteidigungspolitik
3	Innere Sicherheit
4	Infrastruktur
5	Umweltpolitik
6	Sozialpolitik
7	Arbeitsmarktpolitik
8	Wirtschaftspolitik
9	Bildungspolitik
10	Kultur- und Freizeitpolitik
11	Finanzpolitik

Code	Wertelabel
12	Ostdeutschland
88	Sonstiger Policy-Bezug
-98	Keine Policy-Aussage
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

23 Konkretheitsgrad der Aussage (*konkr*)

Hier wird erfasst, wie konkret sich die Kandidaten in ihren Aussagen ausdrücken. Dazu wird eine Einteilung in vier inhaltliche Kategorien sowie eine Residualkategorie vorgenommen:

NULLAUSSAGE:

Es wird zwar gesagt, was allgemein getan wird/wurde – aber nicht, was genau. Eine Bewertung durch den Wähler ist so nicht möglich.

Beispiel Steinbrück: „Nein, es hat schon eine Angleichung gegeben.“ Was bedeutet „Angleichung“? Es wird nicht gesagt, ob es sich um eine Erweiterung oder Minderung handelt.

GEMEINPLATZ:

Eine Aussage, der Wähler aller Parteien zustimmen würden. Es stehen Werte im Mittelpunkt, die von allen geteilt werden. Die Unterschiede zwischen den Parteien würden sich erst auftun, wenn: a) gesagt würde, durch welche Maßnahmen das Ziel erreicht werden soll und b) die Bedeutung einzelner Ziele gegeneinander abgewogen würde (z.B. Senkung der Arbeitslosigkeit vs. Umweltschutz). Darauf wird aber bei Gemeinplätzen verzichtet! Gemeinplätze liegen nur vor, wenn es sich um floskelhafte, typische Politikforderungen handelt („Wahlplakatstil“).

Beispiel Merkel: „Und die Rente muss immer [...] gerecht sein.“ Einsatz: Ziel ist das Erreichen hoher Zustimmung möglichst vieler, unterschiedlicher Wähler. Typischer Einsatz bei Selbstpräsentationen und Angriffen.

ALLGEMEINE DARSTELLUNG:

Es wird eine bestimmte Richtung der Politik beschrieben, die nicht von allen Parteien/Wählern geteilt werden muss. Es wird aber nicht ausgesagt, wie dieses Ziel erreicht werden soll oder erreicht wurde. Die Aussage besitzt Interpretationsspielraum. Eine Überprüfung, ob diese Ziele erreicht wurden, ist nicht ohne Weiteres machbar.

Beispiel Merkel: „Und jetzt heißt es doch: nicht falsche Solidarität zu zeigen, sondern einem Prinzip zu folgen! Und dieses Prinzip heißt: Leistung und Gegenleistung, Solidarität und Eigenverantwortung“

KONKRETE AUSSAGE:

Konkrete Aussagen sind Aussagen, die soweit präzisiert wurden, dass sie unmittelbar nachprüfbar oder messbar sind. Sie müssen also inhaltlich spezifiziert sein. Diese Aussagen dürfen keinen Interpretationsspielraum lassen.

Beispiel Merkel: „Und wir haben einen weiteren Beitrag gegen den Kampf gegen Altersarmut“ ist nicht messbar, „Also Verbesserung der Erwerbsminderungsrente, 850 Euro für alle, die 40 Jahre gearbeitet haben und privat vorgesorgt haben plus bessere Anerkennung von Rentenerziehungszeiten. Das ist unser Konzept und das werden wir umsetzen“ hingegen schon, weil es viele unterschiedliche Rentenanknüpfungspunkte gibt und klar gemacht wurde, auf welche Umsetzung konkret sich die Aussage bezieht.

NICHT SINNVOLL:

Wenn die Konkretheit einer Aussage nicht sinnvoll zu bestimmen ist, weil sie keine Funktion in der Aussage besitzen kann.

Beispiel Merkel: „Ich weiß gar nicht, warum Sie das nicht erwähnen.“

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
nur wenn Rolle des Sprechers = 1 (Kandidat)

Code	Wertelabel
1	Nullaussage
2	Gemeinplatz
3	Allgemeine Darstellung
4	Konkrete Aussage
9	Nicht sinnvoll /unklar
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

24 Eingangsstatements vorhanden (*eingang_jn*)

Hier wird erfasst, ob es sich bei der einzelnen Aussage um eine Debatte mit Eingangsstatements handelt oder nicht.

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

25 Schlussstatements vorhanden (*schluss_jn*)

Hier wird erfasst, ob es sich bei der einzelnen Aussage um eine Debatte mit Schlussstatements handelt oder nicht.

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

26 Schlussstatements (*schluss*)

Hier wird erfasst, ob es sich bei der einzelnen Aussage um eine Aussage der Schlussstatements handelt oder nicht.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
 nur wenn Sprecher = 1 (Kandidat)

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

27 Top-3-Thema von Amtsinhaber in Schlussstatement angesprochen?

Hier wird erfasst, ob der Amtsinhaber in seinem Schlussstatement mindestens eines der ersten drei wichtigsten politischen Probleme der Wähleragenda angesprochen hat oder nicht.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
 nur wenn Position des Sprechers = 1 (Amtsinhaber)
 nur wenn Schlussstatement = 1 (ja)

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

28 Top-3-Thema von Herausforderer in Schlusstatement angesprochen?

Hier wird erfasst, ob der Herausforderer in seinem Schlusstatement mindestens eines der ersten drei wichtigsten politischen Probleme der Wähleragenda angesprochen hat oder nicht.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
 nur wenn Position des Sprechers = 0 (Herausforderer)
 nur wenn Schlusstatement = 1 (ja)

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

29 Top-3-Thema von Herausforderer 2 in Schlusstatement angesprochen?

Hier wird erfasst, ob der zweite Herausforderer in seinem Schlusstatement mindestens eines der ersten drei wichtigsten politischen Probleme der Wähleragenda angesprochen hat oder nicht.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
 nur wenn Position des Sprechers = 2 (Herausforderer)
 nur wenn Schlusstatement = 1 (ja)

Code	Wertelabel
0	nein
1	ja
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage

31 Dummy Konkrete Aussage

Vage vs. konkrete Aussagen ()

Auf Grundlage der Codierungen des Konkretheitsgrades (v24) wird hier eine Einteilung der Aussagen in vage und konkrete Aussagen vorgenommen. In die Kategorie vage Aussagen fallen alle Aussagen, die in v24 als Nullaussage, Gemeinplatz oder allgemeine Darstellungen gefasst wurden. Diese werden konkreten Aussagen gegenübergestellt (Kategorie 4 in v24). Nicht sinnvolle Aussagen werden nicht weiter berücksichtigt.

Filter: nur wenn Art der Codiereinheit = 1 (funktional)
 nur wenn Rolle des Sprechers = 1 (Kandidat)
 nur wenn Konkretheitsgrad = 1-4

Code	Wertelabel
0	vage Aussagen
1	konkrete Aussagen
-99	nicht-funktionale Aussage/Moderatoraussage/nicht sinnvolle Aussage bei Konkretheitsgrad

Anlage 4: Fragebogen Duelle 2002, W1 und W2

Für die Debatten am 25. August 2002 und am 08. September 2002 wurden die Fragebögen synonym formuliert, mit folgenden Ausnahmen:

(1) Fragen, die zusätzlich nach der ersten Debatte gestellt wurden:

„In zwei Wochen werden Gerhard Schröder und Edmund Stoiber noch ienmal eine Fernsehdebatte austragen. Werden Sie dieses Duell ansehen?

Antwortmöglichkeiten: Bestimmt/Wahrscheinlich/Vielleicht/Wahrscheinlich nicht/Bestimmt nicht

„Unabhängig davon, ob Sie sich diese Debatte ansehen werden: Wer wird Ihrer Meinung nach dieses Duell gewinnen?“

Antwortmöglichkeiten: Gerhard Schröder/Edmund Stoiber/keiner von beiden

(2) Fragen, die zusätzlich vor der zweiten Debatte gestellt wurden:

„Wie war das eigentlich bei der letzten Bundestagswahl im September 1998: Welche Partei haben Sie damals gewählt?“

Antwortmöglichkeiten: CDU;CSU/SPD/FDP/Bündnis 90;Die Grünen/PDS/sonstige Partei/habe nicht gewählt/war nicht wahlberechtigt

„Vor zwei Wochen haben Ferhard Schröder und Edmund Stoirber gereits eine Fernsehdebatte ausgetragen. Haben Sie diese gesehen?“

Antwortmöglichkeiten: Ja/Nein

„Wie hat Gerhard Schröder Ihrer Meinung nach in diesem ersten Duell abgeschnitten?“

Antwortmöglichkeiten: Sehr gut/Gut/Teils gut, teils schlecht/Schlecht/Sehr schlecht. (Beantwortung nur, falls Debatte gesehen wurde)

„Und wie war das bei Edmund Stoiber. Wie hat er Ihrer Meinung nach im ersten Duell abgeschnitten?“ *Antwortmöglichkeiten:* Sehr gut/Gut/Teils gut, teils schlecht/Schlecht/Sehr schlecht. (Beantwortung nur, falls Debatte gesehen wurde)



Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Lehrstuhl für Politikwissenschaft II

Dr. Jürgen Maier
Thorsten Faas, M.Sc. (LSE)

FRAGEBOGEN

Debatte: 25. August 2002
1. Welle

Forschungsprojekt „Die Fernsehduelle bei der Bundestagswahl 2002“

Debatte: 8. September 2002 – 1. Welle

1. Wie beurteilen Sie – ganz allgemein – die heutige wirtschaftliche Lage in Deutschland?

Sehr gut	Gut	Teils gut, teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Und wie wird Ihrer Meinung nach die allgemeine wirtschaftliche Lage in Deutschland in einem Jahr sein?

Wesentlich besser	Besser	Gleich geblieben	Schlechter	Wesentlich schlechter
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Wie stark interessieren Sie sich für Politik?

Sehr stark	Stark	Mittelmäßig	Weniger stark	Überhaupt nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie – alles in allem – mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?

Sehr zufrieden	Ziemlich zufrieden	Teils zufrieden, teils unzufrieden	Ziemlich unzufrieden	Sehr unzufrieden
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

5. Im folgenden sind einige aktuelle politische Probleme in Deutschland aufgeführt. Sagen Sie bitte, wie wichtig diese Probleme für Sie sind. Weisen Sie dem wichtigsten Problem den Wert 1 zu, dem zweitwichtigsten Problem den Wert 2 usw. bis zum Ihrer Meinung nach unwichtigsten Problem (Wert 6).

Arbeitslosigkeit bekämpfen	<input type="text"/>
Zuwanderung regeln	<input type="text"/>
Renten sichern	<input type="text"/>
Staatsverschuldung senken	<input type="text"/>
Für Ruhe und Ordnung sorgen	<input type="text"/>
Bildungssystem reformieren	<input type="text"/>

3

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

6. Und wer kann ihrer Meinung nach diese Probleme am besten lösen: Gerhard Schröder, Edmund Stoiber, beide gleichermaßen oder keiner von beiden?

	Gerhard Schröder	Edmund Stoiber	Beide	Keiner von beiden
Arbeitslosigkeit bekämpfen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zuwanderung regeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Renten sichern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Staatsverschuldung senken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für Ruhe und Ordnung sorgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bildungssystem reformieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Wie beurteilen Sie zur Zeit Ihre eigene wirtschaftliche Lage?

Sehr gut	Gut	Teils gut, teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Was glauben Sie, wie wird Ihre eigene wirtschaftliche Lage in einem Jahr sein?

Wesentlich besser	Besser	Gleich geblieben	Schlechter	Wesentlich schlechter
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

9. Wie viele Personen sind gegenwärtig in Deutschland arbeitslos?Ca. Millionen**10. Wie hoch ist die aktuelle Arbeitslosenquote in Ostdeutschland?**Ca. Prozent**11. Werden Sie bei der Bundestagswahl am 22. September zur Wahl gehen?**

- Bestimmt
- Wahrscheinlich
- Vielleicht
- Wahrscheinlich nicht
- Bestimmt nicht (falls „bestimmt nicht“, bitte weiter mit Frage 15)

12. Und welcher Partei werden Sie dann Ihre Stimme geben?

- CDU/CSU
- SPD
- FDP
- Bündnis 90/Die Grünen
- PDS
- Schill-Partei
- sonstige Partei

5

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

13. Wie sicher sind Sie sich, dass Sie die genannte Partei tatsächlich am 22. September wählen werden?

- Ganz sicher
- Ziemlich sicher
- Eher unsicher (dann bitte weiter mit Frage 15)
- Sehr unsicher (dann bitte weiter mit Frage 15)

14. Und wann etwa haben Sie sich für diese Partei entschieden?

- Steht schon seit langem fest
- Steht seit ein paar Monaten fest
- Steht seit den letzten Wochen fest
- Steht erst seit ein paar Tagen fest

6

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

15. Was halten Sie so ganz allgemein von den folgenden Parteien? Bewerten Sie diese bitte anhand der folgenden Skala. +5 heißt, dass Sie sehr viel von der Partei halten, -5 bedeutet, dass Sie überhaupt nichts von der Partei halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung wieder abstimmen.

	Halte überhaupt nichts von dieser Partei										Halte sehr viel von dieser Partei
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	
CDU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bündnis 90/Grüne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CSU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schill-Partei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

15. Was halten Sie so ganz allgemein von den folgenden Parteien? Bewerten Sie diese bitte anhand der folgenden Skala. +5 heißt, dass Sie sehr viel von der Partei halten, -5 bedeutet, dass Sie überhaupt nichts von der Partei halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung wieder abstimmen.

	Halte überhaupt nichts von dieser Partei										Halte sehr viel von dieser Partei
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	
CDU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bündnis 90/Grüne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CSU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schill-Partei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

16. Was halten Sie – ganz allgemein – von Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber? Bewerten Sie die beiden Politiker bitte anhand der folgenden Skala. +5 bedeutet, dass Sie sehr viel von Gerhard Schröder bzw. von Edmund Stoiber halten, -5 bedeutet, dass Sie überhaupt nichts von Gerhard Schröder bzw. von Edmund Stoiber halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

	Halte überhaupt nichts von diesem Politiker											Halte sehr viel von diesem Politiker
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	
Gerhard Schröder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edmund Stoiber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Was glauben Sie: Wer wird bei der kommenden Bundestagswahl die stärkste Partei?

- CDU/CSU
 SPD
 beide Parteien werden ungefähr gleich stark sein

8

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

18. Im folgenden sind einige Eigenschaften aufgelistet. Sagen Sie bitte, in welchem Maße diese Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber zutreffen. Der Wert +2 bedeutet, dass die Eigenschaft voll und ganz auf den Politiker zutrifft, -2 bedeutet, dass die jeweilige Eigenschaft überhaupt nicht auf den Politiker zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Zunächst zu Gerhard Schröder:

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils zu / teils nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
	-2	-1	0	+1	+2
Er hat ein gutes Konzept zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Ausstrahlung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist politisch vertrauenswürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat vernünftige Vorstellungen, um die Probleme in Deutschland zu lösen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist entscheidungsfreudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist menschlich sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist tatkräftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er macht verantwortungsvolle Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

Und wie ist das bei **Edmund Stoiber**?

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils zu / teils nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
	-2	-1	0	+1	+2
Er hat ein gutes Konzept zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Ausstrahlung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist politisch vertrauenswürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat vernünftige Vorstellungen, um die Probleme in Deutschland zu lösen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist entscheidungsfreudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist menschlich sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist tatkräftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er macht verantwortungsvolle Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

19. Im folgenden geht es wiederum um Ihr Bild von Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber. In jeder Zeile steht ein Gegensatzpaar, zum Beispiel "fleißig – faul". Bei jedem sollen Sie entscheiden, was eher auf Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber zutrifft. Wenn Sie der Meinung sind, eines der beiden Wörter trifft voll und ganz auf einen Kandidaten zu, dann setzen Sie ihr Kreuzchen jeweils direkt neben dem entsprechenden Wort. Mit den mittleren Spalten können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Zunächst zu **Gerhard Schröder**:

Fleißig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Faul
Realistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Naiv
Offensiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Defensiv
Bescheiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eingebildet
Beeindruckend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Farblos
Warmherzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kalt
Streng	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lax
Gewissenhaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Oberflächlich
Phantasievoll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Phantasielos
Stark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schwach
Attraktiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unattraktiv
Ehrlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unehrllich
Entschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unentschlossen
Fair	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unfair
Verlässlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unverlässlich
Beständig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wechselhaft

11

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

Und wie ist das bei Edmund Stoiber?

Fleißig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Faul
Realistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Naiv
Offensiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Defensiv
Bescheiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eingebildet
Beeindruckend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Farblos
Warmherzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kalt
Streng	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lax
Gewissenhaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Oberflächlich
Phantasievoll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Phantasielos
Stark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schwach
Attraktiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unattraktiv
Ehrlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unehrlich
Entschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unentschlossen
Fair	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unfair
Verlässlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unverlässlich
Beständig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wechselhaft

12

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

20. Wie stark interessieren Sie sich für den Bundestagswahlkampf 2002?

Sehr stark	Stark	Mittelmäßig	Weniger stark	Überhaupt nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Welche Elemente beinhaltet die Formel „3 x 40“ aus dem Wahlprogramm von CDU/CSU?

- Senkung der Spitzensteuersatzes unter 40 Prozent
- Senkung der Sozialversicherungsbeiträge unter 40 Prozent
- Senkung der Staatsquote unter 40 Prozent
- Senkung der Kriminalitätsrate um 40 Prozent
- Reduzierung der Beitragszahlungen an die Europäische Union um 40 Prozent
- Senkung der Staatsverschuldung auf unter 40 Milliarden Euro
- Senkung der Ökosteuer um 40 Prozent

22. Und was glauben Sie: Wer wird der nächste Bundeskanzler?

- Gerhard Schröder
- Edmund Stoiber

13

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

23. Und wen hätten Sie lieber als Kanzler: Gerhard Schröder oder Edmund Stoiber?

- Gerhard Schröder
 Edmund Stoiber

24. Wie war das eigentlich bei der letzten Bundestagswahl im September 1998: Welche Partei haben Sie damals gewählt?

- CDU/CSU
 SPD
 FDP
 Bündnis 90/Die Grünen
 PDS
 sonstige Partei
 habe nicht gewählt
 war nicht wahlberechtigt

25. Heute stehen sich ja die beiden Kanzlerkandidaten, Gerhard Schröder oder Edmund Stoiber, im Rahmen einer Fernsehdebatte gegenüber. Was glauben Sie, wer wird dieses Duell gewinnen?

- Gerhard Schröder
 Edmund Stoiber
 keiner von beiden

14

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

26. Welchen Einfluss wird die heutige Fernsehdebatte auf Ihre Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl am 22. September haben?

Sehr großen Einfluss	Großen Einfluss	Mäßigen Einfluss	Geringen Einfluss	Keinen Einfluss
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. In der Politik reden die Leute häufig von „Links“ und „Rechts“: Wenn Sie die folgende Skala von 1 bis 11 benutzen, wo würden Sie sich selbst einordnen, wenn 1 links und 11 rechts ist?

Links										Rechts
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

28. Parteien und Politiker werden ebenfalls oft als „links“ oder „rechts“ eingestuft. Wie würden Sie die folgenden Parteien und Politiker einstufen, wenn 1 links und 11 rechts ist?

	Links										Rechts
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
CDU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bündnis 90/Grüne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CSU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerhard Schröder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edmund Stoiber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

29. Im folgenden sind einige häufig gehörte Meinungen über die Politik und die Gesellschaft zusammengestellt. Sagen Sie mir bitte, ob Sie diesen Meinungen zustimmen oder nicht. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie dieser Meinung voll und ganz zustimmen, der Wert -2 bedeutet, dass Sie ihr überhaupt nicht zustimmen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leute wie ich haben keinen Einfluss auf die Regierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die ganze Politik ist so kompliziert, dass jemand wie ich nicht versteht, was vorgeht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bundestagsabgeordneten bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

30. Im folgenden sind eine Reihe von öffentlichen Einrichtungen aufgelistet. Sagen Sie mir bitte, ob Sie diesen vertrauen oder nicht. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie dieser Institution voll und ganz vertrauen, der Wert -2 bedeutet, dass Sie ihr überhaupt nicht vertrauen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Wie ist das mit...	Vertraue ich überhaupt nicht			Vertraue ich voll und ganz	
	-2	-1	0	+1	+2
... den Parteien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Bundesregierung?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den Politikern?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Opposition?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Presse?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den privat-kommerziellen Fernsehsendern (z.B. RTL, SAT.1, Pro Sieben)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern (z.B. ARD, ZDF)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. Wie viele Ausländer leben zur Zeit in Deutschland?

Ca. Millionen

18

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

32. Wie hat das deutsche Bildungssystem in der sogenannten PISA-Studie abgeschnitten?

- Deutschland gehört zu den 10 besten Ländern
- Mehr als die Hälfte der untersuchten Ländern sind besser als Deutschland
- Deutschland belegt einen der fünf letzten Plätze
- Deutschland wird in dieser Studie nicht berücksichtigt

33. An wie vielen Tagen in der Woche sehen Sie sich im allgemeinen die folgenden Nachrichtensendungen an?

	0	1	2	3	4	5	6	7
ARD Tagesschau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ARD Tagesthemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ZDF heute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ZDF heute journal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RTL aktuell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SAT.1 18:30	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pro Sieben Nachrichten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

34. Und an wie vielen Tagen in der Woche lesen Sie im Durchschnitt die Berichte über Politik in den folgenden Tageszeitungen?

	0	1	2	3	4	5	6
Frankfurter Allgemeine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frankfurter Rundschau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Süddeutsche Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Welt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BILD-Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fränkischer Tag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. Und wie oft lesen Sie im Durchschnitt die folgenden politischen Wochenmagazine und -zeitungen?

	Jede Woche	Fast jede Woche	Einmal im Monat	Ein paar Mal im Jahr	Seltener	Nie
DER SPIEGEL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Focus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Zeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

36. Wie bewerten Ihrer Meinung nach die Medien – alles in allem – die beiden Kanzlerkandidaten? Sagen Sie es bitte anhand der folgenden Skala. Der Wert +2 bedeutet, dass die Medien Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber sehr positiv bewerten. -2 bedeutet, dass die Medien Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber sehr negativ bewerten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

	Sehr negativ			Sehr positiv	
	-2	-1	0	+1	+2
Gerhard Schröder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edmund Stoiber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

37. Viele Leute neigen in der Bundesrepublik längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie – ganz allgemein gesprochen – einer bestimmten Partei zu? Wenn ja, welcher?

- ja, der CDU/CSU
- ja, der SPD
- ja, der FDP
- ja, Bündnis 90/Die Grünen
- ja, der PDS
- ja, einer anderen Partei
- nein, ich neige keiner bestimmten Partei zu (falls „nein“, bitte weiter mit Frage 39)

21

Debatte: 25. August 2002 – 1. Welle

38. Wie stark oder wie schwach neigen Sie, alles zusammengenommen, dieser Partei zu?

Sehr stark	Stark	Mittelmäßig	Schwach	Sehr schwach
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

39. Abschließend möchten wir Sie noch um einigen statistische Angaben bitten: Welches Geschlecht haben Sie?

- männlich
- weiblich

40. In welchem Jahr sind Sie geboren?

41. Was ist Ihr höchster allgemeinbildender Schulabschluss?

- ich habe die Schule ohne Abschluss beendet
- Haupt- bzw. Volksschule
- Realschule bzw. Mittlere Reife
- Fachhochschulreife
- Abitur
- abgeschlossenes Studium an einer Hoch- oder Fachhochschule



Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Lehrstuhl für Politikwissenschaft II

Dr. Jürgen Maier
Thorsten Faas, M.Sc. (LSE)

FRAGEBOGEN

Debatte: 25. August 2002
2. Welle (V)

Forschungsprojekt „Die Fernsehduelle bei der Bundestagswahl 2002“

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

1. Wie hat Ihnen – alles in allem – die heutige Fernsehdebatte gefallen?

Sehr gut	Gut	Teils gut/ / teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Wie hat Ihrer Meinung nach Gerhard Schröder in der heutigen Fernsehdebatte abgeschnitten?

Sehr gut	Gut	Teils gut/ / teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Und wie war das bei Edmund Stoiber. Wie hat er Ihrer Meinung nach in der heutigen Fernsehdebatte abgeschnitten?

Sehr gut	Gut	Teils gut/ / teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

4. Im folgenden sind einige Aussagen zu dem Auftritt der beiden Kandidaten in der vorangegangenen Fernsehdebatte aufgelistet. Sagen Sie bitte anhand der folgenden Skala, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie der Aussage voll und ganz zustimmen. -2 bedeutet, dass Sie der Aussage überhaupt nicht zustimmen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Zunächst zu dem Eindruck, den Sie vom Auftritt von Gerhard Schröder haben:

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Er benutzt häufig Beispiele, um seinen Standpunkt zu verdeutlichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er blickt oft in die Kamera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht laut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er geht auf die Argumente von Edmund Stoiber ein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat ein großes Detailwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist sachlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er lächelt häufig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er muss sich oft verteidigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er nickt häufig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist ein guter Redner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht stets die wichtigen Dinge an	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er benutzt häufig die Hände, um seinen Aussagen Nachdruck zu verleihen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Seine Haltung wirkt entspannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er runzelt oft die Stirn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht schnell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Stimme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er verspricht sich oft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er versucht, für seine Politik zu werben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er verwendet komplizierte Sätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er weiß, wovon er redet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er greift Edmund Stoiber häufig an	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man kann sich unter dem, was er sagt, wenig vorstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seine Argumente klingen überzeugend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

Und welchen Eindruck haben Sie vom Auftritt von Edmund Stoiber?

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Er benutzt häufig Beispiele, um seinen Standpunkt zu verdeutlichen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er blickt oft in die Kamera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht laut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er geht auf die Argumente von Gerhard Schröder ein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat ein großes Detailwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist sachlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er lächelt häufig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er muss sich oft verteidigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er nickt häufig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist ein guter Redner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht stets die wichtigen Dinge an	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er benutzt häufig die Hände, um seinen Aussagen Nachdruck zu verleihen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seine Haltung wirkt entspannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er runzelt oft die Stirn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er spricht schnell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Stimme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Er verspricht sich oft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er versucht, für seine Politik zu werben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er verwendet komplizierte Sätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er weiß, wovon er redet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er greift Gerhard Schröder häufig an	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man kann sich unter dem, was er sagt, wenig vorstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seine Argumente klingen überzeugend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Was würden Sie sagen: Haben sich die beiden Moderatoren, Peter Limbourg und Peter Kloeppe, neutral verhalten oder haben sie einen der beiden Kandidaten bevorzugt?

	Für Gerhard Schröder	Für Edmund Stoiber	Neutral
Peter Limbourg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peter Kloeppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Haben Sie das Gefühl, dass Sie durch die Debatte neue Informationen gewonnen haben?

Ja, sehr viele	Ja, viele	Ja, einige	Ja, aber nur wenige	Nein
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

7. Welchen Einfluss wird die heutige Fernsehdebatte auf Ihre Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl am 22. September haben?

Sehr großen Einfluss	Großen Einfluss	Mäßigen Einfluss	Geringen Einfluss	Keinen Einfluss
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Man kann sich ja unterschiedliche Möglichkeiten vorstellen, wie ein Fernsehduell aufgebaut sein sollte. Bitte sagen Sie, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zu diesem Thema zustimmen. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie der Aussage voll und ganz zustimmen, -2 bedeutet, dass Sie der Aussage überhaupt nicht zustimmen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Alle im Bundestag vertretenen Parteien sollten die Gelegenheit bekommen, an Fernsehdebatten teilzunehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Kandidaten sollten am Schluss der Debatte ihre politischen Ziele noch einmal zusammenfassend darstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ein Fernsehduell sollte nur von einem Moderator geleitet werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auch einfache Bürger sollten den Kandidaten Fragen stellen können	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Kandidaten sollten die Gelegenheit haben, sich gegenseitig Fragen zu stellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Eine strikte Begrenzung der Redezeit ist sinnvoll, damit die Kandidaten genau auf die ihnen gestellten Fragen eingehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Kandidaten sollten auch direkt miteinander diskutieren können	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Kandidaten sollten am Anfang der Debatte die Möglichkeit haben, deutlich zu machen, für welche Politik sie stehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fernsehdebatten sollten vor Publikum stattfinden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf die Antworten der Kandidaten sollten direkte Nachfragen möglich sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
An Fernsehdebatten sollten nur solche Kandidaten teilnehmen, die auch eine echte Chance haben, Kanzler zu werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Wie beurteilen Sie – ganz allgemein – die heutige wirtschaftliche Lage in Deutschland?

Sehr gut	Gut	Teils gut, teils schlecht	Schlecht	Sehr schlecht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

10. Und wie wird Ihrer Meinung nach die allgemeine wirtschaftliche Lage in Deutschland in einem Jahr sein?

Wesentlich besser	Besser	Gleich geblieben	Schlechter	Wesentlich schlechter
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Wie stark interessieren Sie sich für Politik?

Sehr stark	Stark	Mittelmäßig	Weniger stark	Überhaupt nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie – alles in allem – mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?

Sehr zufrieden	Ziemlich zufrieden	Teils zufrieden, teils unzufrieden	Ziemlich unzufrieden	Sehr unzufrieden
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

13. Im folgenden sind einige aktuelle politische Probleme in Deutschland aufgeführt. Sagen Sie bitte, wie wichtig diese Probleme für Sie sind. Weisen Sie dem wichtigsten Problem den Wert 1 zu, dem zweitwichtigsten Problem den Wert 2 usw. bis zum Ihrer Meinung nach unwichtigsten Problem (Wert 6).

Arbeitslosigkeit bekämpfen	<input type="text"/>
Zuwanderung regeln	<input type="text"/>
Renten sichern	<input type="text"/>
Staatsverschuldung senken	<input type="text"/>
Für Ruhe und Ordnung sorgen	<input type="text"/>
Bildungssystem reformieren	<input type="text"/>

10

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

14. Und wer kann ihrer Meinung nach diese Probleme am besten lösen: Gerhard Schröder, Edmund Stoiber, beide gleichermaßen oder keiner von beiden?

	Gerhard Schröder	Edmund Stoiber	Beide	Keiner von beiden
Arbeitslosigkeit bekämpfen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zuwanderung regeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Renten sichern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Staatsverschuldung senken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Für Ruhe und Ordnung sorgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bildungssystem reformieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Was glauben Sie, wie wird Ihre eigene wirtschaftliche Lage in einem Jahr sein?

Wesentlich besser	Besser	Gleich geblieben	Schlechter	Wesentlich schlechter
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

16. Wie viele Personen sind gegenwärtig in Deutschland arbeitslos?

Ca. Millionen

17. Wie hoch ist die aktuelle Arbeitslosenquote in Ostdeutschland?

Ca. Prozent

18. Werden Sie bei der Bundestagswahl am 22. September zur Wahl gehen?

- Bestimmt
- Wahrscheinlich
- Vielleicht
- Wahrscheinlich nicht
- Bestimmt nicht (falls „bestimmt nicht“, bitte weiter mit Frage 21)

19. Und welcher Partei werden Sie dann Ihre Stimme geben?

- CDU/CSU
- SPD
- FDP
- Bündnis 90/Die Grünen
- PDS
- Schill-Partei
- sonstige Partei

12

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

20. Wie sicher sind Sie sich, dass Sie die genannte Partei tatsächlich am 22. September wählen werden?

- Ganz sicher
- Ziemlich sicher
- Eher unsicher
- Sehr unsicher

21. Was halten Sie so ganz allgemein von den folgenden Parteien? Bewerten Sie diese bitte anhand der folgenden Skala. +5 heißt, dass Sie sehr viel von der Partei halten, -5 bedeutet, dass Sie überhaupt nichts von der Partei halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung wieder abstimmen.

	Halte überhaupt nichts von dieser Partei											Halte sehr viel von dieser Partei
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	
CDU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FDP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bündnis 90/Grüne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CSU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schill-Partei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

22. Was halten Sie – ganz allgemein – von Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber? Bewerten Sie die beiden Politiker bitte anhand der folgenden Skala. +5 bedeutet, dass Sie sehr viel von Gerhard Schröder bzw. von Edmund Stoiber halten, -5 bedeutet, dass Sie überhaupt nichts von Gerhard Schröder bzw. von Edmund Stoiber halten. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

	Halte überhaupt nichts von diesem Politiker											Halte sehr viel von diesem Politiker
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	
Gerhard Schröder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edmund Stoiber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Was glauben Sie: Wer wird bei der kommenden Bundestagswahl die stärkste Partei?

- CDU/CSU
- SPD
- beide Parteien werden ungefähr gleich stark sein

14

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

24. Im folgenden sind einige Eigenschaften aufgelistet. Sagen Sie bitte, in welchem Maße diese Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber zutreffen. Der Wert +2 bedeutet, dass die Eigenschaft voll und ganz auf den Politiker zutrifft, -2 bedeutet, dass die jeweilige Eigenschaft überhaupt nicht auf den Politiker zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Zunächst zu Gerhard Schröder:

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils zu / teils nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
	-2	-1	0	+1	+2
Er hat ein gutes Konzept zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Ausstrahlung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist politisch vertrauenswürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat vernünftige Vorstellungen, um die Probleme in Deutschland zu lösen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist entscheidungsfreudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist menschlich sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist tatkräftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er macht verantwortungsvolle Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

Und wie ist das bei Edmund Stoiber?

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils zu / teils nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
	-2	-1	0	+1	+2
Er hat ein gutes Konzept zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat eine angenehme Ausstrahlung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist politisch vertrauenswürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hat vernünftige Vorstellungen, um die Probleme in Deutschland zu lösen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist entscheidungsfreudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist menschlich sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er ist tatkräftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er macht verantwortungsvolle Politik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

25. Im folgenden geht es wiederum um Ihr Bild von Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber. In jeder Zeile steht ein Gegensatzpaar, zum Beispiel "fleißig – faul". Bei jedem sollen Sie entscheiden, was eher auf Gerhard Schröder bzw. Edmund Stoiber zutrifft. Wenn Sie der Meinung sind, eines der beiden Wörter trifft voll und ganz auf einen Kandidaten zu, dann setzen Sie ihr Kreuzchen jeweils direkt neben dem entsprechenden Wort. Mit den mittleren Spalten können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Zunächst zu Gerhard Schröder:

Fleißig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Faul
Realistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Naiv
Offensiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Defensiv
Bescheiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eingebildet
Beeindruckend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Farblos
Warmherzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kalt
Streng	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lax
Gewissenhaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Oberflächlich
Phantasievoll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Phantasielos
Stark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schwach
Attraktiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unattraktiv
Ehrlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unehrlich
Entschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unentschlossen
Fair	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unfair
Verlässlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unverlässlich
Beständig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wechselhaft

17

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

Und wie ist das bei Edmund Stoiber?

Fleißig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Faul
Realistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Naiv
Offensiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Defensiv
Bescheiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eingebildet
Beeindruckend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Farblos
Warmherzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kalt
Streng	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lax
Gewissenhaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Oberflächlich
Phantasievoll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Phantasielos
Stark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Schwach
Attraktiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unattraktiv
Ehrlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unehrlich
Entschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unentschlossen
Fair	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unfair
Verlässlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Unverlässlich
Beständig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wechselhaft

18

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

26. Wie stark interessieren Sie sich für den Bundestagswahlkampf 2002?

Sehr stark	Stark	Mittelmäßig	Weniger stark	Überhaupt nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Welche Elemente beinhaltet die Formel „3 x 40“ aus dem Wahlprogramm von CDU/CSU?

- Senkung der Spitzensteuersatzes unter 40 Prozent
- Senkung der Sozialversicherungsbeiträge unter 40 Prozent
- Senkung der Staatsquote unter 40 Prozent
- Senkung der Kriminalitätsrate um 40 Prozent
- Reduzierung der Beitragszahlungen an die Europäische Union um 40 Prozent
- Senkung der Staatsverschuldung auf unter 40 Milliarden Euro
- Senkung der Ökosteuer um 40 Prozent

28. Und was glauben Sie: Wer wird der nächste Bundeskanzler?

- Gerhard Schröder
- Edmund Stoiber

19

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

29. Und wen hätten Sie lieber als Kanzler: Gerhard Schröder oder Edmund Stoiber?

- Gerhard Schröder
- Edmund Stoiber

30. Im folgenden sind einige häufig gehörte Meinungen über die Politik und die Gesellschaft zusammengestellt. Sagen Sie mir bitte, ob Sie diesen Meinungen zustimmen oder nicht. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie dieser Meinung voll und ganz zustimmen, der Wert -2 bedeutet, dass Sie ihr überhaupt nicht zustimmen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu	
	-2	-1	0	+1	+2
Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leute wie ich haben keinen Einfluss auf die Regierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die ganze Politik ist so kompliziert, dass jemand wie ich nicht versteht, was vorgeht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Bundestagsabgeordneten bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

31. Im folgenden sind eine Reihe von öffentlichen Einrichtungen aufgelistet. Sagen Sie mir bitte, ob Sie diesen vertrauen oder nicht. Der Wert +2 bedeutet, dass Sie dieser Institution voll und ganz vertrauen, der Wert -2 bedeutet, dass Sie ihr überhaupt nicht vertrauen. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Wie ist das mit...	Vertraue ich überhaupt nicht			Vertraue ich voll und ganz	
	-2	-1	0	+1	+2
... den Parteien?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Bundesregierung?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den Politikern?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Opposition?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... der Presse?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den privat-kommerziellen Fernsehsendern (z.B. RTL, SAT.1, Pro Sieben)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern (z.B. ARD, ZDF)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Wie viele Ausländer leben zur Zeit in Deutschland?

Ca. Millionen

21

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

33. Wie hat das deutsche Bildungssystem in der sogenannten PISA-Studie abgeschnitten?

- Deutschland gehört zu den 10 besten Ländern
- Mehr als die Hälfte der untersuchten Ländern sind besser als Deutschland
- Deutschland belegt einen der fünf letzten Plätze
- Deutschland wird in dieser Studie nicht berücksichtigt

34. In zwei Wochen werden Gerhard Schröder und Edmund Stoiber noch einmal eine Fernsehdebatte austragen. Werden Sie dieses Duell ansehen?

Bestimmt	Wahrscheinlich	Vielleicht	Wahrscheinlich nicht	Bestimmt nicht
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. Unabhängig davon, ob Sie sich die Debatte ansehen werden: Wer wird Ihrer Meinung nach dieses Duell gewinnen?

- Gerhard Schröder
- Edmund Stoiber
- keiner von beiden

22

Debatte: 25. August 2002 – 2. Welle (V)

36. Bei dieser Bundestagswahl werden ja insgesamt zwei Debatten zwischen Gerhard Schröder und Edmund Stoiber durchgeführt. Man könnte sich aber auch vorstellen weniger oder mehr Debatten durchzuführen. Was ist Ihre Meinung: Wie viele Debatten hätten Sie sich im Vorfeld der Wahl gewünscht:

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 oder mehr

23

Anlage 5: Fragebogen Duell 2009, W1 und W2

Vgl. <https://dbk.gesis.org/dbksearch/download.asp?db=D&id=20524> (letzter Zugriff: 28.02.2018).

Anlage 6: Fragebogen Duell 2013, W1 und W2

Vgl. <https://dbk.gesis.org/dbksearch/download.asp?db=D&id=56507> (letzter Zugriff: 28.02.2018).

Anlage 7: Struktur der TV-Duell-Aussagen nach Debatte und Akteur

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hamburg 1997	Politische Inhalte	202	74,3	87	79,1	115	71,0	58	74,4	57	67,9		
	Unpolitische Inhalte	43	15,8	10	9,1	33	20,4	11	14,1	22	26,2		
	Strukturierung des Duells	15	5,5	11	10,0	4	2,5	1	1,3	3	3,6		
	Gesamt	260	95,6	108	98,2	152	93,8	70	89,7	82	97,6		
	Nicht-funktionale Aussage	12	4,4	2	1,8	10	6,2	8	10,3	2	2,4		
		272	100,0	110	100,0	162	100,0	78	100,0	84	100,0		
Niedersachsen 1998	Politische Inhalte	201	79,1	47	66,2	154	84,2	68	78,2	86	89,6		
	Unpolitische Inhalte	24	9,4	7	9,9	17	9,3	10	11,5	7	7,3		
	Strukturierung des Duells	19	7,5	16	22,5	3	1,6	3	3,4				
	Gesamt	244	96,1	70	98,6	174	95,1	81	93,1	93	96,9		
	Nicht-funktionale Aussage	10	3,9	1	1,4	9	4,9	6	6,9	3	3,1		
		254	100,0	71	100,0	183	100,0	87	100,0	96	100,0		
Schleswig-Holstein 2000	Politische Inhalte	266	64,9	53	50,5	213	69,8	102	70,3	111	69,4		
	Unpolitische Inhalte	94	22,9	22	21,0	72	23,6	36	24,8	36	22,5		
	Strukturierung des Duells	29	7,1	26	24,8	3	1,0	2	1,4	1	0,6		
	Gesamt	389	94,9	101	96,2	288	94,4	140	96,6	148	92,5		
	Nicht-funktionale Aussage	21	5,1	4	3,8	17	5,6	5	3,4	12	7,5		
		410	100,0	105	100,0	305	100,0	145	100,0	160	100,0		
Baden-Württemberg 2000	Politische Inhalte	363	83,8	55	64,0	308	88,8	154	89,5	154	88,0		
	Unpolitische Inhalte	26	6,0	8	9,3	18	5,2	5	2,9	13	7,4		
	Strukturierung des Duells	24	5,5	22	25,6	2	0,6	1	0,6	1	0,6		
	Gesamt	413	95,4	85	98,8	328	94,5	160	93,0	168	96,0		
	Nicht-funktionale Aussage	20	4,6	1	1,2	19	5,5	12	7,0	7	4,0		
		433	100,0	86	100,0	347	100,0	172	100,0	175	100,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 1	Politische Inhalte	250	71,0	46	40,7	204	85,4	96	81,4	108	89,3		
	Unpolitische Inhalte	43	12,2	23	20,4	20	8,4	11	9,3	9	7,4		
	Strukturierung des Duells	40	11,4	39	34,5	1	0,4	1	0,8				
	Gesamt	333	94,6	108	95,6	225	94,1	108	91,5	117	96,7		
	Nicht-funktionale Aussage	19	5,4	5	4,4	14	5,9	10	8,5	4	3,3		
		352	100,0	113	100,0	239	100,0	118	100,0	121	100,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 2	Politische Inhalte	340	76,7	68	57,6	272	83,7	140	83,8	132	83,5		
	Unpolitische Inhalte	33	7,4	8	6,8	25	7,7	14	8,4	11	7,0		
	Strukturierung des Duells	45	10,2	36	30,5	9	2,8	7	4,2	2	1,3		
	Gesamt	418	94,4	112	94,9	306	94,2	161	96,4	145	91,8		
	Nicht-funktionale Aussage	25	5,6	6	5,1	19	5,8	6	3,6	13	8,2		
		443	100,0	118	100,0	325	100,0	167	100,0	158	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2002	Politische Inhalte	313	84,8	69	67,0	244	91,7	132	90,4	112	93,3		
	Unpolitische Inhalte	11	3,0	3	2,9	8	3,0	6	4,1	2	1,7		
	Strukturierung des Duells	36	9,8	30	29,1	6	2,3	3	2,1	3	2,5		
	Gesamt	360	97,6	102	99,0	258	97,0	141	96,6	117	97,5		
	Nicht-funktionale Aussage	9	2,4	1	1,0	8	3,0	5	3,4	3	2,5		
		369	100,0	103	100,0	266	100,0	146	100,0	120	100,0		
Niedersachsen 2003, Duell 1	Politische Inhalte	377	86,5	104	76,5	273	91,0	129	87,8	144	94,1		
	Unpolitische Inhalte	23	5,3	10	7,4	13	4,3	9	6,1	4	2,6		
	Strukturierung des Duells	17	3,9	15	11,0	2	0,7	1	0,7	1	0,7		
	Gesamt	417	95,6	129	94,9	288	96,0	139	94,6	149	97,4		
	Nicht-funktionale Aussage	19	4,4	7	5,1	12	4,0	8	5,4	4	2,6		
		436	100,0	136	100,0	300	100,0	147	100,0	153	100,0		
Niedersachsen 2003, Duell 2	Politische Inhalte	298	78,8	121	74,7	177	81,9	80	76,2	97	87,4		
	Unpolitische Inhalte	43	11,4	17	10,5	26	12,0	19	18,1	7	6,3		
	Strukturierung des Duells	25	6,6	21	13,0	4	1,9	2	1,9	2	1,8		
	Gesamt	366	96,8	159	98,1	207	95,8	101	96,2	106	95,5		
	Nicht-funktionale Aussage	12	3,2	3	1,9	9	4,2	4	3,8	5	4,5		
		378	100,0	162	100,0	216	100,0	105	100,0	111	100,0		
Thüringen 2004	Politische Inhalte	222	76,6	56	68,3	166	79,8	58	78,4	65	80,2	43	81,1
	Unpolitische Inhalte	34	11,7			34	16,3	15	20,3	11	13,6	8	15,1
	Strukturierung des Duells	23	7,9	21	25,6	2	1,0			2	2,5		
	Gesamt	279	96,2	77	93,9	202	97,1	73	98,6	78	96,3	51	96,2
	Nicht-funktionale Aussage	11	3,8	5	6,1	6	2,9	1	1,4	3	3,7	2	3,8
		290	100,0	82	100,0	208	100,0	74	100,0	81	100,0	53	100,0
Brandenburg 2004	Politische Inhalte	655	83,9	192	75,9	463	87,7	156	91,8	155	82,9	152	88,9
	Unpolitische Inhalte	6	0,8			6	1,1	3	1,8	1	0,5	2	1,2
	Strukturierung des Duells	69	8,8	54	21,3	15	2,8	4	2,4	7	3,7	4	2,3
	Gesamt	730	93,5	246	97,2	484	91,7	163	95,9	163	87,2	158	92,4
	Nicht-funktionale Aussage	51	6,5	7	2,8	44	8,3	7	4,1	24	12,8	13	7,600
		781	100,0	253	100,0	528	100,0	170	100,0	187	100,0	171	100,0

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sachsen 2004	Politische Inhalte	284	85,8	68	73,1	216	90,8	69	89,6	59	95,2	88	88,9
	Unpolitische Inhalte	4	1,2	2	2,2	2	0,8			2	3,2		
	Strukturierung des Duells	22	6,6	19	20,4	3	1,3	2	2,6			1	1,0
	Gesamt	310	93,7	89	95,7	221	92,9	71	92,2	61	98,4	89	89,9
	Nicht-funktionale Aussage	21	6,3	4	4,3	17	7,1	6	7,8	1	1,6	10	10,1
		331	100,0	93	100,0	238	100,0	77	100,0	62	100,0	99	100,0
Schleswig-Holstein 2005	Politische Inhalte	372	81,9	125	82,2	247	81,8	123	83,7	124	80,0		
	Unpolitische Inhalte	21	4,6	5	3,3	16	5,3	7	4,8	9	5,8		
	Strukturierung des Duells	28	6,2	21	13,8	7	2,3	2	1,4	5	3,2		
	Gesamt	421	92,7	151	99,3	270	89,4	132	89,8	138	89,0		
	Nicht-funktionale Aussage	33	7,3	1	0,7	32	10,6	15	10,2	17	11,0		
		454	100,0	152	100,0	302	100,0	147	100,0	155	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1	Politische Inhalte	353	76,9	57	51,8	296	84,8	163	87,2	133	82,1		
	Unpolitische Inhalte	10	2,2	5	4,5	5	1,4	3	1,6	2	1,2		
	Strukturierung des Duells	54	11,8	46	41,8	8	2,3	2	1,1	6	3,7		
	Gesamt	417	90,8	108	98,2	309	88,5	168	89,8	141	87,0		
	Nicht-funktionale Aussage	42	9,2	2	1,8	40	11,5	19	10,2	21	13,0		
		459	100,0	110	100,0	349	100,0	187	100,0	162	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2	Politische Inhalte	494	79,9	120	63,8	374	87,0	194	88,2	180	85,7		
	Unpolitische Inhalte	19	3,1	3	1,6	16	3,7	10	4,5	6	2,9		
	Strukturierung des Duells	61	9,9	52	27,7	9	2,1	4	1,8	5	2,4		
	Gesamt	574	92,9	175	93,1	399	92,8	208	94,5	191	91,0		
	Nicht-funktionale Aussage	44	7,1	13	6,9	31	7,2	12	5,5	19	9,0		
		618	100,0	188	100,0	430	100,0	220	100,0	210	100,0		
Bundestagswahl 2005	Politische Inhalte	392	66,8	80	64,0	312	67,5	148	64,3	164	70,7		
	Unpolitische Inhalte	130	22,1	6	4,8	124	26,8	63	27,4	61	26,3		
	Strukturierung des Duells	44	7,5	36	28,8	8	1,7	4	1,7	4	1,7		
	Gesamt	566	96,4	122	97,6	444	96,1	215	93,5	229	98,7		
	Nicht-funktionale Aussage	21	3,6	3	2,4	18	3,9	15	6,5	3	1,3		
		587	100,0	125	100,0	462	100,0	230	100,0	232	100,0		
Baden-Württemberg 2006	Politische Inhalte	383	64,7	82	43,6	301	74,5	173	80,8	128	67,4		
	Unpolitische Inhalte	149	25,2	55	29,3	94	23,3	40	18,7	54	28,4		
	Strukturierung des Duells	43	7,3	42	22,3	1	0,2			1	0,5		
	Gesamt	575	97,1	179	95,2	396	98,0	213	99,5	183	96,3		
	Nicht-funktionale Aussage	17	2,9	9	4,8	8	2,0	1	0,5	7	3,7		
		592	100,0	188	100,0	404	100,0	214	100,0	190	100,0		
Berlin 2006	Politische Inhalte	324	68,1	67	45,9	257	77,9	125	77,2	132	78,6		
	Unpolitische Inhalte	65	13,7	19	13,0	46	13,9	25	15,4	21	12,5		
	Strukturierung des Duells	67	14,1	57	39,0	10	3,0	4	2,5	6	3,6		
	Gesamt	456	95,8	143	97,9	313	94,8	154	95,1	159	94,6		
	Nicht-funktionale Aussage	20	4,2	3	2,1	17	5,2	8	4,9	9	5,4		
		476	100,0	146	100,0	330	100,0	162	100,0	168	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2006	Politische Inhalte	327	70,6	115	73,2	212	69,3	105	70,9	107	67,7		
	Unpolitische Inhalte	88	19,0	15	9,6	73	23,9	35	23,6	38	24,1		
	Strukturierung des Duells	27	5,8	26	16,6	1	0,3			1	0,6		
	Gesamt	442	95,5	156	99,4	286	93,5	140	94,6	146	92,4		
	Nicht-funktionale Aussage	21	4,5	1	0,6	20	6,5	8	5,4	12	7,6		
		463	100,0	157	100,0	306	100,0	148	100,0	158	100,0		
Hessen 2008	Politische Inhalte	422	67,1	46	39,7	376	73,3	188	72,0	188	74,6		
	Unpolitische Inhalte	125	19,9	11	9,5	114	22,2	63	24,1	51	20,2		
	Strukturierung des Duells	61	9,7	57	49,1	4	0,8	2	0,8	2	0,8		
	Gesamt	608	96,7	114	98,3	494	96,3	253	96,9	241	95,6		
	Nicht-funktionale Aussage	21	3,3	2	1,7	19	3,7	8	3,1	11	4,4		
		629	100,0	116	100,0	513	100,0	261	100,0	252	100,0		
Niedersachsen 2008	Politische Inhalte	319	76,1	86	66,7	233	80,3	119	83,8	114	77,0		
	Unpolitische Inhalte	64	15,3	16	12,4	48	16,6	20	14,1	28	18,9		
	Strukturierung des Duells	29	6,9	27	20,9	2	0,7	1	0,7	1	0,7		
	Gesamt	412	98,3	129	100,0	283	97,6	140	98,6	143	96,6		
	Nicht-funktionale Aussage	7	1,7			7	2,4	2	1,4	5	3,4		
		419	100,0			290	100,0	142	100,0	148	100,0		
Hamburg 2008	Politische Inhalte	457	72,3	147	68,7	310	74,2	169	75,1	141	73,1		
	Unpolitische Inhalte	124	19,6	32	15,0	92	22,0	49	21,8	43	22,3		
	Strukturierung des Duells	33	5,2	30	14,0	3	0,7	2	0,9	1	0,5		
	Gesamt	614	97,2	209	97,7	405	96,9	220	97,8	185	95,9		
	Nicht-funktionale Aussage	18	2,8	5	2,3	13	3,1	5	2,2	8	4,1		
		632	100,0	214	100,0	418	100,0	225	100,0	193	100,0		
Bayern 2008	Politische Inhalte	251	76,8	42	51,2	209	85,3	110	88,7	99	81,8		
	Unpolitische Inhalte	37	11,3	9	11,0	28	11,4	10	8,1	18	14,9		
	Strukturierung des Duells	31	9,5	29	35,4	2	0,8			2	1,7		
	Gesamt	319	97,6	80	97,6	239	97,6	120	96,8	119	98,3		
	Nicht-funktionale Aussage	8	2,4	2	2,4	6	2,4	4	3,2	2	1,7		
		327	100,0	82	100,0	245	100,0	124	100,0	121	100,0		

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Thüringen 2009	Politische Inhalte	198	61,3	60	41,7	138	77,1	44	86,3	43	68,3	51	78,5
	Unpolitische Inhalte	35	10,8	5	3,5	30	16,8	5	9,8	14	22,2	11	16,9
	Strukturierung des Duells	84	26,0	78	54,2	6	3,4			5	7,9	1	1,5
	Gesamt	317	98,1	143	99,3	174	97,2		49	96,1	62	98,4	63
	Nicht-funktionale Aussage	6	1,9	1	0,7	5	2,8	2	3,9	1	1,6	2	3,1
		323	100,0	144	100,0	179	100,0	51	100,0	63	100,0	65	100,0
Bundestagswahl 2009	Politische Inhalte	383	65,9	99	53,8	284	71,5	133	66,5	151	76,6		
	Unpolitische Inhalte	151	26,0	58	31,5	93	23,4	54	27,0	39	19,8		
	Strukturierung des Duells	26	4,5	18	9,8	8	2,0	4	2,0	4	2,0		
	Gesamt	560	96,4	175	95,1	385	97,0	191	95,5	194	98,5		
	Nicht-funktionale Aussage	21	3,6	9	4,9	12	3,0	9	4,5	3	1,5		
		581	100,0	184	100,0	397	100,0	200	100,0	197	100,0		
Schleswig-Holstein 2009	Politische Inhalte	595	64,3	153	56,3	442	67,6	192	64,4	250	70,2		
	Unpolitische Inhalte	184	19,9	51	18,8	133	20,3	65	21,8	68	19,1		
	Strukturierung des Duells	69	7,5	54	19,9	15	2,3	7	2,3	8	2,2		
	Gesamt	848	91,6	258	94,9	590	90,2	264	88,6	326	91,6		
	Nicht-funktionale Aussage	78	8,4	14	5,1	64	9,8	34	11,4	30	8,4		
		926	100,0	272	100,0	654	100,0	298	100,0	356	100,0		
Brandenburg 2009	Politische Inhalte	437	75,2	80	54,1	357	82,4	125	74,0	119	93,0	113	83,1
	Unpolitische Inhalte	53	9,1	19	12,8	34	7,9	23	13,6	4	3,1	7	5,1
	Strukturierung des Duells	59	10,2	48	32,4	11	2,5	6	3,6	3	2,3	2	1,5
	Gesamt	549	94,5	147	99,3	402	92,8	154	91,1	126	98,4	122	89,7
	Nicht-funktionale Aussage	32	5,5	1	0,7	31	7,2	15	8,9	2	1,6	14	10,3
		581	100,0	148	100,0	433	100,0	169	100,0	128	100,0	136	100,0
Nordrhein-Westfalen 2010	Politische Inhalte	326	70,6	75	62,0	251	73,6	109	66,9	142	79,8		
	Unpolitische Inhalte	111	24,0	28	23,1	83	24,3	49	30,1	34	19,1		
	Strukturierung des Duells	16	3,5	15	12,4	1	0,3	1	0,6				
	Gesamt	453	98,1	118	97,5	335	98,2	159	97,5	176	98,9		
	Nicht-funktionale Aussage	9	1,9	3	2,5	6	1,8	4	2,5	2	1,1		
		462	100,0	121	100,0	341	100,0	163	100,0	178	100,0		
Hamburg 2011, Duell 1	Politische Inhalte	362	61,9	123	47,3	239	73,5	115	68,9	124	78,5		
	Unpolitische Inhalte	152	26,0	70	26,9	82	25,2	49	29,3	33	20,9		
	Strukturierung des Duells	65	11,1	64	24,6	1	0,3			1	0,6		
	Gesamt	579	99,0	257	98,8	322	99,1	164	98,2	158	100,0		
	Nicht-funktionale Aussage	6	1,0	3	1,2	3	0,9	3	1,8				
		585	100,0	260	100,0	325	100,0	167	100,0				
Hamburg 2011, Duell 2	Politische Inhalte	331	65,7	133	65,2	198	66,0	92	62,2	106	69,7		
	Unpolitische Inhalte	146	29,0	48	23,5	98	32,7	55	37,2	43	28,3		
	Strukturierung des Duells	22	4,4	22	10,8								
	Gesamt	499	99,0	203	99,5	296	98,7	147	99,3	149	98,0		
	Nicht-funktionale Aussage	5	1,0	1	0,5	4	1,3	1	0,7	3	2,0		
		504	100,0	204	100,0	300	100,0	148	100,0	152	100,0		
Sachsen-Anhalt 2011	Politische Inhalte	330	56,3	142	49,3	188	63,1	70	69,3	59	52,7	59	69,4
	Unpolitische Inhalte	133	22,7	48	16,7	85	28,5	24	23,8	40	35,7	21	24,7
	Strukturierung des Duells	106	18,1	96	33,3	10	3,4	4	4,0	5	4,5	1	1,2
	Gesamt	569	97,1	286	99,3	283	95,0	98	97,0	104	92,9	81	95,3
	Nicht-funktionale Aussage	17	2,9	2	0,7	15	5,0	3	3,0	8	7,1	4	4,7
		586	100,0	288	100,0	298	100,0	101	100,0	112	100,0	85	100,0
Baden-Württemberg 2011	Politische Inhalte	370	70,5	77	48,4	293	80,1	152	79,6	141	80,6		
	Unpolitische Inhalte	88	16,8	25	15,7	63	17,2	36	18,8	27	15,4		
	Strukturierung des Duells	56	10,7	53	33,3	3	0,8	1	0,5	2	1,1		
	Gesamt	514	97,9	155	97,5	359	98,1	189	99,0	170	97,1		
	Nicht-funktionale Aussage	11	2,1	4	2,5	7	1,9	2	1,0	5	2,9		
		525	100,0	159	100,0	366	100,0	191	100,0	175	100,0		
Rheinland-Pfalz 2011	Politische Inhalte	327	72,3	12	13,3	315	87,0	138	84,7	177	88,9		
	Unpolitische Inhalte	43	9,5	8	8,9	35	9,7	22	13,5	13	6,5		
	Strukturierung des Duells	66	14,6	65	72,2	1	0,3	1	0,6				
	Gesamt	436	96,5	85	94,4	351	97,0	161	98,8	190	95,5		
	Nicht-funktionale Aussage	16	3,5	5	5,6	11	3,0	2	1,2	9	4,5		
		452	100,0	90	100,0	362	100,0	163	100,0	199	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2011	Politische Inhalte	383	64,7	86	34,4	297	86,8	165	89,7	132	83,5		
	Unpolitische Inhalte	37	6,3	3	1,2	34	9,9	12	6,5	22	13,9		
	Strukturierung des Duells	167	28,2	159	63,6	8	2,3	7	3,8	1	0,6		
	Gesamt	587	99,2	248	99,2	339	99,1	184	100,0	155	98,1		
	Nicht-funktionale Aussage	5	0,8	2	0,8	3	0,9			3	1,9		
		592	100,0	250	100,0	342	100,0			158	100,0		
Berlin 2011, Duell 1	Politische Inhalte	275	60,7	75	48,4	200	67,1	126	77,3	74	54,8		
	Unpolitische Inhalte	99	21,9	25	16,1	74	24,8	30	18,4	44	32,6		
	Strukturierung des Duells	46	10,2	38	24,5	8	2,7	2	1,2	6	4,4		
	Gesamt	420	92,7	138	89,0	282	94,6	158	96,9	124	91,9		
	Nicht-funktionale Aussage	33	7,3	17	11,0	16	5,4	5	3,1	11	8,1		
		453	100,0	155	100,0	298	100,0	163	100,0	135	100,0		

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Berlin 2011, Duell 2	Politische Inhalte	187	63,4	67	54,9	120	69,4	58	69,0	62	69,7		
	Unpolitische Inhalte	50	16,9	17	13,9	33	19,1	17	20,2	16	18,0		
	Strukturierung des Duells	45	15,3	31	25,4	14	8,1	7	8,3	7	7,9		
	Gesamt	282	95,6	115	94,3	167	96,5	82	97,6	85	95,5		
	Nicht-funktionale Aussage	13	4,4	7	5,7	6	3,5	2	2,4	4	4,5		
		295	100,0	122	100,0	173	100,0	84	100,0	89	100,0		
Saarland 2012	Politische Inhalte	234	73,8	76	64,4	158	79,4	67	74,4	91	83,5		
	Unpolitische Inhalte	61	19,2	25	21,2	36	18,1	21	23,3	15	13,8		
	Strukturierung des Duells	15	4,7	12	10,2	3	1,5	2	2,2	1	0,9		
	Gesamt	310	97,8	113	95,8	197	99,0	90	100,0	107	98,2		
	Nicht-funktionale Aussage	7	2,2	5	4,2	2	1,0			2	1,8		
		317	100,0	118	100,0	199	100,0			109	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2012	Politische Inhalte	489	70,6	84	60,4	405	73,1	196	78,4	209	68,8		
	Unpolitische Inhalte	106	15,3	7	5,0	99	17,9	34	13,6	65	21,4		
	Strukturierung des Duells	77	11,1	47	33,8	30	5,4	15	6,0	15	4,9		
	Gesamt	672	97,0	138	99,3	534	96,4	245	98,0	289	95,1		
	Nicht-funktionale Aussage	21	3,0	1	0,7	20	3,6	5	2,0	15	4,9		
		693	100,0	139	100,0	554	100,0	250	100,0	304	100,0		
Schleswig-Holstein 2012	Politische Inhalte	345	72,0	131	72,8	214	71,6	107	67,7	107	75,9		
	Unpolitische Inhalte	100	20,9	30	16,7	70	23,4	40	25,3	30	21,3		
	Strukturierung des Duells	21	4,4	19	10,6	2	0,7	1	0,6	1	0,7		
	Gesamt	466	97,3	180	100,0	286	95,7	148	93,7	138	97,9		
	Nicht-funktionale Aussage	13	2,7			13	4,3	10	6,3	3	2,1		
		479	100,0			299	100,0	158	100,0	141	100,0		
Niedersachsen 2013	Politische Inhalte	309	79,6	110	70,1	199	86,1	97	82,2	102	90,3		
	Unpolitische Inhalte	45	11,6	17	10,8	28	12,1	18	15,3	10	8,8		
	Strukturierung des Duells	18	4,6	17	10,8	1	0,4			1	0,9		
	Gesamt	372	95,9	144	91,7	228	98,7	115	97,5	113	100,0		
	Nicht-funktionale Aussage	16	4,1	13	8,3	3	1,3	3	2,5				
		388	100,0	157	100,0	231	100,0	118	100,0				
Bundestagswahl 2013	Politische Inhalte	584	66,6	146	45,3	438	78,9	204	82,9	234	75,7		
	Unpolitische Inhalte	130	14,8	52	16,1	78	14,1	23	9,3	55	17,8		
	Strukturierung des Duells	75	8,6	51	15,8	24	4,3	11	4,5	13	4,2		
	Gesamt	789	90,0	249	77,3	540	97,3	238	96,7	302	97,7		
	Nicht-funktionale Aussage	88	10,0	73	22,7	15	2,7	8	3,3	7	2,3		
		877	100,0	322	100,0	555	100,0	246	100,0	309	100,0		
Bayern 2013	Politische Inhalte	500	54,1	118	35,9	382	64,1	227	69,4	155	57,6		
	Unpolitische Inhalte	299	32,3	134	40,7	165	27,7	88	26,9	77	28,6		
	Strukturierung des Duells	22	2,4	20	6,1	2	0,3	1	0,3	1	0,4		
	Gesamt	821	88,8	272	82,7	549	92,1	316	96,6	233	86,6		
	Nicht-funktionale Aussage	104	11,2	57	17,3	47	7,9	11	3,4	36	13,4		
		925	100,0	329	100,0	596	100,0	327	100,0	269	100,0		
Hessen 2013	Politische Inhalte	499	61,6	62	40,5	437	66,5	246	69,1	191	63,5		
	Unpolitische Inhalte	245	30,2	46	30,1	199	30,3	99	27,8	100	33,2		
	Strukturierung des Duells	56	6,9	44	28,8	12	1,8	9	2,5	3	1,0		
	Gesamt	800	98,8	152	99,3	648	98,6	354	99,4	294	97,7		
	Nicht-funktionale Aussage	10	1,2	1	0,7	9	1,4	2	0,6	7	2,3		
		810	100,0	153	100,0	657	100,0	356	100,0	301	100,0		
Brandenburg 2014	Politische Inhalte	232	56,7	86	52,4	146	59,6	43	67,2	47	49,0	56	65,9
	Unpolitische Inhalte	135	33,0	49	29,9	86	35,1	17	26,6	42	43,8	27	31,8
	Strukturierung des Duells	34	8,3	27	16,5	7	2,9	2	3,1	4	4,2	1	1,2
	Gesamt	401	98,0	162	98,8	239	97,6	62	96,9	93	96,9	84	98,8
	Nicht-funktionale Aussage	8	2,0	2	1,2	6	2,4	2	3,1	3	3,1	1	1,2
		409	100,0	164	100,0	245	100,0	64	100,0	96	100,0	85	100,0
Hamburg 2015, Duell 1	Politische Inhalte	364	82,0	121	80,1	243	82,9	124	87,9	119	78,3		
	Unpolitische Inhalte	56	12,6	12	7,9	44	15,0	12	8,5	32	21,1		
	Strukturierung des Duells	21	4,7	18	11,9	3	1,0	3	2,1				
	Gesamt	441	99,3	151	100,0	290	99,0	139	98,6	151	99,3		
	Nicht-funktionale Aussage	3	0,7			3	1,0	2	1,4	1	0,7		
		444	100,0			293	100,0	141	100,0	152	100,0		
Hamburg 2015, Duell 2	Politische Inhalte	303	58,9	78	34,1	225	78,9	112	81,8	113	76,4		
	Unpolitische Inhalte	165	32,1	12	5,2	20	7,0	10	7,3	10	6,8		
	Strukturierung des Duells	32	6,2	131	57,2	34	11,9	14	10,2	20	13,5		
	Gesamt	500	97,3	221	96,5	279	97,9	136	99,3	143	96,6		
	Nicht-funktionale Aussage	14	2,7	8	3,5	6	2,1	1	0,7	5	3,4		
		514	100,0	229	100,0	285	100,0	137	100,0	148	100,0		
Baden-Württemberg 2016	Politische Inhalte	276	77,3	78	66,1	198	82,8	97	84,3	101	81,5		
	Unpolitische Inhalte	43	12,0	16	13,6	27	11,3	13	11,3	14	11,3		
	Strukturierung des Duells	21	5,9	18	15,3	3	1,3	1	0,9	2	1,6		
	Gesamt	340	95,2	112	94,9	228	95,4	111	96,5	117	94,4		
	Nicht-funktionale Aussage	17	4,8	6	5,1	11	4,6	4	3,5	7	5,6		
		357	100,0	118	100,0	239	100,0	115	100,0	124	100,0		

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Rheinland-Pfalz 2016	Politische Inhalte	312	66,8	39	35,5	273	76,5	140	76,5	133	76,4		
	Unpolitische Inhalte	100	21,4	28	25,5	72	20,2	37	20,2	35	20,1		
	Strukturierung des Duells	30	6,4	29	26,4	1	0,3			1	0,6		
	Gesamt	442	94,6	96	87,3	346	96,9	177	96,7	169	97,1		
	Nicht-funktionale Aussage	25	5,4	14	12,7	11	3,1	6	3,3	5	2,9		
		467	100,0	110	100,0	357	100,0	183	100,0	174	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2016	Politische Inhalte	372	57,9	132	39,2	240	78,4	128	77,1	112	80,0		
	Unpolitische Inhalte	176	27,4	28	8,3	30	9,8	22	13,3	8	5,7		
	Strukturierung des Duells	58	9,0	159	47,2	17	5,6	8	4,8	9	6,4		
	Gesamt	606	94,2	319	94,7	287	93,8	158	95,2	129	92,1		
	Nicht-funktionale Aussage	37	5,8	18	5,3	19	6,2	8	4,8	11	7,9		
		643	100,0	337	100,0	306	100,0	166	100,0	140	100,0		
Berlin 2016	Politische Inhalte	233	71,9	59	62,1	174	76,0	90	79,6	84	72,4		
	Unpolitische Inhalte	49	15,1	10	10,5	39	17,0	20	17,7	19	16,4		
	Strukturierung des Duells	20	6,2	14	14,7	6	2,6			6	5,2		
	Gesamt	302	93,2	83	87,4	219	95,6	110	97,3	109	94,0		
	Nicht-funktionale Aussage	22	6,8	12	12,6	10	4,4	3	2,7	7	6,0		
		324	100,0	95	100,0	229	100,0	113	100,0	116	100,0		

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale Aussagenanteile der gesamten Debatte sowie akteurspezifisch (nur funktionale Aussagen) der TV-Duelle 1997-2016. Zur inhaltlichen Erfassung der Aussagen sowie zur Kategorisierung vgl. Anlage 3. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 8: Struktur der politischen TV-Duell-Aussagen nach Debatte und Akteur

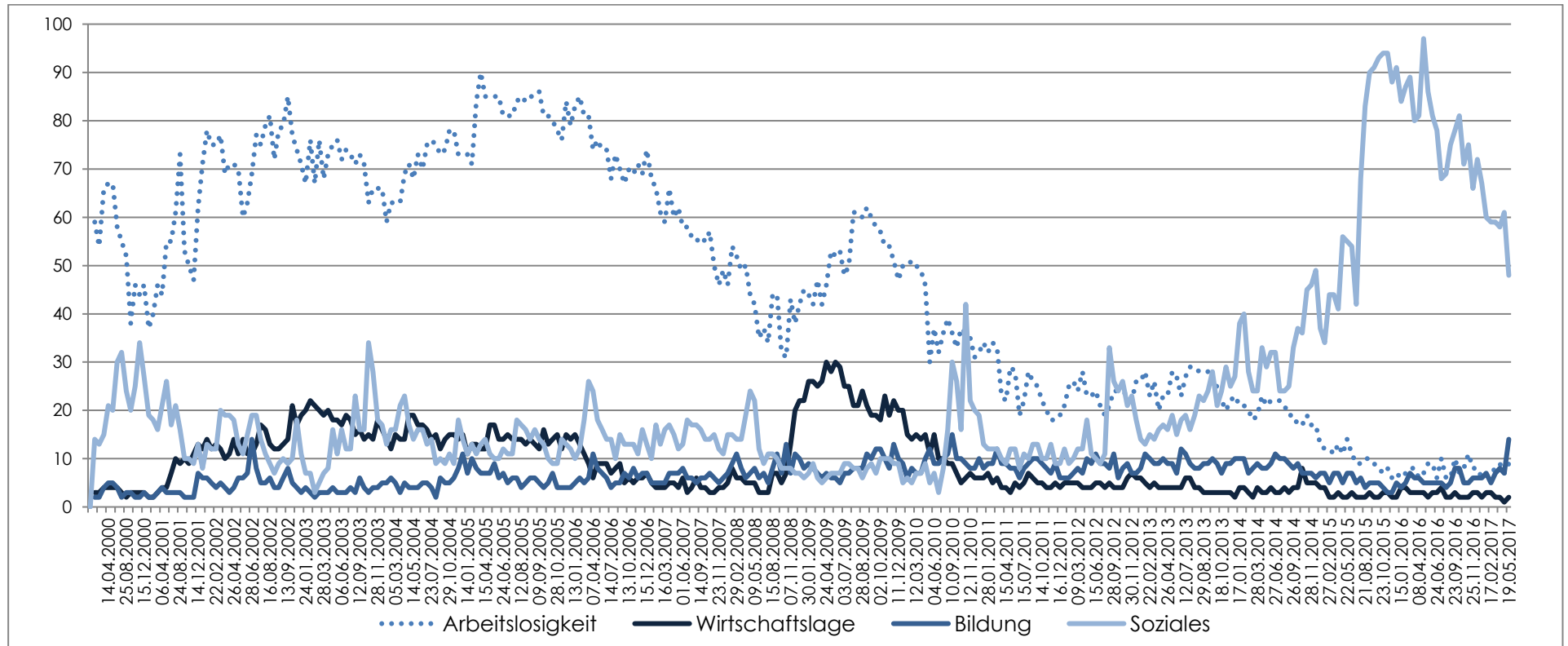
TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hamburg 1997	Policy-Aussage	110	54,5	40	46,0	70	60,9	39	67,2	31	54,4		
	Polity-Aussage	19	9,4	5	5,7	14	12,2	6	10,3	8	14,0		
	Politics-Aussage	73	36,1	42	48,3	31	27,0	13	22,4	18	31,6		
	Gesamt	202	100,0	87	100,0	115	100,0	58	100,0	57	100,0		
Niedersachsen 1998	Policy-Aussage	109	54,2	14	29,8	95	61,7	45	66,2	50	58,1		
	Polity-Aussage	5	2,5	1	2,1	4	2,6	2	2,9	2	2,3		
	Politics-Aussage	87	43,3	32	68,1	55	35,7	21	30,9	34	39,5		
	Gesamt	201	100,0	47	100,0	154	100,0	68	100,0	86	100,0		
Schleswig-Holstein 2000	Policy-Aussage	117	44,0	26	49,1	91	42,7	45	44,1	46	41,4		
	Polity-Aussage	51	19,2	8	15,1	43	20,2	21	20,6	22	19,8		
	Politics-Aussage	98	36,8	19	35,8	79	37,1	36	35,3	43	38,7		
	Gesamt	266	100,0	53	100,0	213	100,0	102	100,0	111	100,0		
Baden-Württemberg 2000	Policy-Aussage	291	80,2	42	76,4	249	80,8	131	85,1	118	76,6		
	Polity-Aussage	42	11,6	5	9,1	37	12,0	13	8,4	24	15,6		
	Politics-Aussage	30	8,3	8	14,5	22	7,1	10	6,5	12	7,8		
	Gesamt	363	100,0	55	100,0	308	100,0	154	100,0	154	100,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 1	Policy-Aussage	188	75,2	39	84,8	149	73,0	72	75,0	77	71,3		
	Polity-Aussage	10	4,0	1	2,2	9	4,4	4	4,2	5	4,6		
	Politics-Aussage	52	20,8	6	13,0	46	22,5	20	20,8	26	24,1		
	Gesamt	250	100,0	46	100,0	204	100,0	96	100,0	108	100,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 2	Policy-Aussage	236	69,4	38	55,9	198	72,8	97	69,3	101	76,5		
	Polity-Aussage	12	3,5	3	4,4	9	3,3	3	2,1	6	4,5		
	Politics-Aussage	92	27,1	27	39,7	65	23,9	40	28,6	25	18,9		
	Gesamt	340	100,0	68	100,0	272	100,0	140	100,0	132	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2002	Policy-Aussage	231	73,8	41	59,4	190	77,9	101	76,5	89	79,5		
	Polity-Aussage	31	9,9	8	11,6	23	9,4	14	10,6	9	8,0		
	Politics-Aussage	51	16,3	20	29,0	31	12,7	17	12,9	14	12,5		
	Gesamt	313	100,0	69	100,0	244	100,0	132	100,0	112	100,0		
Niedersachsen 2003, Duell 1	Policy-Aussage	186	49,3	44	42,3	142	52,0	65	50,4	77	53,5		
	Polity-Aussage	70	18,6	12	11,5	58	21,2	32	24,8	26	18,1		
	Politics-Aussage	121	32,1	48	46,2	73	26,7	32	24,8	41	28,5		
	Gesamt	377	100,0	104	100,0	273	100,0	129	100,0	144	100,0		
Niedersachsen 2003, Duell 2	Policy-Aussage	200	67,1	72	59,5	128	72,3	58	72,5	70	72,2		
	Polity-Aussage	29	9,7	10	8,3	19	10,7	10	12,5	9	9,3		
	Politics-Aussage	69	23,2	39	32,2	30	16,9	12	15,0	18	18,6		
	Gesamt	298	100,0	121	100,0	177	100,0	80	100,0	97	100,0		
Thüringen 2004	Policy-Aussage	131	59,0	24	42,9	107	64,5	43	74,1	42	64,6	22	51,2
	Polity-Aussage	19	8,6	5	8,9	14	8,4	5	8,6	7	10,8	2	4,7
	Politics-Aussage	72	32,4	27	48,2	45	27,1	10	17,2	16	24,6	19	44,2
	Gesamt	222	100,0	56	100,0	166	100,0	58	100,0	65	100,0	43	100,0
Brandenburg 2004	Policy-Aussage	583	89,0	163	84,9	420	90,7	140	89,7	143	92,3	137	90,1
	Polity-Aussage	27	4,1	5	2,6	22	4,8	9	5,8	5	3,2	8	5,3
	Politics-Aussage	45	6,9	24	12,5	21	4,5	7	4,5	7	4,5	7	4,6
	Gesamt	655	100,0	192	100,0	463	100,0	156	100,0	155	100,0	152	100,0
Sachsen 2004	Policy-Aussage	137	48,2	25	36,8	112	51,9	43	62,3	25	42,4	44	50,0
	Polity-Aussage	60	21,1	16	23,5	44	20,4	9	13,0	14	23,7	21	23,9
	Politics-Aussage	87	30,6	27	39,7	60	27,8	17	24,6	20	33,9	23	26,1
	Gesamt	284	100,0	68	100,0	216	100,0	69	100,0	59	100,0	88	100,0
Schleswig-Holstein 2005	Policy-Aussage	251	67,5	73	58,4	178	72,1	85	69,1	93	75,0		
	Polity-Aussage	23	6,2	6	4,8	17	6,9	9	7,3	8	6,5		
	Politics-Aussage	98	26,3	46	36,8	52	21,1	29	23,6	23	18,5		
	Gesamt	372	100,0	125	100,0	247	100,0	123	100,0	124	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1	Policy-Aussage	247	70,0	43	75,4	204	68,9	107	65,6	97	72,9		
	Polity-Aussage	74	21,0	1	1,8	73	24,7	46	28,2	27	20,3		
	Politics-Aussage	32	9,1	13	22,8	19	6,4	10	6,1	9	6,8		
	Gesamt	353	100,0	57	100,0	296	100,0	163	100,0	133	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2	Policy-Aussage	284	57,5	77	64,2	207	55,3	107	55,2	100	55,6		
	Polity-Aussage	81	16,4	4	3,3	77	20,6	34	17,5	43	23,9		
	Politics-Aussage	129	26,1	39	32,5	90	24,1	53	27,3	37	20,6		
	Gesamt	494	100,0	120	100,0	374	100,0	194	100,0	180	100,0		
Bundestagswahl 2005	Policy-Aussage	318	81,1	63	78,8	255	81,7	124	83,8	131	79,9		
	Polity-Aussage	5	1,3	1	1,3	4	1,3	4	2,7				
	Politics-Aussage	69	17,6	16	20,0	53	17,0	20	13,5	33	20,1		
	Gesamt	392	100,0	80	100,0	312	100,0	148	100,0	164	100,0		
Baden-Württemberg 2006	Policy-Aussage	286	74,7	61	74,4	225	74,8	134	77,5	91	71,1		
	Polity-Aussage	6	1,6			6	2,0	2	1,2	4	3,1		
	Politics-Aussage	91	23,8	21	25,6	70	23,3	37	21,4	33	25,8		
	Gesamt	383	100,0	82	100,0	301	100,0	173	100,0	128	100,0		

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Berlin 2006	Policy-Aussage	235	72,5	50	74,6	185	72,0	92	73,6	93	70,5		
	Polity-Aussage	41	12,7	3	4,5	38	14,8	16	12,8	22	16,7		
	Politics-Aussage	48	14,8	14	20,9	34	13,2	17	13,6	17	12,9		
	Gesamt	324	100,0	67	100,0	257	100,0	125	100,0	132	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2006	Policy-Aussage	150	45,9	28	24,3	122	57,5	60	57,1	62	57,9		
	Polity-Aussage	40	12,2	14	12,2	26	12,3	11	10,5	15	14,0		
	Politics-Aussage	137	41,9	73	63,5	64	30,2	34	32,4	30	28,0		
	Gesamt	327	100,0	115	100,0	212	100,0	105	100,0	107	100,0		
Hessen 2008	Policy-Aussage	389	92,2	38	82,6	351	93,4	173	92,0	178	94,7		
	Polity-Aussage	4	0,9			4	1,1	2	1,1	2	1,1		
	Politics-Aussage	29	6,9	8	17,4	21	5,6	13	6,9	8	4,3		
	Gesamt	422	100,0	46	100,0	376	100,0	188	100,0	188	100,0		
Niedersachsen 2008	Policy-Aussage	172	53,9	42	48,8	130	55,8	73	61,3	57	50,0		
	Polity-Aussage	40	12,5	7	8,1	33	14,2	10	8,4	23	20,2		
	Politics-Aussage	107	33,5	37	43,0	70	30,0	36	30,3	34	29,8		
	Gesamt	319	100,0	86	100,0	233	100,0	119	100,0	114	100,0		
Hamburg 2008	Policy-Aussage	274	60,0	75	51,0	199	64,2	106	62,7	93	66,0		
	Polity-Aussage	42	9,2	7	4,8	35	11,3	13	7,7	22	15,6		
	Politics-Aussage	141	30,9	65	44,2	76	24,5	50	29,6	26	18,4		
	Gesamt	457	100,0	147	100,0	310	100,0	169	100,0	141	100,0		
Bayern 2008	Policy-Aussage	154	61,4	26	61,9	128	61,2	72	65,5	56	56,6		
	Polity-Aussage	31	12,4	2	4,8	29	13,9	7	6,4	22	22,2		
	Politics-Aussage	66	26,3	14	33,3	52	24,9	31	28,2	21	21,2		
	Gesamt	251	100,0	42	100,0	209	100,0	110	100,0	99	100,0		
Thüringen 2009	Policy-Aussage	165	83,3	45	75,0	120	87,0	40	90,9	35	81,4	45	88,2
	Polity-Aussage	16	8,1	5	8,3	11	8,0	1	2,3	6	14,0	4	7,8
	Politics-Aussage	17	8,6	10	16,7	7	5,1	3	6,8	2	4,7	2	3,9
	Gesamt	198	100,0	60	100,0	138	100,0	44	100,0	43	100,0	51	100,0
Bundestagswahl 2009	Policy-Aussage	285	74,4	62	62,6	223	78,5	96	72,2	127	84,1		
	Polity-Aussage	4	1,0	2	2,0	2	0,7	2	1,5				
	Politics-Aussage	94	24,5	35	35,4	59	20,8	35	26,3	24	15,9		
	Gesamt	383	100,0	99	100,0	284	100,0	133	100,0	151	100,0		
Schleswig-Holstein 2009	Policy-Aussage	363	61,0	95	62,1	268	60,6	126	65,6	142	56,8		
	Polity-Aussage	77	12,9	12	7,8	65	14,7	20	10,4	45	18,0		
	Politics-Aussage	155	26,1	46	30,1	109	24,7	46	24,0	63	25,2		
	Gesamt	595	100,0	153	100,0	442	100,0	192	100,0	250	100,0		
Brandenburg 2009	Policy-Aussage	285	65,2	49	61,3	236	66,1	74	59,2	81	68,1	81	71,7
	Polity-Aussage	46	10,5	9	11,3	37	10,4	10	8,0	9	7,6	18	15,9
	Politics-Aussage	106	24,3	22	27,5	84	23,5	41	32,8	29	24,4	14	12,4
	Gesamt	437	100,0	80	100,0	357	100,0	125	100,0	119	100,0	113	100,0
Nordrhein-Westfalen 2010	Policy-Aussage	233	71,5	50	66,7	183	72,9	76	69,7	107	75,4		
	Polity-Aussage	43	13,2	9	12,0	34	13,5	13	11,9	21	14,8		
	Politics-Aussage	50	15,3	16	21,3	34	13,5	20	18,3	14	9,9		
	Gesamt	326	100,0	75	100,0	251	100,0	109	100,0	142	100,0		
Hamburg 2011, Duell 1	Policy-Aussage	227	62,7	91	74,0	136	56,9	66	57,4	70	56,5		
	Polity-Aussage	41	11,3	8	6,5	33	13,8	13	11,3	20	16,1		
	Politics-Aussage	94	26,0	24	19,5	70	29,3	36	31,3	34	27,4		
	Gesamt	362	100,0	123	100,0	239	100,0	115	100,0	124	100,0		
Hamburg 2011, Duell 2	Policy-Aussage	191	57,7	74	55,6	117	59,1	56	60,9	61	57,5		
	Polity-Aussage	43	13,0	10	7,5	33	16,7	12	13,0	21	19,8		
	Politics-Aussage	97	29,3	49	36,8	48	24,2	24	26,1	24	22,6		
	Gesamt	331	100,0	133	100,0	198	100,0	92	100,0	106	100,0		
Sachsen-Anhalt 2011	Policy-Aussage	143	43,3	36	25,4	107	56,9	50	71,4	27	45,8	30	50,8
	Polity-Aussage	39	11,8	7	4,9	32	17,0	5	7,1	10	16,9	17	28,8
	Politics-Aussage	148	44,8	99	69,7	49	26,1	15	21,4	22	37,3	12	20,3
	Gesamt	330	100,0	142	100,0	188	100,0	70	100,0	59	100,0	59	100,0
Baden-Württemberg 2011	Policy-Aussage	316	85,4	68	88,3	248	84,6	127	83,6	121	85,8		
	Polity-Aussage	17	4,6	4	5,2	13	4,4	6	3,9	7	5,0		
	Politics-Aussage	37	10,0	5	6,5	32	10,9	19	12,5	13	9,2		
	Gesamt	370	100,0	77	100,0	293	100,0	152	100,0	141	100,0		
Rheinland-Pfalz 2011	Policy-Aussage	197	60,2	9	75,0	188	59,7	90	65,2	98	55,4		
	Polity-Aussage	9	2,8			9	2,9	2	1,4	7	4,0		
	Politics-Aussage	121	37,0	3	25,0	118	37,5	46	33,3	72	40,7		
	Gesamt	327	100,0	12	100,0	315	100,0	138	100,0	177	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2011	Policy-Aussage	250	65,3	57	66,3	193	65,0	109	66,1	84	63,6		
	Polity-Aussage	30	7,8	14	16,3	16	5,4	7	4,2	9	6,8		
	Politics-Aussage	103	26,9	15	17,4	88	29,6	49	29,7	39	29,5		
	Gesamt	383	100,0	86	100,0	297	100,0	165	100,0	132	100,0		
Berlin 2011, Duell 1	Policy-Aussage	238	86,5	66	88,0	172	86,0	107	84,9	65	87,8		
	Polity-Aussage	13	4,7	2	2,7	11	5,5	5	4,0	6	8,1		
	Politics-Aussage	24	8,7	7	9,3	17	8,5	14	11,1	3	4,1		
	Gesamt	275	100,0	75	100,0	200	100,0	126	100,0	74	100,0		

TV-Duell	Art der Aussage	Gesamtdebatte		Moderatoren		Kandidaten		Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Berlin 2011, Duell 2	Policy-Aussage	165	88,2	62	92,5	103	85,8	52	89,7	51	82,3		
	Polity-Aussage	13	7,0	3	4,5	10	8,3	4	6,9	6	9,7		
	Politics-Aussage	9	4,8	2	3,0	7	5,8	2	3,4	5	8,1		
	Gesamt	187	100,0	67	100,0	120	100,0	58	100,0	62	100,0		
Saarland 2012	Policy-Aussage	122	52,1	30	39,5	92	58,2	41	61,2	51	56,0		
	Polity-Aussage	11	4,7	4	5,3	7	4,4	1	1,5	6	6,6		
	Politics-Aussage	101	43,2	42	55,3	59	37,3	25	37,3	34	37,4		
	Gesamt	234	100,0	76	100,0	158	100,0	67	100,0	91	100,0		
Nordrhein-Westfalen 2012	Policy-Aussage	414	84,7	74	88,1	340	84,0	165	84,2	175	83,7		
	Polity-Aussage	42	8,6			42	10,4	16	8,2	26	12,4		
	Politics-Aussage	33	6,7	10	11,9	23	5,7	15	7,7	8	3,8		
	Gesamt	489	100,0	84	100,0	405	100,0	196	100,0	209	100,0		
Schleswig-Holstein 2012	Policy-Aussage	245	71,0	90	68,7	155	72,4	78	72,9	77	72,0		
	Polity-Aussage	1	0,3			1	0,5	1	0,9				
	Politics-Aussage	99	28,7	41	31,3	58	27,1	28	26,2	30	28,0		
	Gesamt	345	100,0	131	100,0	214	100,0	107	100,0	107	100,0		
Niedersachsen 2013	Policy-Aussage	196	63,4	59	53,6	137	68,8	69	71,1	68	66,7		
	Polity-Aussage	20	6,5	4	3,6	16	8,0	7	7,2	9	8,8		
	Politics-Aussage	93	30,1	47	42,7	46	23,1	21	21,6	25	24,5		
	Gesamt	309	100,0	110	100,0	199	100,0	97	100,0	102	100,0		
Bundestagswahl 2013	Policy-Aussage	439	75,2	98	67,1	341	77,9	163	79,9	178	76,1		
	Polity-Aussage	36	6,2	9	6,2	27	6,2	5	2,5	22	9,4		
	Politics-Aussage	109	18,7	39	26,7	70	16,0	36	17,6	34	14,5		
	Gesamt	584	100,0	146	100,0	438	100,0	204	100,0	234	100,0		
Bayern 2013	Policy-Aussage	435	87,0	107	90,7	328	85,9	197	86,8	131	84,5		
	Polity-Aussage	1	0,2			1	0,3	1	0,4				
	Politics-Aussage	64	12,8	11	9,3	53	13,9	29	12,8	24	15,5		
	Gesamt	500	100,0	118	100,0	382	100,0	227	100,0	155	100,0		
Hessen 2013	Policy-Aussage	363	72,7	42	67,7	321	73,5	174	70,7	147	77,0		
	Polity-Aussage	63	12,6	9	14,5	54	12,4	39	15,9	15	7,9		
	Politics-Aussage	73	14,6	11	17,7	62	14,2	33	13,4	29	15,2		
	Gesamt	499	100,0	62	100,0	437	100,0	246	100,0	191	100,0		
Brandenburg 2014	Policy-Aussage	180	77,6	62	72,1	118	80,8	33	76,7	36	76,6	49	87,5
	Polity-Aussage	3	1,3	1	1,2	2	1,4			1	2,1	1	1,8
	Politics-Aussage	49	21,1	23	26,7	26	17,8	10	23,3	10	21,3	6	10,7
	Gesamt	232	100,0	86	100,0	146	100,0	43	100,0	47	100,0	56	100,0
Hamburg 2015, Duell 1	Policy-Aussage	284	78,0	94	77,7	190	78,2	104	83,9	86	72,3		
	Polity-Aussage	17	4,7	3	2,5	14	5,8	2	1,6	12	10,1		
	Politics-Aussage	63	17,3	24	19,8	39	16,0	18	14,5	21	17,6		
	Gesamt	364	100,0	121	100,0	243	100,0	124	100,0	119	100,0		
Hamburg 2015, Duell 2	Policy-Aussage	256	84,5	67	85,9	189	84,0	100	89,3	89	78,8		
	Polity-Aussage	26	8,6	5	6,4	21	9,3	4	3,6	17	15,0		
	Politics-Aussage	21	6,9	6	7,7	15	6,7	8	7,1	7	6,2		
	Gesamt	303	100,0	78	100,0	225	100,0	112	100,0	113	100,0		
Baden-Württemberg 2016	Policy-Aussage	202	73,2	51	65,4	151	76,3	79	81,4	72	71,3		
	Polity-Aussage	35	12,7	5	6,4	30	15,2	10	10,3	20	19,8		
	Politics-Aussage	39	14,1	22	28,2	17	8,6	8	8,2	9	8,9		
	Gesamt	276	100,0	78	100,0	198	100,0	97	100,0	101	100,0		
Rheinland-Pfalz 2016	Policy-Aussage	262	84,0	27	69,2	235	86,1	123	87,9	112	84,2		
	Polity-Aussage	19	6,1	1	2,6	18	6,6	7	5,0	11	8,3		
	Politics-Aussage	31	9,9	11	28,2	20	7,3	10	7,1	10	7,5		
	Gesamt	312	100,0	39	100,0	273	100,0	140	100,0	133	100,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2016	Policy-Aussage	307	82,5	114	86,4	193	80,4	108	84,4	85	75,9		
	Polity-Aussage	34	9,1	6	4,5	28	11,7	9	7,0	19	17,0		
	Politics-Aussage	31	8,3	12	9,1	19	7,9	11	8,6	8	7,1		
	Gesamt	372	100,0	132	100,0	240	100,0	128	100,0	112	100,0		
Berlin 2016	Policy-Aussage	193	82,8	43	72,9	150	86,2	73	81,1	77	91,7		
	Polity-Aussage	9	3,9			9	5,2	7	7,8	2	2,4		
	Politics-Aussage	31	13,3	16	27,1	15	8,6	10	11,1	5	6,0		
	Gesamt	233	100,0	59	100,0	174	100,0	90	100,0	84	100,0		

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale Aussagenanteile der gesamten Debatte sowie akteurspezifisch (nur funktionale, politische Aussagen) der TV-Duelle 1997-2016. Zur Erfassung politischer Aussagen sowie zur Kategorisierung vgl. Anlage 3. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 9: Ausgewählte wichtige Probleme in Deutschland seit 2000



Quelle: Forschungsgruppe Wahlen: Politbarometer 2017; Stand: 19.05.2017. (URL: http://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Langzeitentwicklung_-_Themen_im_Ueberblick/Politik_II/9_Probleme_1_1.xlsx); Angaben in Prozent: Anteil der Nennungen bei jeweils 1.250 Befragten; Fragetext: „Was ist Ihrer Meinung nach gegenwärtig das wichtigste Problem in Deutschland? Und was ist ein weiteres wichtiges Problem“ (max. zwei Nennungen); die Rubrik „Soziales“ fasst die Themenbereiche „Renten“ und „Ausländer/Integration/Flüchtlinge“ analog zur in dieser Untersuchung verwendeten Operationalisierung zusammen; eigene Darstellung.

Anlage 10: Einzelauswertung der Responsivität deutscher TV-Duelle

Wähleragenda Hamburg 1997			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	43,87	35,5	8,4	45,7	1,8	17,5	26,4	53,8	10,0	35,5	8,4
2	Innere Sicherheit	35,87	43,6	7,8	37,1	1,3	55,0	19,1	30,8	5,1	45,2	9,3
3	Sozialpolitik	7,49	2,7	4,8	4,3	3,2		7,5	5,1	2,4	3,2	4,3
4	Finanzpolitik	4,37	6,4	2,0	2,9	1,5	12,5	8,1	5,1	0,8		4,4
5	Infrastruktur	3,05	0,9	2,1	1,4	1,6		3,0	2,6	0,5		3,0
6	Wirtschaftspolitik	2,28	7,3	5,0	7,1	4,9	7,5	5,2		2,3	16,1	13,9
7	Umweltpolitik	1,82		1,8		1,8		1,8		1,8		1,8
8	Bildungspolitik	1,17	0,9	0,3	1,4	0,3		1,2	2,6	1,4		1,2
9	Ostdeutschland	0,09		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz		100,00	97,3	3,6	100,0	1,8	92,5	8,1	100,0	2,7	100,0	5,1
Differenz Kand.-Mod.				6,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	51,54	35,5	16,1	45,7	5,8	17,5	34,0	53,8	2,3	35,5	16,1
2	Innere Sicherheit	30,71	43,6	12,9	37,1	6,4	55,0	24,3	30,8	0,1	45,2	14,4
3	Sozialpolitik	6,36	2,7	3,6	4,3	2,1		6,4	5,1	1,2	3,2	3,1
4	Finanzpolitik	3,31	6,4	3,1	2,9	0,5	12,5	9,2	5,1	1,8		3,3
5	Infrastruktur	2,71	0,9	1,8	1,4	1,3		2,7	2,6	0,1		2,7
6	Umweltpolitik	2,43		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
7	Wirtschaftspolitik	1,61	7,3	5,7	7,1	5,5	7,5	5,9		1,6	16,1	14,5
8	Bildungspolitik	1,32	0,9	0,4	1,4	0,1		1,3	2,6	1,2		1,3
9												
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz Lager Herausforderer		100,00	97,3	5,7	100,0	3,0	92,5	10,8	100,0	1,4	100,0	7,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Innere Sicherheit	46,41	43,6	2,8	37,1	9,3	55,0	8,6	30,8	15,6	45,2	1,3
2	Arbeitsmarktpolitik	33,35	35,5	2,1	45,7	12,4	17,5	15,8	53,8	20,5	35,5	2,1
3	Finanzpolitik	7,79	6,4	1,4	2,9	4,9	12,5	4,7	5,1	2,7		7,8
4	Wirtschaftspolitik	5,04	7,3	2,2	7,1	2,1	7,5	2,5		5,0	16,1	11,1
5	Sozialpolitik	4,19	2,7	1,5	4,3	0,1		4,2	5,1	0,9	3,2	1,0
6	Infrastruktur	1,43	0,9	0,5	1,4	0,0		1,4	2,6	1,1		1,4
7	Bildungspolitik	0,82	0,9	0,1	1,4	0,6		0,8	2,6	1,7		0,8
8	Umweltpolitik	0,58		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6
9	Ostdeutschland	0,38		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz Lager Herausforderer		100,00	97,3	1,3	100,0	3,4	92,5	4,3	100,0	5,4	100,0	2,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	42,50	35,5	7,0	45,7	3,2	17,5	25,0	53,8	11,3	35,5	7,0
2	Innere Sicherheit	34,74	43,6	8,9	37,1	2,4	55,0	20,3	30,8	4,0	45,2	10,4
3	Sozialpolitik	10,54	2,7	7,8	4,3	6,3		10,5	5,1	5,4	3,2	7,3
4	Infrastruktur	4,33	0,9	3,4	1,4	2,9		4,3	2,6	1,8		4,3
5	Finanzpolitik	3,39	6,4	3,0	2,9	0,5	12,5	9,1	5,1	1,7		3,4
6	Umweltpolitik	1,96		2,0		2,0		2,0		2,0		2,0
7	Wirtschaftspolitik	1,30	7,3	6,0	7,1	5,8	7,5	6,2		1,3	16,1	14,8
8	Bildungspolitik	1,24	0,9	0,3	1,4	0,2		1,2	2,6	1,3		1,2
9												
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz Lager Unentschiedene/Andere		100,00	97,3	4,8	100,0	2,9	92,5	9,8	100,0	3,6	100,0	6,3

Wähleragenda Niedersachsen 1998			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	82,69	20,2	62,5	21,1	61,6	14,3	68,4	22,2	60,5	20,0	62,7
2	Bildungspolitik	5,12	0,9	4,2	1,1	4,1		5,1		5,1	2,0	3,1
3	Innere Sicherheit	3,32	9,2	5,9	7,4	4,1	21,4	18,1	6,7	3,3	8,0	4,7
4	Sozialpolitik	2,57	6,4	3,9	7,4	4,8		2,6	13,3	10,8	2,0	0,6
5	Umweltpolitik	2,16		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
6	Finanzpolitik	1,92	29,4	27,4	27,4	25,4	42,9	40,9	22,2	20,3	32,0	30,1
7	Wirtschaftspolitik	1,09	32,1	31,0	33,7	32,6	21,4	20,3	31,1	30,0	36,0	34,9
8	Infrastruktur	0,86		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
9	Ostdeutschland	0,16	0,9	0,8	1,1	0,9		0,2	2,2	2,1		0,2
10	Internationale Beziehungen	0,12		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,0	98,2	13,9	98,9	13,7	100,0	15,9	97,8	13,5	100,0	13,9
Differenz Kand.-Mod.				2,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,54	20,2	65,4	21,1	64,5	14,3	71,3	22,2	63,3	20,0	65,5
2	Bildungspolitik	5,47	0,9	4,6	1,1	4,4		5,5		5,5	2,0	3,5
3	Umweltpolitik	2,53		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
4	Innere Sicherheit	1,56	9,2	7,6	7,4	5,8	21,4	19,9	6,7	5,1	8,0	6,4
5	Wirtschaftspolitik	1,32	32,1	30,8	33,7	32,4	21,4	20,1	31,1	29,8	36,0	34,7
6	Finanzpolitik	1,30	29,4	28,1	27,4	26,1	42,9	41,6	22,2	20,9	32,0	30,7
7	Sozialpolitik	1,15	6,4	5,3	7,4	6,2		1,1	13,3	12,2	2,0	0,9
8	Infrastruktur	0,93		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
9	Internationale Beziehungen	0,19		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,0	98,2	16,1	97,9	15,9	100,0	18,1	95,6	15,6	100,0	16,1
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	83,14	20,2	63,0	21,1	62,1	14,3	68,9	22,2	60,9	20,0	63,1
2	Innere Sicherheit	4,25	9,2	4,9	7,4	3,1	21,4	17,2	6,7	2,4	8,0	3,8
3	Bildungspolitik	3,93	0,9	3,0	1,1	2,9		3,9		3,9	2,0	1,9
4	Finanzpolitik	2,73	29,4	26,6	27,4	24,6	42,9	40,1	22,2	19,5	32,0	29,3
5	Sozialpolitik	2,33	6,4	4,1	7,4	5,0		2,3	13,3	11,0	2,0	0,3
6	Umweltpolitik	1,40		1,4		1,4		1,4		1,4		1,4
7	Infrastruktur	1,15		1,1		1,1		1,1		1,1		1,1
8	Wirtschaftspolitik	1,06	32,1	31,0	33,7	32,6	21,4	20,4	31,1	30,0	36,0	34,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,0	98,2	16,9	97,9	16,6	100,0	19,4	95,6	16,3	100,0	17,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	78,57	20,2	58,4	21,1	57,5	14,3	64,3	22,2	56,3	20,0	58,6
2	Bildungspolitik	5,76	0,9	4,8	1,1	4,7		5,8		5,8	2,0	3,8
3	Innere Sicherheit	4,72	9,2	4,5	7,4	2,6	21,4	16,7	6,7	1,9	8,0	3,3
4	Sozialpolitik	4,63	6,4	1,8	7,4	2,7		4,6	13,3	8,7	2,0	2,6
5	Umweltpolitik	2,37		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
6	Finanzpolitik	1,97	29,4	27,4	27,4	25,4	42,9	40,9	22,2	20,3	32,0	30,0
7	Wirtschaftspolitik	0,82	32,1	31,3	33,7	32,9	21,4	20,6	31,1	30,3	36,0	35,2
8	Ostdeutschland	0,52	0,9	0,4	1,1	0,5		0,5	2,2	1,7		0,5
9	Infrastruktur	0,50		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
10	Internationale Beziehungen	0,14		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy-		100,0	99,1	13,2	98,9	12,9	100,0	15,6	97,8	12,8	100,0	13,7

Wähleragenda Schleswig-Holstein 2000			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	59,30	2,6	56,7	3,3	56,0		18,9	4,4	54,9	2,2	57,1
2	Bildungspolitik	11,85	33,3	21,5	34,1	22,2	30,8	18,9	31,1	19,3	37,0	25,1
3	Infrastruktur	10,03	20,5	10,5	19,8	9,8	23,1	13,0	24,4	14,4	15,2	5,2
4	Umweltpolitik	5,65	3,4	2,2	3,3	2,4	3,8	1,8	4,4	1,2	2,2	3,5
5	Sozialpolitik	5,44		5,4		5,4		5,4		5,4		5,4
6	Wirtschaftspolitik	3,81	13,7	9,9	11,0	7,2	23,1	19,3	11,1	7,3	10,9	7,1
7	Innere Sicherheit	2,15		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
8	Finanzpolitik	1,72	23,1	21,4	24,2	22,5	19,2	17,5	22,2	20,5	26,1	24,4
9	Ostdeutschland	0,05										
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,6	16,2	95,6	15,9	100,0	12,1	97,8	15,6	93,5	16,2
Differenz Kand.-Mod.				3,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	60,86	2,6	58,3	3,3	57,6		60,9	4,4	56,4	2,2	58,7
2	Bildungspolitik	11,25	33,3	22,1	34,1	22,8	30,8	19,5	31,1	19,9	37,0	25,7
3	Infrastruktur	8,46	20,5	12,1	19,8	11,3	23,1	14,6	24,4	16,0	15,2	6,8
4	Sozialpolitik	6,58		6,6		6,6		6,6		6,6		6,6
5	Umweltpolitik	6,44	3,4	3,0	3,3	3,1	3,8	2,6	4,4	2,0	2,2	4,3
6	Innere Sicherheit	2,53		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
7	Wirtschaftspolitik	2,32	13,7	11,4	11,0	8,7	23,1	20,8	11,1	8,8	10,9	8,6
8	Finanzpolitik	1,43	23,1	21,6	24,2	22,7	19,2	17,8	22,2	20,8	26,1	24,7
9	Ostdeutschland	0,13		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,6	15,3	95,6	15,1	100,0	16,2	97,8	14,8	93,5	15,3
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	55,64	2,6	53,1	3,3	52,3		55,6	4,4	51,2	2,2	53,5
2	Bildungspolitik	13,20	33,3	20,1	34,1	20,9	30,8	17,6	31,1	17,9	37,0	23,8
3	Infrastruktur	12,39	20,5	8,1	19,8	7,4	23,1	10,7	24,4	12,1	15,2	2,8
4	Umweltpolitik	5,30	3,4	1,9	3,3	2,0	3,8	1,5	4,4	0,9	2,2	3,1
5	Wirtschaftspolitik	5,02	13,7	8,7	11,0	6,0	23,1	18,1	11,1	6,1	10,9	5,9
6	Sozialpolitik	3,90		3,9		3,9		3,9		3,9		3,9
7	Innere Sicherheit	2,31		2,3		2,3		2,3		2,3		2,3
8	Finanzpolitik	2,24	23,1	20,8	24,2	21,9	19,2	17,0	22,2	20,0	26,1	23,8
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,6	14,9	95,6	14,6	100,0	15,8	97,8	14,3	93,5	14,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	60,98	2,6	58,4	3,3	57,7		61,0	4,4	56,5	2,2	58,8
2	Bildungspolitik	11,26	33,3	22,1	34,1	22,8	30,8	19,5	31,1	19,9	37,0	25,7
3	Infrastruktur	9,67	20,5	10,8	19,8	10,1	23,1	13,4	24,4	14,8	15,2	5,5
4	Sozialpolitik	5,51		5,5		5,5		5,5		5,5		5,5
5	Umweltpolitik	5,02	3,4	1,6	3,3	1,7	3,8	1,2	4,4	0,6	2,2	2,8
6	Wirtschaftspolitik	4,49	13,7	9,2	11,0	6,5	23,1	18,6	11,1	6,6	10,9	6,4
7	Finanzpolitik	1,55	23,1	21,5	24,2	22,6	19,2	17,7	22,2	20,7	26,1	24,5
8	Innere Sicherheit	1,51		1,5		1,5		1,5		1,5		1,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,6	16,3	95,6	16,1	100,0	17,3	97,8	15,8	93,5	16,4

Wähleragenda Baden-Württemberg 2001			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	33,29	6,2	27,1	6,8	26,5	2,4	30,9	4,6	28,7	9,3	24,0
2	Arbeitsmarktpolitik	21,75	4,1	17,6	4,0	17,7	4,8	17,0	4,6	17,2	3,4	18,4
3	Infrastruktur	15,13	44,3	29,2	44,2	29,0	45,2	30,1	45,0	29,9	43,2	28,1
4	Innere Sicherheit	9,83	9,6	0,2	9,2	0,6	11,9	2,1	7,6	2,2	11,0	1,2
5	Finanzpolitik	5,63	1,7	3,9	1,2	4,4	4,8	0,9	1,5	4,1	0,8	4,8
6	Ostdeutschland	5,42		5,4		5,4		5,4		5,4		5,4
7	Umweltpolitik	3,31		3,3		3,3		3,3		3,3		3,3
8	Bildungspolitik	3,04	27,1	24,1	28,5	25,5	19,0	16,0	29,0	26,0	28,0	24,9
9	Wirtschaftspolitik	2,60	6,5	3,9	5,6	3,0	11,9	9,3	6,9	4,3	4,2	1,6
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,1	12,8	99,6	12,8	100,0	12,8	99,2	13,5	100,0	12,4
Differenz Kand.-Mod.				0,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	35,40	6,2	29,2	6,8	28,6	2,4	33,0	4,6	30,8	9,3	26,1
2	Arbeitsmarktpolitik	22,15	4,1	18,0	4,0	18,1	4,8	17,4	4,6	17,6	3,4	18,8
3	Infrastruktur	18,13	44,3	26,2	44,2	26,0	45,2	27,1	45,0	26,9	43,2	25,1
4	Innere Sicherheit	9,30	9,6	0,3	9,2	0,1	11,9	2,6	7,6	1,7	11,0	1,7
5	Finanzpolitik	5,19	1,7	3,5	1,2	4,0	4,8	0,4	1,5	3,7	0,8	4,3
6	Wirtschaftspolitik	4,04	6,5	2,5	5,6	1,6	11,9	7,9	6,9	2,8	4,2	0,2
7	Ostdeutschland	2,95		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0
8	Umweltpolitik	2,83		2,8		2,8		2,8		2,8		2,8
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	72,5	10,7	71,1	10,5	81,0	11,8	70,2	11,2	72,0	10,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	34,07	6,2	27,9	6,8	27,2	2,4	31,7	4,6	29,5	9,3	24,8
2	Arbeitsmarktpolitik	21,13	4,1	17,0	4,0	17,1	4,8	16,4	4,6	16,5	3,4	17,7
3	Infrastruktur	11,04	44,3	33,3	44,2	33,1	45,2	34,2	45,0	34,0	43,2	32,2
4	Bildungspolitik	10,98	27,1	16,2	28,5	17,5	19,0	8,1	29,0	18,0	28,0	17,0
5	Innere Sicherheit	8,76	9,6	0,9	9,2	0,5	11,9	3,1	7,6	1,1	11,0	2,3
6	Ostdeutschland	6,54		6,5		6,5		6,5		6,5		6,5
7	Wirtschaftspolitik	5,62	6,5	0,9	5,6	0,0	11,9	6,3	6,9	1,2	4,2	1,4
8	Finanzpolitik	1,84	1,7	0,1	1,2	0,6	4,8	2,9	1,5	0,3	0,8	1,0
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	12,8	99,6	12,8	100,0	13,7	99,2	13,4	100,0	12,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	31,66	6,2	25,5	6,8	24,8	2,4	29,3	4,6	27,1	9,3	22,3
2	Arbeitsmarktpolitik	21,89	4,1	17,8	4,0	17,9	4,8	17,1	4,6	17,3	3,4	18,5
3	Infrastruktur	15,91	44,3	28,4	44,2	28,3	45,2	29,3	45,0	29,1	43,2	27,3
4	Innere Sicherheit	10,77	9,6	1,1	9,2	1,5	11,9	1,1	7,6	3,1	11,0	0,3
5	Finanzpolitik	8,13	1,7	6,4	1,2	6,9	4,8	3,4	1,5	6,6	0,8	7,3
6	Ostdeutschland	6,10		6,1		6,1		6,1		6,1		6,1
7	Umweltpolitik	5,54		5,5		5,5		5,5		5,5		5,5
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	66,0	13,0	65,5	13,0	69,0	13,1	63,4	13,6	67,8	12,5

Wähleragenda Bundestag 2002, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	55,09	21,8	33,3	19,5	35,6	30,8	24,3	22,2	32,9	16,9	38,2
2	Umweltpolitik	26,70	8,0	18,7	6,7	20,0	12,8	13,9	4,2	22,5	9,1	17,6
3	Wirtschaftspolitik	8,51	5,9	2,7	7,4	1,1		8,5	8,3	0,2	6,5	2,0
4	Sozialpolitik	2,87	13,3	10,4	14,1	11,2	10,3	7,4	15,3	12,4	13,0	10,1
5	Ostdeutschland	1,97	0,5	1,4	0,7	1,3		2,0		2,0	1,3	0,7
6	Finanzpolitik	1,87	27,7	25,8	31,5	29,7	12,8	11,0	31,9	30,1	31,2	29,3
7	Innere Sicherheit	1,51				1,5		1,5		1,5		1,5
8	Bildungspolitik	1,17				1,2		1,2		1,2		1,2
9	Internationale Beziehungen	0,26	13,8	13,6	14,1	13,8	12,8	12,6	12,5	12,2	15,6	15,3
10	Infrastruktur	0,05	3,7	3,7	3,4	3,3	5,1	5,1	2,8	2,7	3,9	3,8
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,1	13,7	97,3	11,9	84,6	8,7	97,2	11,8	97,4	12,0
Differenz Kand.-Mod.				3,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	55,42	21,8	33,6	19,5	36,0	30,8	24,6	22,2	33,2	16,9	38,5
2	Umweltpolitik	29,98	8,0	22,0	6,7	23,3	12,8	17,2	4,2	25,8	9,1	20,9
3	Wirtschaftspolitik	7,80	5,9	2,0	7,4	0,4		7,8	8,3	0,5	6,5	1,3
4	Sozialpolitik	2,47	13,3	10,8	14,1	11,6	10,3	7,8	15,3	12,8	13,0	10,5
5	Ostdeutschland	1,33	0,5	0,8	0,7	0,7		1,3		1,3	1,3	0,0
6	Innere Sicherheit	1,17		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
7	Bildungspolitik	1,03		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Finanzpolitik	0,53	27,7	27,1	31,5	31,0	12,8	12,3	31,9	31,4	31,2	30,6
9	Internationale Beziehungen	0,28	13,8	13,6	14,1	13,8	12,8	12,5	12,5	12,2	15,6	15,3
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,1	12,5	94,0	13,2	79,5	9,5	94,4	13,3	93,5	13,3
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	57,86	21,8	36,1	19,5	38,4	30,8	27,1	22,2	35,6	16,9	41,0
2	Umweltpolitik	20,19	8,0	12,2	6,7	13,5	12,8	7,4	4,2	16,0	9,1	11,1
3	Wirtschaftspolitik	10,82	5,9	5,0	7,4	3,4		10,8	8,3	2,5	6,5	4,3
4	Ostdeutschland	3,39	0,5	2,9	0,7	2,7		3,4		3,4	1,3	2,1
5	Sozialpolitik	2,92	13,3	10,4	14,1	11,2	10,3	7,3	15,3	12,4	13,0	10,1
6	Finanzpolitik	2,64	27,7	25,0	31,5	28,9	12,8	10,2	31,9	29,3	31,2	28,5
7	Bildungspolitik	1,01		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Innere Sicherheit	0,82		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
9	Infrastruktur	0,17	3,7	3,6	3,4	3,2	5,1	5,0	2,8	2,6	3,9	3,7
10	Internationale Beziehungen	0,17	13,8	13,7	14,1	13,9	12,8	12,7	12,5	12,3	15,6	15,4
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,1	11,1	97,3	11,7	84,6	8,6	97,2	11,6	97,4	11,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	54,18	21,8	32,4	19,5	34,7	30,8	23,4	22,2	32,0	16,9	37,3
2	Umweltpolitik	27,14	8,0	19,2	6,7	20,4	12,8	14,3	4,2	23,0	9,1	18,1
3	Wirtschaftspolitik	7,71	5,9	1,9	7,4	0,3		7,7	8,3	0,6	6,5	1,2
4	Sozialpolitik	3,15	13,3	10,1	14,1	10,9	10,3	7,1	15,3	12,1	13,0	9,8
5	Finanzpolitik	2,42	27,7	25,2	31,5	29,1	12,8	10,4	31,9	29,5	31,2	28,7
6	Innere Sicherheit	2,16		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
7	Bildungspolitik	1,58		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
8	Ostdeutschland	1,31	0,5	0,8	0,7	0,6		1,3		1,3	1,3	0,0
9	Internationale Beziehungen	0,35	13,8	13,5	14,1	13,7	12,8	12,5	12,5	12,2	15,6	15,2
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,1	11,9	94,0	12,6	79,5	8,9	94,4	12,7	93,5	12,7

Bundestagswahl 2002, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	55,09	23,3	31,8	25,8	29,3	10,5	44,6	27,8	27,3	23,8	31,3
2	Umweltpolitik	26,70		26,7		26,7		26,7		26,7		26,7
3	Wirtschaftspolitik	8,51	8,1	0,5	7,1	1,4		8,5	6,2	2,3	7,9	0,6
4	Sozialpolitik	2,87	14,4	11,5	13,1	10,3	21,1	18,2	18,6	15,7	7,9	5,1
5	Ostdeutschland	1,97	0,4	1,5	0,5	1,5		2,0				2,0
6	Finanzpolitik	1,87	5,1	3,2	5,6	3,7	2,6	0,8	4,1	2,3	6,9	5,1
7	Innere Sicherheit	1,51		1,5		1,5		1,5		1,5		1,5
8	Bildungspolitik	1,17		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
9	Internationale Beziehungen	0,26	15,7	15,4	15,7	15,4	15,8	15,5	14,4	14,2	16,8	16,6
10	Infrastruktur	0,05		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Gesamtdifferenz		100,00	66,9	9,3	67,7	9,1	50,0	11,9	71,1	10,1	63,4	9,0
Differenz Kand.-Mod.				2,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	55,42	23,3	32,1	25,8	29,7	10,5	44,9	27,8	27,6	23,8	31,7
2	Umweltpolitik	29,98		30,0		30,0		30,0		30,0		30,0
3	Wirtschaftspolitik	7,80	8,1	0,2	7,1	0,7		7,8	6,2	1,6	7,9	0,1
4	Sozialpolitik	2,47	14,4	11,9	13,1	10,7	21,1	18,6	18,6	16,1	7,9	5,5
5	Ostdeutschland	1,33	0,4	0,9	0,5	0,8		1,3		1,3		1,3
6	Innere Sicherheit	1,17		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
7	Bildungspolitik	1,03		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Finanzpolitik	0,53	5,1	4,6	5,6	5,0	2,6	2,1	4,1	3,6	6,9	6,4
9	Internationale Beziehungen	0,28	15,7	15,4	15,7	15,4	15,8	15,5	14,4	14,2	16,8	16,6
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz		100,00	66,9	10,8	67,7	10,5	50,0	13,6	71,1	10,7	63,4	10,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	57,86	23,3	34,6	25,8	32,1	10,5	47,3	27,8	30,0	23,8	34,1
2	Umweltpolitik	20,19		20,2		20,2		20,2		20,2		20,2
3	Wirtschaftspolitik	10,82	8,1	2,8	7,1	3,7		10,8	6,2	4,6	7,9	2,9
4	Ostdeutschland	3,39	0,4	3,0	0,5	2,9		3,4		3,4		3,4
5	Sozialpolitik	2,92	14,4	11,5	13,1	10,2	21,1	18,1	18,6	15,6	7,9	5,0
6	Finanzpolitik	2,64	5,1	2,4	5,6	2,9	2,6	0,0	4,1	1,5	6,9	4,3
7	Bildungspolitik	1,01		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Innere Sicherheit	0,82		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
9	Infrastruktur	0,17		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Internationale Beziehungen	0,17	15,7	15,5	15,7	15,5	15,8	15,6	14,4	14,3	16,8	16,7
11												
12												
Gesamtdifferenz		100,00	66,9	9,2	67,7	9,0	50,0	11,8	71,1	9,2	63,4	8,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	54,18	23,3	30,9	25,8	28,4	10,5	43,6	27,8	26,3	23,8	30,4
2	Umweltpolitik	27,14		27,1		27,1		27,1		27,1		27,1
3	Wirtschaftspolitik	7,71	8,1	0,3	7,1	0,6		7,7	6,2	1,5	7,9	0,2
4	Sozialpolitik	3,15	14,4	11,3	13,1	10,0	21,1	17,9	18,6	15,4	7,9	4,8
5	Finanzpolitik	2,42	5,1	2,7	5,6	3,1	2,6	0,2	4,1	1,7	6,9	4,5
6	Innere Sicherheit	2,16		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
7	Bildungspolitik	1,58		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
8	Ostdeutschland	1,31	0,4	0,9	0,5	0,8		1,3		1,3		1,3
9	Internationale Beziehungen	0,35	15,7	15,3	15,7	15,3	15,8	15,4	14,4	14,1	16,8	16,5
10												
11												
12												
Gesamtdifferenz		100,00	66,9	10,2	67,7	9,9	50,0	13,0	71,1	10,1	63,4	9,8

Wähleragenda Mecklenburg-Vorpommern 2002			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	90,22	12,1	78,1	10,0	80,2	22,0	68,3	13,9	76,4	5,6	84,6
2	Wirtschaftspolitik	4,11	28,6	24,5	33,2	29,0	7,3	3,2	33,7	29,6	32,6	28,5
3	Ostdeutschland	2,12	12,1	10,0	10,0	7,9	22,0	19,8	6,9	4,8	13,5	11,4
4	Bildungspolitik	1,00	25,1	24,1	23,7	22,7	31,7	30,7	19,8	18,8	28,1	27,1
5	Infrastruktur	0,69	7,8	7,1	9,5	8,8		0,7	12,9	12,2	5,6	4,9
6	Sozialpolitik	0,66	1,7	1,1	1,6	0,9	2,4	1,8	3,0	2,3		0,7
7	Innere Sicherheit	0,45		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
8	Verteidigungspolitik	0,32		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9	Internationale Beziehungen	0,21	8,2	8,0	7,9	7,7	9,8	9,5	7,9	7,7	7,9	7,7
10	Umweltpolitik	0,12	0,9	0,7	1,1	0,9		0,1	1,0	0,9	1,1	1,0
11	Finanzpolitik	0,10	1,3	1,2	1,6	1,5		0,1		0,1	3,4	3,3
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	87,4	14,1	98,4	14,6	95,1	12,3	99,0	14,0	97,8	15,4
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	92,87	12,1	80,7	10,0	82,9	22,0	70,9	13,9	79,0	5,6	87,3
2	Wirtschaftspolitik	2,07	28,6	26,5	33,2	31,1	7,3	5,3	33,7	31,6	32,6	30,5
3	Ostdeutschland	1,75	12,1	10,4	10,0	8,2	22,0	20,2	6,9	5,2	13,5	11,7
4	Sozialpolitik	0,90	1,7	0,8	1,6	0,7	2,4	1,5	3,0	2,1		0,9
5	Bildungspolitik	0,73	25,1	24,4	23,7	23,0	31,7	31,0	19,8	19,1	28,1	27,4
6	Verteidigungspolitik	0,67		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
7	Internationale Beziehungen	0,35	8,2	7,9	7,9	7,5	9,8	9,4	7,9	7,6	7,9	7,5
8	Infrastruktur	0,26	7,8	7,5	9,5	9,2		0,3	12,9	12,6	5,6	5,4
9	Innere Sicherheit	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Umweltpolitik	0,20	0,9	0,7	1,1	0,9		0,2	1,0	0,8	1,1	0,9
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	95,7	16,0	96,8	16,4	95,1	14,0	99,0	15,9	94,4	17,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	89,44	12,1	77,3	10,0	79,4	22,0	67,5	13,9	75,6	5,6	83,8
2	Wirtschaftspolitik	5,92	28,6	22,7	33,2	27,2	7,3	1,4	33,7	27,7	32,6	26,7
3	Ostdeutschland	2,82	12,1	9,3	10,0	7,2	22,0	19,1	6,9	4,1	13,5	10,7
4	Bildungspolitik	0,72	25,1	24,4	23,7	23,0	31,7	31,0	19,8	19,1	28,1	27,4
5	Innere Sicherheit	0,44		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
6	Infrastruktur	0,35	7,8	7,4	9,5	9,1		0,3	12,9	12,5	5,6	5,3
7	Sozialpolitik	0,31	1,7	1,4	1,6	1,3	2,4	2,1	3,0	2,7		0,3
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	87,4	20,4	87,9	21,1	85,4	17,4	90,1	20,3	85,4	22,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	88,21	12,1	76,1	10,0	78,2	22,0	66,3	13,9	74,4	5,6	82,6
2	Wirtschaftspolitik	4,99	28,6	23,6	33,2	28,2	7,3	2,3	33,7	28,7	32,6	27,6
3	Ostdeutschland	2,07	12,1	10,0	10,0	7,9	22,0	19,9	6,9	4,9	13,5	11,4
4	Bildungspolitik	1,39	25,1	23,7	23,7	22,3	31,7	30,3	19,8	18,4	28,1	26,7
5	Infrastruktur	1,29	7,8	6,5	9,5	8,2		1,3	12,9	11,6	5,6	4,3
6	Innere Sicherheit	0,68		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
7	Sozialpolitik	0,64	1,7	1,1	1,6	0,9	2,4	1,8	3,0	2,3		0,6
8	Finanzpolitik	0,24	1,3	1,1	1,6	1,3		0,2		0,2	3,4	3,1
9	Internationale Beziehungen	0,19	8,2	8,0	7,9	7,7	9,8	9,6	7,9	7,7	7,9	7,7
10	Verteidigungspolitik	0,18		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11	Umweltpolitik	0,11	0,9	0,8	1,1	0,9		0,1	1,0	0,9	1,1	1,0
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,7	13,8	98,4	14,2	95,1	12,1	99,0	13,6	97,8	15,1

Wähleragenda Niedersachsen 2003, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	62,99	12,9	50,1	14,8	48,2	6,8	56,2	16,9	46,1	13,0	50,0
2	Bildungspolitik	13,75	0,5	13,2		13,8	2,3	11,5		13,8		13,8
3	Wirtschaftspolitik	9,17	18,3	9,1	16,2	7,0	25,0	15,8	12,3	3,1	19,5	10,3
4	Finanzpolitik	7,12	23,7	16,5	21,1	14,0	31,8	24,7	24,6	17,5	18,2	11,1
5	Sozialpolitik	3,62	10,2	6,6	12,7	9,1	2,3	1,3	15,4	11,8	10,4	6,8
6	Infrastruktur	1,43	1,6	0,2	2,1	0,7		1,4		1,4	3,9	2,5
7	Innere Sicherheit	1,00		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Internationale Beziehungen	0,92	22,6	21,7	21,8	20,9	25,0	24,1	16,9	16,0	26,0	25,1
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,8	14,8	88,7	14,3	93,2	17,0	86,2	13,8	90,9	15,1
Differenz Kand.-Mod.				2,7								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	63,61	12,9	50,7	14,8	48,8	6,8	56,8	16,9	46,7	13,0	50,6
2	Bildungspolitik	14,48	0,5	13,9		14,5	2,3	12,2		14,5		14,5
3	Wirtschaftspolitik	7,76	18,3	10,5	16,2	8,4	25,0	17,2	12,3	4,5	19,5	11,7
4	Finanzpolitik	7,68	23,7	16,0	21,1	13,4	31,8	24,1	24,6	16,9	18,2	10,5
5	Sozialpolitik	3,70	10,2	6,5	12,7	9,0	2,3	1,4	15,4	11,7	10,4	6,7
6	Infrastruktur	1,10	1,6	0,5	2,1	1,0		1,1		1,1	3,9	2,8
7	Innere Sicherheit	0,87		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
8	Internationale Beziehungen	0,79	22,6	21,8	21,8	21,0	25,0	24,2	16,9	16,1	26,0	25,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,8	15,1	88,7	14,6	93,2	17,2	86,2	14,1	90,9	15,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	60,85	12,9	47,9	14,8	46,1	6,8	54,0	16,9	43,9	13,0	47,9
2	Bildungspolitik	14,21	0,5	13,7		14,2	2,3	11,9		14,2		14,2
3	Wirtschaftspolitik	10,34	18,3	7,9	16,2	5,9	25,0	14,7	12,3	2,0	19,5	9,1
4	Finanzpolitik	8,40	23,7	15,3	21,1	12,7	31,8	23,4	24,6	16,2	18,2	9,8
5	Sozialpolitik	2,58	10,2	7,6	12,7	10,1	2,3	0,3	15,4	12,8	10,4	7,8
6	Innere Sicherheit	1,78		1,8		1,8		1,8		1,8		1,8
7	Infrastruktur	1,14	1,6	0,5	2,1	1,0		1,1		1,1	3,9	2,8
8	Internationale Beziehungen	0,70	22,6	21,9	21,8	21,1	25,0	24,3	16,9	16,2	26,0	25,3
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,8	14,6	88,7	14,1	93,2	16,4	86,2	13,5	90,9	14,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	64,82	12,9	51,9	14,8	50,0	6,8	58,0	16,9	47,9	13,0	51,8
2	Bildungspolitik	12,31	0,5	11,8		12,3	2,3	10,0		12,3		12,3
3	Wirtschaftspolitik	9,48	18,3	8,8	16,2	6,7	25,0	15,5	12,3	2,8	19,5	10,0
4	Finanzpolitik	4,87	23,7	18,8	21,1	16,3	31,8	27,0	24,6	19,7	18,2	13,3
5	Sozialpolitik	4,78	10,2	5,4	12,7	7,9	2,3	2,5	15,4	10,6	10,4	5,6
6	Infrastruktur	2,18	1,6	0,6	2,1	0,1		2,2		2,2	3,9	1,7
7	Internationale Beziehungen	1,35	22,6	21,2	21,8	20,5	25,0	23,6	16,9	15,6	26,0	24,6
8	Innere Sicherheit	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,8	14,8	88,7	14,2	93,2	17,4	86,2	13,9	90,9	15,0

Wähleragenda Niedersachsen 2003, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	62,99	16,0	47,0	16,4	46,6	15,3	47,7	22,4	40,6	11,4	51,6
2	Bildungspolitik	13,75	25,5	11,7	24,2	10,5	27,8	14,0	22,4	8,7	25,7	12,0
3	Wirtschaftspolitik	9,17	19,5	10,3	24,2	15,0	11,1	1,9	20,7	11,5	27,1	18,0
4	Finanzpolitik	7,12	25,0	17,9	23,4	16,3	27,8	20,7	19,0	11,8	27,1	20,0
5	Sozialpolitik	3,62	1,0	2,6	0,8	2,8	1,4	2,2	1,7	1,9		3,6
6	Infrastruktur	1,43	0,5	0,9	0,8	0,6		1,4		1,4	1,4	0,0
7	Innere Sicherheit	1,00	0,5	0,5	0,8	0,2		1,0		1,0	1,4	0,4
8	Internationale Beziehungen	0,92	8,0	7,1	7,0	6,1	9,7	8,8	13,8	12,9	1,4	0,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,0	12,3	97,7	12,3	93,1	12,2	100,0	11,2	95,7	13,3
Differenz Kand.-Mod.				0,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	63,61	16,0	47,6	16,4	47,2	15,3	48,3	22,4	41,2	11,4	52,2
2	Bildungspolitik	14,48	25,5	11,0	24,2	9,7	27,8	13,3	22,4	7,9	25,7	11,2
3	Wirtschaftspolitik	7,76	19,5	11,7	24,2	16,5	11,1	3,3	20,7	12,9	27,1	19,4
4	Finanzpolitik	7,68	25,0	17,3	23,4	15,8	27,8	20,1	19,0	11,3	27,1	19,5
5	Sozialpolitik	3,70	1,0	2,7	0,8	2,9	1,4	2,3	1,7	2,0		3,7
6	Infrastruktur	1,10	0,5	0,6	0,8	0,3		1,1		1,1	1,4	0,3
7	Innere Sicherheit	0,87	0,5	0,4	0,8	0,1		0,9		0,9	1,4	0,6
8	Internationale Beziehungen	0,79	8,0	7,2	7,0	6,2	9,7	8,9	13,8	13,0	1,4	0,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,0	12,3	97,7	12,3	93,1	12,3	100,0	11,3	95,7	13,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	60,85	16,0	44,8	16,4	44,4	15,3	45,6	22,4	38,4	11,4	49,4
2	Bildungspolitik	14,21	25,5	11,3	24,2	10,0	27,8	13,6	22,4	8,2	25,7	11,5
3	Wirtschaftspolitik	10,34	19,5	9,2	24,2	13,9	11,1	0,8	20,7	10,3	27,1	16,8
4	Finanzpolitik	8,40	25,0	16,6	23,4	15,0	27,8	19,4	19,0	10,6	27,1	18,7
5	Sozialpolitik	2,58	1,0	1,6	0,8	1,8	1,4	1,2	1,7	0,9		2,6
6	Innere Sicherheit	1,78	0,5	1,3	0,8	1,0		1,8		1,8	1,4	0,4
7	Infrastruktur	1,14	0,5	0,6	0,8	0,4		1,1		1,1	1,4	0,3
8	Internationale Beziehungen	0,70	8,0	7,3	7,0	6,3	9,7	9,0	13,8	13,1	1,4	0,7
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,0	11,6	97,7	11,6	93,1	11,6	100,0	10,6	95,7	12,6
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	64,82	16,0	48,8	16,4	48,4	15,3	49,5	22,4	42,4	11,4	53,4
2	Bildungspolitik	12,31	25,5	13,2	24,2	11,9	27,8	15,5	22,4	10,1	25,7	13,4
3	Wirtschaftspolitik	9,48	19,5	10,0	24,2	14,7	11,1	1,6	20,7	11,2	27,1	17,7
4	Finanzpolitik	4,87	25,0	20,1	23,4	18,6	27,8	22,9	19,0	14,1	27,1	22,3
5	Sozialpolitik	4,78	1,0	3,8	0,8	4,0	1,4	3,4	1,7	3,1		4,8
6	Infrastruktur	2,18	0,5	1,7	0,8	1,4		2,2		2,2	1,4	0,8
7	Internationale Beziehungen	1,35	8,0	6,6	7,0	5,7	9,7	8,4	13,8	12,4	1,4	0,1
8	Innere Sicherheit	0,21	0,5	0,3	0,8	0,6		0,2		0,2	1,4	1,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,0	13,1	97,7	13,2	93,1	13,0	100,0	12,0	95,7	14,2

Wähleragenda Thüringen 2004			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	79,53	9,9	69,6	10,3	69,2	8,3	71,2	16,3	63,2	4,8	74,8	9,1	70,4
2	Infrastruktur	5,42	1,5	3,9	1,9	3,6		5,4		5,4	2,4	3,0	4,5	0,9
3	Wirtschaftspolitik	4,54	6,9	2,3	7,5	2,9	4,2	0,4	7,0	2,4	9,5	5,0	4,5	0,0
4	Sozialpolitik	3,53		3,5		3,5		3,5		3,5		3,5		3,5
5	Bildungspolitik	2,22	48,1	45,9	47,7	45,4	50,0	47,8	51,2	48,9	57,1	54,9	22,7	20,5
6	Ostdeutschland	2,08	26,0	23,9	25,2	23,2	29,2	27,1	20,9	18,9	16,7	14,6	50,0	47,9
7	Finanzpolitik	1,90	0,8	1,1	0,9	1,0		1,9		1,9	2,4	0,5		1,9
8	Internationale Beziehungen	0,32		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9	Verteidigungspolitik	0,26		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Innere Sicherheit	0,21	1,5	1,3	1,9	1,7		0,2	2,3	2,1		0,2	4,5	4,3
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,1	15,2	95,3	15,1	91,7	15,8	97,7	14,7	92,9	15,7	95,5	15,0
Differenz Kand.-Mod.				0,7										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	80,01	9,9	70,1	10,3	69,7	8,3	71,7	16,3	63,7	4,8	75,2	9,1	70,9
2	Wirtschaftspolitik	7,85	6,9	1,0	7,5	0,4	4,2	3,7	7,0	0,9	9,5	1,7	4,5	3,3
3	Infrastruktur	4,51	1,5	3,0	1,9	2,6		4,5		4,5	2,4	2,1	4,5	0,0
4	Ostdeutschland	3,18	26,0	22,8	25,2	22,1	29,2	26,0	20,9	17,8	16,7	13,5	50,0	46,8
5	Sozialpolitik	2,17		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
6	Finanzpolitik	1,11	0,8	0,3	0,9	0,2		1,1		1,1	2,4	1,3		1,1
7	Bildungspolitik	0,91	48,1	47,2	47,7	46,7	50,0	49,1	51,2	50,2	57,1	56,2	22,7	21,8
8	Verteidigungspolitik	0,26		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9														
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,1	18,3	93,5	18,0	91,7	19,8	95,3	17,6	92,9	19,1	90,9	18,3
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	76,30	9,9	66,4	10,3	66,0	8,3	68,0	16,3	60,0	4,8	71,5	9,1	67,2
2	Infrastruktur	7,36	1,5	5,8	1,9	5,5		7,4		7,4	2,4	5,0	4,5	2,8
3	Sozialpolitik	4,00		4,0		4,0		4,0		4,0		4,0		4,0
4	Bildungspolitik	4,00	48,1	44,1	47,7	43,7	50,0	46,0	51,2	47,2	57,1	53,1	22,7	18,7
5	Wirtschaftspolitik	2,75	6,9	4,1	7,5	4,7	4,2	1,4	7,0	4,2	9,5	6,8	4,5	1,8
6	Ostdeutschland	2,46	26,0	23,5	25,2	22,8	29,2	26,7	20,9	18,5	16,7	14,2	50,0	47,5
7	Finanzpolitik	1,59	0,8	0,8	0,9	0,7		1,6		1,6	2,4	0,8		1,6
8	Internationale Beziehungen	1,04		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
9	Verteidigungspolitik	0,49		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,1	16,7	93,5	16,5	91,7	17,4	95,3	16,0	92,9	17,4	90,9	16,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	79,94	9,9	70,0	10,3	69,7	8,3	71,6	16,3	63,7	4,8	75,2	9,1	70,8
2	Infrastruktur	5,70	1,5	4,2	1,9	3,8		5,7		5,7	2,4	3,3	4,5	1,2
3	Wirtschaftspolitik	4,26	6,9	2,6	7,5	3,2	4,2	0,1	7,0	2,7	9,5	5,3	4,5	0,3
4	Sozialpolitik	3,57		3,6		3,6		3,6		3,6		3,6		3,6
5	Finanzpolitik	2,54	0,8	1,8	0,9	1,6		2,5		2,5	2,4	0,2		2,5
6	Bildungspolitik	2,10	48,1	46,0	47,7	45,6	50,0	47,9	51,2	49,1	57,1	55,0	22,7	20,6
7	Ostdeutschland	0,97	26,0	25,0	25,2	24,3	29,2	28,2	20,9	20,0	16,7	15,7	50,0	49,0
8	Innere Sicherheit	0,46	1,5	1,1	1,9	1,4		0,5	2,3	1,9		0,5	4,5	4,1
9	Internationale Beziehungen	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Verteidigungspolitik	0,23		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	94,7	15,5	95,3	15,4	91,7	16,1	97,7	15,0	92,9	15,9	95,5	15,3
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	82,67	9,9	72,7	10,3	72,4	8,3	74,3	16,3	66,4	4,8	77,9	9,1	73,6
2	Sozialpolitik	5,54		5,5		5,5		5,5		5,5		5,5		5,5
3	Ostdeutschland	3,60	26,0	22,4	25,2	21,6	29,2	25,6	20,9	17,3	16,7	13,1	50,0	46,4
4	Infrastruktur	2,71	1,5	1,2	1,9	0,8		2,7		2,7	2,4	0,3	4,5	1,8
5	Bildungspolitik	2,34	48,1	45,8	47,7	45,3	50,0	47,7	51,2	48,8	57,1	54,8	22,7	20,4
6	Wirtschaftspolitik	1,64	6,9	5,2	7,5	5,8	4,2	2,5	7,0	5,3	9,5	7,9	4,5	2,9
7	Finanzpolitik	1,50	0,8	0,7	0,9	0,6		1,5		1,5	2,4	0,9		1,5
8														
9														
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz (%Punkte)			93,1	21,9	93,5	21,7	91,7	22,8	95,3	21,1	92,9	22,9	90,9	21,7

Wähleragenda Brandenburg 2004			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	90,02	9,6	80,4	10,7	79,3	6,7	83,3	10,7	79,3	9,8	80,2	11,7	78,3	
2	Sozialpolitik	3,05	6,3	3,3	5,2	2,2	9,2	6,2	8,6	5,5	4,2	1,2	2,9	0,1	
3	Wirtschaftspolitik	2,04	30,0	28,0	30,0	28,0	30,1	28,0	28,6	26,5	25,9	23,8	35,8	33,7	
4	Bildungspolitik	1,95	25,2	23,3	24,3	22,3	27,6	25,7	22,9	20,9	30,8	28,8	19,0	17,0	
5	Infrastruktur	0,91	3,9	3,0	5,2	4,3	0,6	0,3	5,0	4,1	8,4	7,5	2,2	1,3	
6	Innere Sicherheit	0,73	6,5	5,8	7,6	6,9	3,7	2,9	2,1	1,4	11,9	11,2	8,8	8,0	
7	Finanzpolitik	0,73	6,5	5,8	6,4	5,7	6,7	6,0	7,9	7,1	2,8	2,1	8,8	8,0	
8	Ostdeutschland	0,32	8,1	7,7	6,9	6,6	11,0	10,7	12,9	12,5	5,6	5,3	2,2	1,9	
9	Umweltpolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	96,2	17,5	96,4	17,3	95,7	18,1	98,6	17,5	99,3	17,8	91,2	16,5
Differenz Kand.-Mod.					0,9										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	91,31	9,6	81,7	10,7	80,6	6,7	84,6	10,7	80,6	9,8	81,5	11,7	79,6	
2	Wirtschaftspolitik	2,57	30,0	27,4	30,0	27,4	30,1	27,5	28,6	26,0	25,9	23,3	35,8	33,2	
3	Bildungspolitik	2,10	25,2	23,1	24,3	22,2	27,6	25,5	22,9	20,8	30,8	28,7	19,0	16,9	
4	Infrastruktur	1,12	3,9	2,8	5,2	4,1	0,6	0,5	5,0	3,9	8,4	7,3	2,2	1,1	
5	Innere Sicherheit	0,98	6,5	5,5	7,6	6,6	3,7	2,7	2,1	1,2	11,9	10,9	8,8	7,8	
6	Sozialpolitik	0,96	6,3	5,4	5,2	4,3	9,2	8,2	8,6	7,6	4,2	3,2	2,9	2,0	
7	Ostdeutschland	0,42	8,1	7,6	6,9	6,5	11,0	10,6	12,9	12,4	5,6	5,2	2,2	1,8	
8	Finanzpolitik	0,38	6,5	6,1	6,4	6,0	6,7	6,4	7,9	7,5	2,8	2,4	8,8	8,4	
9	Umweltpolitik	0,15		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	96,2	17,8	96,4	17,5	95,7	18,5	98,6	17,8	99,3	18,1	91,2	16,8
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	89,54	9,6	79,9	10,7	78,8	6,7	82,8	10,7	78,8	9,8	79,8	11,7	77,9	
2	Wirtschaftspolitik	3,34	30,0	26,7	30,0	26,7	30,1	26,7	28,6	25,2	25,9	22,5	35,8	32,4	
3	Sozialpolitik	2,07	6,3	4,3	5,2	3,2	9,2	7,1	8,6	6,5	4,2	2,1	2,9	0,9	
4	Innere Sicherheit	1,85	6,5	4,7	7,6	5,8	3,7	1,8	2,1	0,3	11,9	10,0	8,8	6,9	
5	Umweltpolitik	1,28		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3	
6	Ostdeutschland	0,68	8,1	7,4	6,9	6,2	11,0	10,4	12,9	12,2	5,6	4,9	2,2	1,5	
7	Infrastruktur	0,65	3,9	3,3	5,2	4,6	0,6	0,0	5,0	4,4	8,4	7,7	2,2	1,5	
8	Bildungspolitik	0,60	25,2	24,6	24,3	23,7	27,6	27,0	22,9	22,3	30,8	30,2	19,0	18,4	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	89,7	19,0	90,0	18,8	89,0	19,6	90,7	18,9	96,5	19,8	82,5	17,6
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	90,04	9,6	80,4	10,7	79,3	6,7	83,3	10,7	79,3	9,8	80,3	11,7	78,4	
2	Sozialpolitik	3,94	6,3	2,4	5,2	1,3	9,2	5,3	8,6	4,6	4,2	0,3	2,9	1,0	
3	Bildungspolitik	1,90	25,2	23,3	24,3	22,4	27,6	25,7	22,9	21,0	30,8	28,9	19,0	17,1	
4	Finanzpolitik	1,45	6,5	5,1	6,4	5,0	6,7	5,3	7,9	6,4	2,8	1,3	8,8	7,3	
5	Infrastruktur	1,12	3,9	2,8	5,2	4,1	0,6	0,5	5,0	3,9	8,4	7,3	2,2	1,1	
6	Wirtschaftspolitik	0,98	30,0	29,0	30,0	29,0	30,1	29,1	28,6	27,6	25,9	24,9	35,8	34,8	
7	Innere Sicherheit	0,35	6,5	6,2	7,6	7,3	3,7	3,3	2,1	1,8	11,9	11,5	8,8	8,4	
8	Ostdeutschland	0,21	8,1	7,8	6,9	6,7	11,0	10,8	12,9	12,6	5,6	5,4	2,2	2,0	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	96,2	19,6	96,4	19,4	95,7	20,4	98,6	19,7	99,3	20,0	91,2	18,7
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	87,30	9,6	77,7	10,7	76,6	6,7	80,6	10,7	76,6	9,8	77,5	11,7	75,6	
2	Sozialpolitik	6,48	6,3	0,1	5,2	1,2	9,2	2,7	8,6	2,1	4,2	2,3	2,9	3,6	
3	Bildungspolitik	3,49	25,2	21,7	24,3	20,8	27,6	24,1	22,9	19,4	30,8	27,3	19,0	15,5	
4	Wirtschaftspolitik	2,73	30,0	27,3	30,0	27,3	30,1	27,3	28,6	25,8	25,9	23,1	35,8	33,0	
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	71,2	31,7	70,2	31,5	73,6	33,7	70,7	31,0	70,6	32,6	69,3	31,9

Wähleragenda Sachsen 2004			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	90,35	20,4	69,9	20,5	69,8	20,0	70,4	18,6	71,8	28,0	62,4	18,2	72,2
2	Wirtschaftspolitik	2,78	27,0	24,2	25,9	23,1	32,0	29,2	27,9	25,1	28,0	25,2	22,7	19,9
3	Sozialpolitik	1,88	1,5	0,4	1,8	0,1		1,9	2,3	0,4		1,9	2,3	0,4
4	Bildungspolitik	1,66	1,5	0,2	1,8	0,1		1,7	2,3	0,7		1,7	2,3	0,6
5	Innere Sicherheit	1,57	13,1	11,6	11,6	10,0	20,0	18,4	16,3	14,7	8,0	6,4	9,1	7,5
6	Ostdeutschland	0,72	19,0	18,3	17,9	17,1	24,0	23,3	14,0	13,2	28,0	27,3	15,9	15,2
7	Infrastruktur	0,42	8,8	8,3	10,7	10,3		0,4	14,0	13,5		0,4	13,6	13,2
8	Finanzpolitik	0,23	5,8	5,6	6,3	6,0	4,0	3,8	4,7	4,4	8,0	7,8	6,8	6,6
9	Internationale Beziehungen	0,17		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Verteidigungspolitik	0,11		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11	Umweltpolitik	0,11		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,1	12,6	96,4	12,5	100,0	13,6	100,0	13,1	100,0	12,1	90,9	12,4
Differenz Kand.-Mod.				1,1										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	89,88	20,4	69,4	20,5	69,3	20,0	69,9	18,6	71,3	28,0	61,9	18,2	71,7
2	Wirtschaftspolitik	4,12	27,0	22,9	25,9	21,8	32,0	27,9	27,9	23,8	28,0	23,9	22,7	18,6
3	Innere Sicherheit	2,07	13,1	11,1	11,6	9,5	20,0	17,9	16,3	14,2	8,0	5,9	9,1	7,0
4	Sozialpolitik	1,59	1,5	0,1	1,8	0,2		1,6	2,3	0,7		1,6	2,3	0,7
5	Bildungspolitik	1,48	1,5	0,0	1,8	0,3		1,5	2,3	0,8		1,5	2,3	0,8
6	Infrastruktur	0,54	8,8	8,2	10,7	10,2		0,5	14,0	13,4		0,5	13,6	13,1
7	Ostdeutschland	0,31	19,0	18,7	17,9	17,5	24,0	23,7	14,0	13,6	28,0	27,7	15,9	15,6
8														
9														
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,2	18,6	90,2	18,4	96,0	20,4	95,3	19,7	92,0	17,6	84,1	18,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	90,23	20,4	69,8	20,5	69,7	20,0	70,2	18,6	71,6	28,0	62,2	18,2	72,0
2	Wirtschaftspolitik	3,58	27,0	23,4	25,9	22,3	32,0	28,4	27,9	24,3	28,0	24,4	22,7	19,1
3	Innere Sicherheit	2,58	13,1	10,6	11,6	9,0	20,0	17,4	16,3	13,7	8,0	5,4	9,1	6,5
4	Ostdeutschland	1,66	19,0	17,3	17,9	16,2	24,0	22,3	14,0	12,3	28,0	26,3	15,9	14,2
5	Bildungspolitik	1,34	1,5	0,1	1,8	0,4		1,3	2,3	1,0		1,3	2,3	0,9
6	Sozialpolitik	0,61	1,5	0,9	1,8	1,2		0,6	2,3	1,7		0,6	2,3	1,7
7														
8														
9														
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	82,5	20,3	79,5	19,8	96,0	23,4	81,4	20,8	92,0	20,1	70,5	19,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	92,05	20,4	71,6	20,5	71,5	20,0	72,0	18,6	73,4	28,0	64,0	18,2	73,9
2	Wirtschaftspolitik	1,71	27,0	25,3	25,9	24,2	32,0	30,3	27,9	26,2	28,0	26,3	22,7	21,0
3	Sozialpolitik	1,50	1,5	0,0	1,8	0,3		1,5	2,3	0,8		1,5	2,3	0,8
4	Bildungspolitik	1,07	1,5	0,4	1,8	0,7		1,1	2,3	1,3		1,1	2,3	1,2
5	Innere Sicherheit	1,00	13,1	12,1	11,6	10,6	20,0	19,0	16,3	15,3	8,0	7,0	9,1	8,1
6	Ostdeutschland	0,74	19,0	18,2	17,9	17,1	24,0	23,3	14,0	13,2	28,0	27,3	15,9	15,2
7	Infrastruktur	0,57	8,8	8,2	10,7	10,1		0,6	14,0	13,4		0,6	13,6	13,1
8	Finanzpolitik	0,50	5,8	5,3	6,3	5,8	4,0	3,5	4,7	4,2	8,0	7,5	6,8	6,3
9	Internationale Beziehungen	0,37		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
10	Verteidigungspolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11	Umweltpolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,1	12,9	96,4	12,8	100,0	13,8	100,0	13,5	100,0	12,4	90,9	12,8
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	84,08	20,4	63,6	20,5	63,5	20,0	64,1	18,6	65,5	28,0	56,1	18,2	65,9
2	Sozialpolitik	6,57	1,5	5,1	1,8	4,8		6,6	2,3	4,2		6,6	2,3	4,3
3	Bildungspolitik	5,54	1,5	4,1	1,8	3,8		5,5	2,3	3,2		5,5	2,3	3,3
4	Wirtschaftspolitik	2,33	27,0	24,7	25,9	23,6	32,0	29,7	27,9	25,6	28,0	25,7	22,7	20,4
5	Innere Sicherheit	1,04	13,1	12,1	11,6	10,6	20,0	19,0	16,3	15,2	8,0	7,0	9,1	8,0
6	Ostdeutschland	0,44	19,0	18,5	17,9	17,4	24,0	23,6	14,0	13,5	28,0	27,6	15,9	15,5
7														
8														
9														
10														
11														
12														
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz (%Punkte)			82,5	21,4	79,5	20,6	96,0	24,7	81,4	21,2	92,0	21,4	70,5	19,6

Wähleragenda Schleswig-Holstein 2005			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	75,98	12,4	63,6	13,5	62,5	9,6	66,4	14,1	61,9	12,9	63,1
2	Bildungspolitik	7,63	29,1	21,5	30,3	22,7	26,0	18,4	23,5	15,9	36,6	28,9
3	Wirtschaftspolitik	5,47	6,8	1,3	5,1	0,4	11,0	5,5	4,7	0,8	5,4	0,1
4	Finanzpolitik	4,31	33,1	28,8	30,9	26,6	38,4	34,0	31,8	27,5	30,1	25,8
5	Sozialpolitik	3,48	0,4	3,1		3,5	1,4	2,1		3,5		3,5
6	Infrastruktur	1,28	11,6	10,3	13,5	12,2	6,8	5,6	16,5	15,2	10,8	9,5
7	Innere Sicherheit	0,97	0,4	0,6		1,0	1,4	0,4		1,0		1,0
8	Umweltpolitik	0,80	5,2	4,4	6,2	5,4	2,7	1,9	8,2	7,4	4,3	3,5
9	Verteidigungspolitik	0,08		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,8	14,8	99,4	14,9	97,3	14,9	98,8	14,8	100,0	15,0
Differenz Kand.-Mod.				0,0								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	74,69	12,4	62,3	13,5	61,2	9,6	65,1	14,1	60,6	12,9	61,8
2	Bildungspolitik	9,40	29,1	19,7	30,3	20,9	26,0	16,6	23,5	14,1	36,6	27,2
3	Wirtschaftspolitik	4,74	6,8	2,0	5,1	0,3	11,0	6,2	4,7	0,0	5,4	0,6
4	Finanzpolitik	4,19	33,1	28,9	30,9	26,7	38,4	34,2	31,8	27,6	30,1	25,9
5	Sozialpolitik	3,53	0,4	3,1		3,5	1,4	2,2		3,5		3,5
6	Innere Sicherheit	1,35	0,4	0,9		1,3	1,4	0,0		1,3		1,3
7	Umweltpolitik	1,21	5,2	4,0	6,2	5,0	2,7	1,5	8,2	7,0	4,3	3,1
8	Infrastruktur	0,89	11,6	10,7	13,5	12,6	6,8	6,0	16,5	15,6	10,8	9,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,8	16,5	99,4	16,4	97,3	16,5	98,8	16,2	100,0	16,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	78,36	12,4	66,0	13,5	64,9	9,6	68,8	14,1	64,2	12,9	65,5
2	Wirtschaftspolitik	6,92	6,8	0,1	5,1	1,9	11,0	4,0	4,7	2,2	5,4	1,5
3	Bildungspolitik	5,08	29,1	24,0	30,3	25,3	26,0	20,9	23,5	18,5	36,6	31,5
4	Finanzpolitik	4,32	33,1	28,7	30,9	26,6	38,4	34,0	31,8	27,4	30,1	25,8
5	Sozialpolitik	3,24	0,4	2,8		3,2	1,4	1,9		3,2		3,2
6	Infrastruktur	1,02	11,6	10,5	13,5	12,5	6,8	5,8	16,5	15,5	10,8	9,7
7	Innere Sicherheit	0,64	0,4	0,2		0,6	1,4	0,7		0,6		0,6
8	Umweltpolitik	0,42	5,2	4,8	6,2	5,8	2,7	2,3	8,2	7,8	4,3	3,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,8	17,2	99,4	17,6	97,3	17,3	98,8	17,4	100,0	17,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	74,56	12,4	62,2	13,5	61,1	9,6	65,0	14,1	60,4	12,9	61,7
2	Bildungspolitik	8,05	29,1	21,0	30,3	22,3	26,0	18,0	23,5	15,5	36,6	28,5
3	Finanzpolitik	4,59	33,1	28,5	30,9	26,3	38,4	33,8	31,8	27,2	30,1	25,5
4	Wirtschaftspolitik	4,51	6,8	2,3	5,1	0,5	11,0	6,4	4,7	0,2	5,4	0,9
5	Sozialpolitik	3,86	0,4	3,5		3,9	1,4	2,5		3,9		3,9
6	Infrastruktur	2,87	11,6	8,7	13,5	10,6	6,8	4,0	16,5	13,6	10,8	7,9
7	Innere Sicherheit	0,64	0,4	0,2		0,6	1,4	0,7		0,6		0,6
8	Umweltpolitik	0,49	5,2	4,7	6,2	5,7	2,7	2,3	8,2	7,7	4,3	3,8
9	Verteidigungspolitik	0,43		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,8	14,6	99,4	14,6	97,3	14,8	98,8	14,4	100,0	14,8

Wähleragenda Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,76	29,6	56,2	27,0	58,8	41,9	43,9	22,4	63,3	32,0	53,8
2	Wirtschaftspolitik	4,94	15,8	10,8	16,7	11,7	11,6	6,7	13,1	8,1	20,6	15,7
3	Sozialpolitik	3,42	2,0	1,4	2,0	1,5	2,3	1,1	1,9	1,6	2,1	1,4
4	Innere Sicherheit	2,77		2,8		2,8		2,8		2,8		2,8
5	Finanzpolitik	1,20	16,6	15,4	17,6	16,4	11,6	10,4	22,4	21,2	12,4	11,2
6	Bildungspolitik	1,05	21,5	20,4	20,6	19,5	25,6	24,5	25,2	24,2	15,5	14,4
7	Ostdeutschland	0,67	0,4	0,3	0,5	0,2		0,7	0,9	0,3		0,7
8	Umweltpolitik	0,18		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	85,8	13,4	84,3	13,9	93,0	11,3	86,0	15,2	82,5	12,5
Differenz Kand.-Mod.				2,6								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	88,01	29,6	58,5	27,0	61,0	41,9	46,1	22,4	65,6	32,0	56,1
2	Wirtschaftspolitik	4,42	15,8	11,4	16,7	12,2	11,6	7,2	13,1	8,7	20,6	16,2
3	Innere Sicherheit	3,27		3,3		3,3		3,3		3,3		3,3
4	Sozialpolitik	1,91	2,0	0,1	2,0	0,1	2,3	0,4	1,9	0,0	2,1	0,2
5	Ostdeutschland	1,76	0,4	1,4	0,5	1,3		1,8	0,9	0,8		1,8
6	Finanzpolitik	0,64	16,6	16,0	17,6	17,0	11,6	11,0	22,4	21,8	12,4	11,7
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	64,4	15,1	63,7	15,8	67,4	11,6	60,7	16,7	67,0	14,9
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	83,78	29,6	54,2	27,0	56,8	41,9	41,9	22,4	61,4	32,0	51,8
2	Wirtschaftspolitik	6,02	15,8	9,8	16,7	10,6	11,6	5,6	13,1	7,1	20,6	14,6
3	Sozialpolitik	4,54	2,0	2,5	2,0	2,6	2,3	2,2	1,9	2,7	2,1	2,5
4	Innere Sicherheit	4,52		4,5		4,5		4,5		4,5		4,5
5	Bildungspolitik	1,14	21,5	20,3	20,6	19,4	25,6	24,4	25,2	24,1	15,5	14,3
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	68,8	18,3	66,2	18,8	81,4	15,7	62,6	19,9	70,1	17,5
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,26	29,6	55,7	27,0	58,3	41,9	43,4	22,4	62,8	32,0	53,3
2	Wirtschaftspolitik	4,52	15,8	11,3	16,7	12,1	11,6	7,1	13,1	8,6	20,6	16,1
3	Sozialpolitik	3,94	2,0	1,9	2,0	2,0	2,3	1,6	1,9	2,1	2,1	1,9
4	Finanzpolitik	2,79	16,6	13,8	17,6	14,9	11,6	8,8	22,4	19,6	12,4	9,6
5	Bildungspolitik	1,99	21,5	19,5	20,6	18,6	25,6	23,6	25,2	23,2	15,5	13,5
6	Innere Sicherheit	0,79		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
7	Umweltpolitik	0,51		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
8	Ostdeutschland	0,19	0,4	0,2	0,5	0,3		0,2	0,9	0,7		0,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	85,8	13,0	84,3	13,4	93,0	10,8	86,0	14,8	82,5	12,0

Wähleragenda Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	82,40	35,6	46,8	34,8	47,6	37,7	44,7	31,8	50,6	38,0	44,4
2	Bildungspolitik	6,87	9,5	2,6	8,7	1,8	11,7	4,8	10,3	3,4	7,0	0,1
3	Sozialpolitik	4,21	2,1	2,1	1,4	2,8	3,9	0,3	0,9	3,3	2,0	2,2
4	Wirtschaftspolitik	2,69	6,0	3,3	6,8	4,1	3,9	1,2	8,4	5,7	5,0	2,3
5	Finanzpolitik	1,27	20,8	19,5	18,8	17,6	26,0	24,7	18,7	17,4	19,0	17,7
6	Infrastruktur	1,19	9,9	8,7	11,1	9,9	6,5	5,3	10,3	9,1	12,0	10,8
7	Innere Sicherheit	0,78		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
8	Umweltpolitik	0,40		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
9	Verteidigungspolitik	0,13		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
10	Internationale Beziehungen	0,07	16,2	16,1	18,4	18,3	10,4	10,3	19,6	19,6	17,0	16,9
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	83,8	10,0	100,0	10,3	100,0	9,3	100,0	11,0	100,0	9,6
Differenz Kand.-Mod.				1,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,49	35,6	49,9	34,8	50,7	37,7	47,8	31,8	53,7	38,0	47,5
2	Bildungspolitik	5,56	9,5	3,9	8,7	3,1	11,7	6,1	10,3	4,7	7,0	1,4
3	Sozialpolitik	3,54	2,1	1,4	1,4	2,1	3,9	0,4	0,9	2,6	2,0	1,5
4	Infrastruktur	1,62	9,9	8,2	11,1	9,5	6,5	4,9	10,3	8,7	12,0	10,4
5	Wirtschaftspolitik	1,53	6,0	4,5	6,8	5,2	3,9	2,4	8,4	6,9	5,0	3,5
6	Finanzpolitik	1,01	20,8	19,8	18,8	17,8	26,0	25,0	18,7	17,7	19,0	18,0
7	Innere Sicherheit	0,47		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
8	Umweltpolitik	0,32		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9	Verteidigungspolitik	0,28		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Internationale Beziehungen	0,16	16,2	16,0	18,4	18,2	10,4	10,2	19,6	19,5	17,0	16,8
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	83,8	10,5	100,0	10,8	100,0	9,8	100,0	11,5	100,0	10,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	80,53	35,6	45,0	34,8	45,7	37,7	42,9	31,8	48,8	38,0	42,5
2	Bildungspolitik	7,11	9,5	2,4	8,7	1,6	11,7	4,6	10,3	3,2	7,0	0,1
3	Sozialpolitik	4,61	2,1	2,5	1,4	3,2	3,9	0,7	0,9	3,7	2,0	2,6
4	Wirtschaftspolitik	3,73	6,0	2,3	6,8	3,0	3,9	0,2	8,4	4,7	5,0	1,3
5	Innere Sicherheit	1,35		1,4		1,4		1,4		1,4		1,4
6	Finanzpolitik	1,29	20,8	19,5	18,8	17,5	26,0	24,7	18,7	17,4	19,0	17,7
7	Infrastruktur	0,77	9,9	9,1	11,1	10,3	6,5	5,7	10,3	9,5	12,0	11,2
8	Umweltpolitik	0,60		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	83,8	10,3	81,6	10,4	89,6	10,1	80,4	11,1	83,0	9,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	77,60	35,6	42,0	34,8	42,8	37,7	39,9	31,8	45,8	38,0	39,6
2	Bildungspolitik	10,65	9,5	1,1	8,7	2,0	11,7	1,0	10,3	0,4	7,0	3,7
3	Sozialpolitik	5,25	2,1	3,1	1,4	3,8	3,9	1,4	0,9	4,3	2,0	3,2
4	Wirtschaftspolitik	3,39	6,0	2,6	6,8	3,4	3,9	0,5	8,4	5,0	5,0	1,6
5	Finanzpolitik	2,10	20,8	18,7	18,8	16,7	26,0	23,9	18,7	16,6	19,0	16,9
6	Infrastruktur	1,01	9,9	8,8	11,1	10,1	6,5	5,5	10,3	9,3	12,0	11,0
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	83,8	12,7	81,6	13,1	89,6	12,0	80,4	13,6	83,0	12,7

Wähleragenda Bundestag 2005			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	84,09	15,4	68,7	14,9	69,2	17,5	66,6	12,9	71,2	16,8	67,3
2	Wirtschaftspolitik	6,41	6,9	0,5	7,8	1,4	3,2	3,2	6,5	0,0	9,2	2,7
3	Sozialpolitik	4,55	26,4	21,9	25,5	20,9	30,2	25,6	29,8	25,3	21,4	16,8
4	Finanzpolitik	1,92	26,1	24,2	25,5	23,6	28,6	26,6	21,8	19,9	29,0	27,1
5	Innere Sicherheit	1,26		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3
6	Bildungspolitik	0,89	2,5	1,6	3,1	2,2		0,9	3,2	2,3	3,1	2,2
7	Umweltpolitik	0,40	0,3	0,1		0,4	1,6	1,2		0,4		0,4
8	Ostdeutschland	0,25		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
9	Internationale Beziehungen	0,21	11,9	11,7	12,9	12,7	7,9	7,7	11,3	11,1	14,5	14,3
10	Infrastruktur	0,03	9,1	9,1	8,6	8,6	11,1	11,1	11,3	11,3	6,1	6,1
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,7	13,9	98,4	14,1	100,0	14,5	96,8	14,3	100,0	13,8
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	84,12	15,4	68,7	14,9	69,2	17,5	66,7	12,9	71,2	16,8	67,3
2	Sozialpolitik	5,76	26,4	20,7	25,5	19,7	30,2	24,4	29,8	24,1	21,4	15,6
3	Wirtschaftspolitik	5,00	6,9	1,9	7,8	2,8	3,2	1,8	6,5	1,4	9,2	4,2
4	Innere Sicherheit	1,68		1,7		1,7		1,7		1,7		1,7
5	Finanzpolitik	1,40	26,1	24,7	25,5	24,1	28,6	27,2	21,8	20,4	29,0	27,6
6	Umweltpolitik	0,75	0,3	0,4		0,8	1,6	0,8		0,8		0,8
7	Bildungspolitik	0,61	2,5	1,9	3,1	2,5		0,6	3,2	2,6	3,1	2,4
8	Internationale Beziehungen	0,44	11,9	11,5	12,9	12,5	7,9	7,5	11,3	10,9	14,5	14,1
9	Ostdeutschland	0,15		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Infrastruktur	0,08	9,1	9,0	8,6	8,5	11,1	11,0	11,3	11,2	6,1	6,0
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,6	14,1	98,4	14,2	100,0	14,2	96,8	14,4	100,0	14,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,07	15,4	69,7	14,9	70,2	17,5	67,6	12,9	72,2	16,8	68,3
2	Wirtschaftspolitik	6,85	6,9	0,1	7,8	1,0	3,2	3,7	6,5	0,4	9,2	2,3
3	Sozialpolitik	3,27	26,4	23,1	25,5	22,2	30,2	26,9	29,8	26,6	21,4	18,1
4	Finanzpolitik	2,34	26,1	23,8	25,5	23,2	28,6	26,2	21,8	19,4	29,0	26,7
5	Innere Sicherheit	1,15		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
6	Bildungspolitik	0,71	2,5	1,8	3,1	2,4		0,7	3,2	2,5	3,1	2,3
7	Ostdeutschland	0,43		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4
8	Internationale Beziehungen	0,19	11,9	11,8	12,9	12,8	7,9	7,7	11,3	11,1	14,5	14,3
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,3	16,5	89,8	16,7	87,3	16,8	85,5	16,7	93,9	16,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	83,10	15,4	67,7	14,9	68,2	17,5	65,6	12,9	70,2	16,8	66,3
2	Wirtschaftspolitik	7,36	6,9	0,4	7,8	0,5	3,2	4,2	6,5	0,9	9,2	1,8
3	Sozialpolitik	4,62	26,4	21,8	25,5	20,9	30,2	25,5	29,8	25,2	21,4	16,8
4	Finanzpolitik	2,02	26,1	24,1	25,5	23,5	28,6	26,5	21,8	19,7	29,0	27,0
5	Bildungspolitik	1,35	2,5	1,2	3,1	1,8		1,3	3,2	1,9	3,1	1,7
6	Innere Sicherheit	0,95		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
7	Umweltpolitik	0,43	0,3	0,1		0,4	1,6	1,2		0,4		0,4
8	Ostdeutschland	0,16		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,7	14,6	76,9	14,5	81,0	15,7	74,2	14,9	79,4	14,4

Wähleragenda Baden-Württemberg 2006			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	83,03	11,9	71,1	10,7	72,4	16,4	66,6	9,0	74,1	13,2	69,8
2	Sozialpolitik	7,47	22,7	15,3	19,1	11,6	36,1	28,6	14,9	7,5	25,3	17,8
3	Wirtschaftspolitik	4,60	19,2	14,6	20,0	15,4	16,4	11,8	23,1	18,5	15,4	10,8
4	Bildungspolitik	1,55	16,4	14,9	17,8	16,2	11,5	9,9	15,7	14,1	20,9	19,3
5	Innere Sicherheit	1,14	2,1	1,0	2,7	1,5		1,1	3,0	1,8	2,2	1,1
6	Ostdeutschland	0,94		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
7	Internationale Beziehungen	0,65		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
8	Finanzpolitik	0,61	4,9	4,3	4,4	3,8	6,6	5,9	7,5	6,9		0,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,3	15,3	74,7	15,3	86,9	15,7	73,1	15,6	76,9	15,1
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	83,73	11,9	71,8	10,7	73,1	16,4	67,3	9,0	74,8	13,2	70,5
2	Sozialpolitik	4,73	22,7	18,0	19,1	14,4	36,1	31,3	14,9	10,2	25,3	20,5
3	Wirtschaftspolitik	4,14	19,2	15,1	20,0	15,9	16,4	12,3	23,1	19,0	15,4	11,2
4	Bildungspolitik	2,75	16,4	13,7	17,8	15,0	11,5	8,7	15,7	12,9	20,9	18,1
5	Ostdeutschland	2,75		2,7		2,7		2,7		2,7		2,7
6	Innere Sicherheit	1,91	2,1	0,2	2,7	0,8		1,9	3,0	1,1	2,2	0,3
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	72,4	20,3	70,2	20,3	80,3	20,7	65,7	20,1	76,9	20,6
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,88	11,9	74,0	10,7	75,2	16,4	69,5	9,0	76,9	13,2	72,7
2	Sozialpolitik	7,44	22,7	15,3	19,1	11,7	36,1	28,6	14,9	7,5	25,3	17,8
3	Wirtschaftspolitik	4,93	19,2	14,3	20,0	15,1	16,4	11,5	23,1	18,2	15,4	10,5
4	Bildungspolitik	1,75	16,4	14,7	17,8	16,0	11,5	9,7	15,7	13,9	20,9	19,1
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	70,3	29,6	67,6	29,5	80,3	29,8	62,7	29,1	74,7	30,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	79,16	11,9	67,3	10,7	68,5	16,4	62,8	9,0	70,2	13,2	66,0
2	Sozialpolitik	11,33	22,7	11,4	19,1	7,8	36,1	24,7	14,9	3,6	25,3	13,9
3	Wirtschaftspolitik	5,11	19,2	14,1	20,0	14,9	16,4	11,3	23,1	18,0	15,4	10,3
4	Internationale Beziehungen	2,27		2,3		2,3		2,3		2,3		2,3
5	Finanzpolitik	2,13	4,9	2,8	4,4	2,3	6,6	4,4	7,5	5,3		2,1
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	58,7	19,6	54,2	19,2	75,4	21,1	54,5	19,9	53,8	18,9

Wähleragenda Berlin 2006			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	53,00	17,0	36,0	15,7	37,3	22,0	31,0	20,7	32,4	10,8	42,3
2	Finanzpolitik	15,64	9,8	5,8	9,7	5,9	10,0	5,6	7,6	8,0	11,8	3,8
3	Sozialpolitik	10,78	14,0	3,3	14,1	3,3	14,0	3,2	14,1	3,4	14,0	3,2
4	Bildungspolitik	10,38	25,5	15,2	26,5	16,1	22,0	11,6	35,9	25,5	17,2	6,8
5	Wirtschaftspolitik	4,56	20,0	15,4	22,2	17,6	12,0	7,4	14,1	9,6	30,1	25,5
6	Infrastruktur	2,51	2,1	0,4	2,2	0,3	2,0	0,5		2,5	4,3	1,8
7	Innere Sicherheit	2,31	11,1	8,8	9,2	6,9	18,0	15,7	6,5	4,2	11,8	9,5
8	Ostdeutschland	0,39	0,4	0,0	0,5	0,1		0,4	1,1	0,7		0,4
9	Verteidigungspolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Umweltpolitik	0,19		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,5	100,0	8,8	100,0	7,6	100,0	8,7	100,0	9,4
Differenz Kand.-Mod.				1,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	52,65	17,0	35,6	15,7	37,0	22,0	30,6	20,7	32,0	10,8	41,9
2	Finanzpolitik	17,34	9,8	7,6	9,7	7,6	10,0	7,3	7,6	9,7	11,8	5,5
3	Bildungspolitik	12,79	25,5	12,7	26,5	13,7	22,0	9,2	35,9	23,1	17,2	4,4
4	Sozialpolitik	7,37	14,0	6,7	14,1	6,7	14,0	6,6	14,1	6,8	14,0	6,6
5	Wirtschaftspolitik	3,82	20,0	16,2	22,2	18,3	12,0	8,2	14,1	10,3	30,1	26,3
6	Infrastruktur	2,52	2,1	0,4	2,2	0,4	2,0	0,5		2,5	4,3	1,8
7	Innere Sicherheit	2,46	11,1	8,6	9,2	6,7	18,0	15,5	6,5	4,1	11,8	9,4
8	Ostdeutschland	0,41	0,4	0,0	0,5	0,1		0,4	1,1	0,7		0,4
9	Umweltpolitik	0,33		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Verteidigungspolitik	0,29		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,8	100,0	9,1	100,0	7,9	100,0	9,0	100,0	9,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	52,09	17,0	35,1	15,7	36,4	22,0	30,1	20,7	31,4	10,8	41,3
2	Sozialpolitik	14,94	14,0	0,9	14,1	0,9	14,0	0,9	14,1	0,8	14,0	1,0
3	Finanzpolitik	13,50	9,8	3,7	9,7	3,8	10,0	3,5	7,6	5,9	11,8	1,7
4	Bildungspolitik	7,03	25,5	18,5	26,5	19,5	22,0	15,0	35,9	28,8	17,2	10,2
5	Wirtschaftspolitik	6,22	20,0	13,8	22,2	15,9	12,0	5,8	14,1	7,9	30,1	23,9
6	Innere Sicherheit	4,04	11,1	7,0	9,2	5,2	18,0	14,0	6,5	2,5	11,8	7,8
7	Infrastruktur	1,85	2,1	0,3	2,2	0,3	2,0	0,2		1,8	4,3	2,5
8	Verteidigungspolitik	0,34		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,6	10,0	99,5	10,3	100,0	8,7	98,9	9,9	100,0	11,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	79,02	17,0	62,0	15,7	63,3	22,0	57,0	20,7	58,4	10,8	68,3
2	Sozialpolitik	10,56	14,0	3,5	14,1	3,5	14,0	3,4	14,1	3,6	14,0	3,4
3	Finanzpolitik	4,76	9,8	5,0	9,7	5,0	10,0	5,2	7,6	2,9	11,8	7,1
4	Bildungspolitik	2,12	25,5	23,4	26,5	24,4	22,0	19,9	35,9	33,8	17,2	15,1
5	Wirtschaftspolitik	1,98	20,0	18,0	22,2	20,2	12,0	10,0	14,1	12,2	30,1	28,1
6	Infrastruktur	1,57	2,1	0,6	2,2	0,6	2,0	0,4		1,6	4,3	2,7
7	Ostdeutschland	0,76	0,4	0,3	0,5	0,2		0,8	1,1	0,3		0,8
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,76	88,9	16,1	90,8	16,7	82,0	13,8	93,5	16,1	88,2	17,9

Wähleragenda Mecklenburg-Vorpommern 2006			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	86,87	17,3	69,5	18,0	68,8	14,3	72,6	20,0	66,9	16,1	70,7
2	Sozialpolitik	3,21	15,3	12,1	13,1	9,9	25,0	21,8	6,7	3,5	19,4	16,1
3	Bildungspolitik	2,81	19,3	16,5	17,2	14,4	28,6	25,8	20,0	17,2	14,5	11,7
4	Wirtschaftspolitik	2,58	14,7	12,1	17,2	14,6	3,6	1,0	11,7	9,1	22,6	20,0
5	Innere Sicherheit	2,35	4,0	1,7	4,9	2,6		2,3	5,0	2,7	4,8	2,5
6	Ostdeutschland	1,51	14,7	13,2	13,1	11,6	21,4	19,9	18,3	16,8	8,1	6,5
7	Finanzpolitik	0,43	7,3	6,9	7,4	6,9	7,1	6,7	8,3	7,9	6,5	6,0
8	Infrastruktur	0,23	4,0	3,8	4,9	4,7		0,2	5,0	4,8	4,8	4,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,7	17,0	95,9	16,7	100,0	18,8	95,0	16,1	96,8	17,3
Differenz Kand.-Mod.				2,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	87,18	17,3	69,9	18,0	69,2	14,3	72,9	20,0	67,2	16,1	71,1
2	Innere Sicherheit	3,59	4,0	0,4	4,9	1,3		3,6	5,0	1,4	4,8	1,2
3	Sozialpolitik	2,76	15,3	12,6	13,1	10,4	25,0	22,2	6,7	3,9	19,4	16,6
4	Bildungspolitik	2,21	19,3	17,1	17,2	15,0	28,6	26,4	20,0	17,8	14,5	12,3
5	Wirtschaftspolitik	1,93	14,7	12,7	17,2	15,3	3,6	1,6	11,7	9,7	22,6	20,7
6	Ostdeutschland	1,52	14,7	13,1	13,1	11,6	21,4	19,9	18,3	16,8	8,1	6,5
7	Finanzpolitik	0,50	7,3	6,8	7,4	6,9	7,1	6,6	8,3	7,8	6,5	6,0
8	Infrastruktur	0,30	4,0	3,7	4,9	4,6		0,3	5,0	4,7	4,8	4,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,7	17,0	95,9	16,8	100,0	19,2	95,0	16,2	96,8	17,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	85,71	17,3	68,4	18,0	67,7	14,3	71,4	20,0	65,7	16,1	69,6
2	Bildungspolitik	4,35	19,3	15,0	17,2	12,9	28,6	24,2	20,0	15,7	14,5	10,2
3	Sozialpolitik	3,47	15,3	11,9	13,1	9,6	25,0	21,5	6,7	3,2	19,4	15,9
4	Wirtschaftspolitik	3,12	14,7	11,5	17,2	14,1	3,6	0,4	11,7	8,5	22,6	19,5
5	Innere Sicherheit	1,46	4,0	2,5	4,9	3,5		1,5	5,0	3,5	4,8	3,4
6	Ostdeutschland	1,35	14,7	13,3	13,1	11,8	21,4	20,1	18,3	17,0	8,1	6,7
7	Finanzpolitik	0,54	7,3	6,8	7,4	6,8	7,1	6,6	8,3	7,8	6,5	5,9
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	92,7	18,5	91,0	18,0	100,0	20,8	90,0	17,3	91,9	18,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	87,34	17,3	70,0	18,0	69,3	14,3	73,1	20,0	67,3	16,1	71,2
2	Sozialpolitik	3,52	15,3	11,8	13,1	9,6	25,0	21,5	6,7	3,1	19,4	15,8
3	Wirtschaftspolitik	2,91	14,7	11,8	17,2	14,3	3,6	0,7	11,7	8,8	22,6	19,7
4	Bildungspolitik	2,40	19,3	16,9	17,2	14,8	28,6	26,2	20,0	17,6	14,5	12,1
5	Ostdeutschland	1,62	14,7	13,0	13,1	11,5	21,4	19,8	18,3	16,7	8,1	6,4
6	Innere Sicherheit	1,61	4,0	2,4	4,9	3,3		1,6	5,0	3,4	4,8	3,2
7	Infrastruktur	0,31	4,0	3,7	4,9	4,6		0,3	5,0	4,7	4,8	4,5
8	Finanzpolitik	0,29	7,3	7,0	7,4	7,1	7,1	6,9	8,3	8,0	6,5	6,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,7	17,1	95,9	16,8	100,0	18,7	95,0	16,2	96,8	17,4

Wähleragenda Hessen 2008			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	27,81	15,4	12,4	15,1	12,7	18,4	9,4	13,3	14,5	16,9	11,0
2	Arbeitsmarktpolitik	26,97	15,2	11,8	15,7	11,3	10,5	16,4	13,9	13,1	17,4	9,5
3	Innere Sicherheit	20,52	20,1	0,5	19,9	0,6	21,1	0,5	23,1	2,6	16,9	3,7
4	Sozialpolitik	11,94	19,5	7,6	19,7	7,7	18,4	6,5	22,0	10,0	17,4	5,5
5	Wirtschaftspolitik	5,28	0,3	5,0	0,3	5,0		5,3	0,6	4,7		5,3
6	Infrastruktur	4,33	22,9	18,5	22,2	17,9	28,9	24,6	20,8	16,5	23,6	19,3
7	Finanzpolitik	2,25	6,7	4,4	7,1	4,9	2,6	0,4	6,4	4,1	7,9	5,6
8	Umweltpolitik	0,91		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	7,6	100,0	7,6	100,0	8,0	100,0	8,3	100,0	7,6
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	25,34	15,4	9,9	15,1	10,2	18,4	6,9	13,3	12,0	16,9	8,5
2	Innere Sicherheit	24,53	20,1	4,5	19,9	4,6	21,1	3,5	23,1	1,4	16,9	7,7
3	Arbeitsmarktpolitik	23,35	15,2	8,2	15,7	7,7	10,5	12,8	13,9	9,5	17,4	5,9
4	Sozialpolitik	11,15	19,5	8,4	19,7	8,5	18,4	7,3	22,0	10,8	17,4	6,3
5	Infrastruktur	6,69	22,9	16,2	22,2	15,5	28,9	22,3	20,8	14,1	23,6	16,9
6	Wirtschaftspolitik	5,24	0,3	5,0	0,3	5,0		5,2	0,6	4,7		5,2
7	Finanzpolitik	2,23	6,7	4,5	7,1	4,9	2,6	0,4	6,4	4,1	7,9	5,6
8	Umweltpolitik	1,46		1,5		1,5		1,5		1,5		1,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	7,3	100,0	7,2	100,0	7,5	100,0	7,3	100,0	7,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	34,52	15,4	19,1	15,1	19,4	18,4	16,1	13,3	21,2	16,9	17,7
2	Arbeitsmarktpolitik	26,49	15,2	11,3	15,7	10,8	10,5	16,0	13,9	12,6	17,4	9,1
3	Innere Sicherheit	16,94	20,1	3,1	19,9	3,0	21,1	4,1	23,1	6,2	16,9	0,1
4	Sozialpolitik	10,80	19,5	8,7	19,7	8,9	18,4	7,6	22,0	11,2	17,4	6,6
5	Wirtschaftspolitik	4,69	0,3	4,4	0,3	4,4		4,7	0,6	4,1		4,7
6	Infrastruktur	3,76	22,9	19,1	22,2	18,5	28,9	25,2	20,8	17,1	23,6	19,8
7	Finanzpolitik	1,83	6,7	4,9	7,1	5,3	2,6	0,8	6,4	4,5	7,9	6,0
8	Umweltpolitik	0,97		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,0	100,0	8,9	100,0	9,4	100,0	9,7	100,0	8,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	33,19	15,2	18,0	15,7	17,5	10,5	22,7	13,9	19,3	17,4	15,8
2	Innere Sicherheit	21,08	20,1	1,0	19,9	1,1	21,1	0,0	23,1	2,0	16,9	4,2
3	Bildungspolitik	19,20	15,4	3,8	15,1	4,1	18,4	0,8	13,3	5,9	16,9	2,3
4	Sozialpolitik	15,20	19,5	4,3	19,7	4,5	18,4	3,2	22,0	6,8	17,4	2,2
5	Wirtschaftspolitik	6,41	0,3	6,2	0,3	6,1		6,4	0,6	5,8		6,4
6	Finanzpolitik	3,03	6,7	3,7	7,1	4,1	2,6	0,4	6,4	3,3	7,9	4,8
7	Infrastruktur	1,89	22,9	21,0	22,2	20,3	28,9	27,1	20,8	18,9	23,6	21,7
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,3	100,0	8,3	100,0	8,7	100,0	8,9	100,0	8,2

Wähleragenda Niedersachsen 2008			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	42,04	14,5	27,5	13,8	28,2	16,7	25,4	8,2	33,8	21,1	21,0
2	Bildungspolitik	16,15	27,9	11,8	26,2	10,0	33,3	17,2	26,0	9,9	26,3	10,2
3	Sozialpolitik	15,19	9,9	5,3	10,0	5,2	9,5	5,7	6,8	8,3	14,0	1,2
4	Innere Sicherheit	10,90	19,2	8,3	21,5	10,6	11,9	1,0	23,3	12,4	19,3	8,4
5	Wirtschaftspolitik	6,55	18,0	11,5	19,2	12,7	14,3	7,7	26,0	19,5	10,5	4,0
6	Finanzpolitik	3,43	10,5	7,0	9,2	5,8	14,3	10,9	9,6	6,2	8,8	5,3
7	Infrastruktur	3,23		3,2		3,2		3,2		3,2		3,2
8	Umweltpolitik	2,52		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,6	100,0	9,8	100,0	9,2	100,0	12,0	100,0	7,0
Differenz Kand.-Mod.				0,6								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	39,10	14,5	24,6	13,8	25,3	16,7	22,4	8,2	30,9	21,1	18,0
2	Sozialpolitik	15,85	9,9	6,0	10,0	5,8	9,5	6,3	6,8	9,0	14,0	1,8
3	Bildungspolitik	13,10	27,9	14,8	26,2	13,1	33,3	20,2	26,0	12,9	26,3	13,2
4	Innere Sicherheit	12,69	19,2	6,5	21,5	8,8	11,9	0,8	23,3	10,6	19,3	6,6
5	Wirtschaftspolitik	8,29	18,0	9,7	19,2	10,9	14,3	6,0	26,0	17,7	10,5	2,2
6	Infrastruktur	4,38		4,4		4,4		4,4		4,4		4,4
7	Finanzpolitik	4,09	10,5	6,4	9,2	5,1	14,3	10,2	9,6	5,5	8,8	4,7
8	Umweltpolitik	2,49		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,4	100,0	9,5	100,0	9,1	100,0	11,7	100,0	6,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	44,86	14,5	30,3	13,8	31,0	16,7	28,2	8,2	36,6	21,1	23,8
2	Bildungspolitik	21,06	27,9	6,8	26,2	5,1	33,3	12,3	26,0	5,0	26,3	5,3
3	Sozialpolitik	15,65	9,9	5,8	10,0	5,6	9,5	6,1	6,8	8,8	14,0	1,6
4	Innere Sicherheit	8,91	19,2	10,3	21,5	12,6	11,9	3,0	23,3	14,4	19,3	10,4
5	Wirtschaftspolitik	3,56	18,0	14,5	19,2	15,7	14,3	10,7	26,0	22,5	10,5	7,0
6	Umweltpolitik	2,29		2,3		2,3		2,3		2,3		2,3
7	Infrastruktur	1,86		1,9		1,9		1,9		1,9		1,9
8	Finanzpolitik	1,80	10,5	8,7	9,2	7,4	14,3	12,5	9,6	7,8	8,8	7,0
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	10,1	100,0	10,2	100,0	9,6	100,0	12,4	100,0	7,4
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	43,83	14,5	29,3	13,8	30,0	16,7	27,2	8,2	35,6	21,1	22,8
2	Bildungspolitik	12,30	27,9	15,6	26,2	13,9	33,3	21,0	26,0	13,7	26,3	14,0
3	Sozialpolitik	11,69	9,9	1,8	10,0	1,7	9,5	2,2	6,8	4,8	14,0	2,3
4	Innere Sicherheit	10,56	19,2	8,6	21,5	11,0	11,9	1,3	23,3	12,7	19,3	8,7
5	Wirtschaftspolitik	9,24	18,0	8,8	19,2	10,0	14,3	5,0	26,0	16,8	10,5	1,3
6	Finanzpolitik	5,83	10,5	4,6	9,2	3,4	14,3	8,5	9,6	3,8	8,8	2,9
7	Umweltpolitik	3,30		3,3		3,3		3,3		3,3		3,3
8	Infrastruktur	3,25		3,3		3,3		3,3		3,3		3,3
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,4	100,0	9,6	100,0	9,0	100,0	11,8	100,0	7,3

Wähleragenda Hamburg 2008			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	30,89	24,5	6,4	23,6	7,3	26,7	4,2	23,6	7,3	23,7	7,2
2	Sozialpolitik	19,70	16,4	3,3	17,6	2,1	13,3	6,4	23,6	3,9	10,8	8,9
3	Arbeitsmarktpolitik	17,51	6,2	11,3	5,0	12,5	9,3	8,2	6,6	10,9	3,2	14,3
4	Innere Sicherheit	14,41	11,3	3,1	9,5	4,9	16,0	1,6	9,4	5,0	9,7	4,7
5	Infrastruktur	6,63	2,6	4,1	3,0	3,6	1,3	5,3		6,6	6,5	0,2
6	Wirtschaftspolitik	5,80	9,1	3,3	9,0	3,2	9,3	3,5	11,3	5,5	6,5	0,7
7	Umweltpolitik	3,20		3,2		3,2		3,2		3,2		3,2
8	Finanzpolitik	1,87	29,9	28,1	32,2	30,3	24,0	22,1	25,5	23,6	39,8	37,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	7,8	100,0	8,4	100,0	6,8	100,0	8,3	100,0	9,6
Differenz Kand.-Mod.				1,6								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	26,98	24,5	2,5	23,6	3,4	26,7	0,3	23,6	3,4	23,7	3,3
2	Innere Sicherheit	18,80	11,3	7,5	9,5	9,3	16,0	2,8	9,4	9,4	9,7	9,1
3	Arbeitsmarktpolitik	18,10	6,2	11,9	5,0	13,1	9,3	8,8	6,6	11,5	3,2	14,9
4	Sozialpolitik	12,00	16,4	4,4	17,6	5,6	13,3	1,3	23,6	11,6	10,8	1,2
5	Wirtschaftspolitik	10,87	9,1	1,7	9,0	1,8	9,3	1,5	11,3	0,5	6,5	4,4
6	Infrastruktur	8,55	2,6	6,0	3,0	5,5	1,3	7,2		8,5	6,5	2,1
7	Umweltpolitik	2,43		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
8	Finanzpolitik	2,27	29,9	27,7	32,2	29,9	24,0	21,7	25,5	23,2	39,8	37,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,0	100,0	8,9	100,0	5,8	100,0	8,8	100,0	9,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	35,97	24,5	11,5	23,6	12,4	26,7	9,3	23,6	12,4	23,7	12,3
2	Sozialpolitik	25,18	16,4	8,8	17,6	7,6	13,3	11,8	23,6	1,6	10,8	14,4
3	Arbeitsmarktpolitik	16,96	6,2	10,8	5,0	11,9	9,3	7,6	6,6	10,4	3,2	13,7
4	Innere Sicherheit	9,84	11,3	1,5	9,5	0,3	16,0	6,2	9,4	0,4	9,7	0,2
5	Infrastruktur	5,06	2,6	2,5	3,0	2,0	1,3	3,7		5,1	6,5	1,4
6	Umweltpolitik	3,95		4,0		4,0		4,0		4,0		4,0
7	Wirtschaftspolitik	1,71	9,1	7,4	9,0	7,3	9,3	7,6	11,3	9,6	6,5	4,7
8	Finanzpolitik	1,32	29,9	28,6	32,2	30,8	24,0	22,7	25,5	24,1	39,8	38,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,4	100,0	9,5	100,0	9,1	100,0	8,4	100,0	11,1
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	26,90	16,4	10,5	17,6	9,3	13,3	13,6	23,6	3,3	10,8	16,2
2	Bildungspolitik	21,40	24,5	3,0	23,6	2,2	26,7	5,3	23,6	2,2	23,7	2,3
3	Innere Sicherheit	18,53	11,3	7,2	9,5	9,0	16,0	2,5	9,4	9,1	9,7	8,9
4	Arbeitsmarktpolitik	17,68	6,2	11,5	5,0	12,7	9,3	8,4	6,6	11,1	3,2	14,5
5	Infrastruktur	6,05	2,6	3,5	3,0	3,0	1,3	4,7		6,1	6,5	0,4
6	Wirtschaftspolitik	3,79	9,1	5,3	9,0	5,3	9,3	5,5	11,3	7,5	6,5	2,7
7	Finanzpolitik	2,95		2,9		2,9		2,9		2,9		2,9
8	Umweltpolitik	2,69		2,7		2,7		2,7		2,7		2,7
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	70,1	5,8	67,8	5,9	76,0	5,7	74,5	5,6	60,2	6,3

Wähleragenda Bayern 2008			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Bildungspolitik	35,54	19,5	16,1	19,5	16,0	19,2	16,3	15,3	20,3	25,0	10,5
2	Arbeitsmarktpolitik	24,36	16,9	7,5	18,0	6,4	11,5	12,8	22,2	2,1	12,5	11,9
3	Sozialpolitik	15,87	3,2	12,6	3,1	12,7	3,8	12,0	1,4	14,5	5,4	10,5
4	Wirtschaftspolitik	14,20	5,2	9,0	3,9	10,3	11,5	2,7	4,2	10,0	3,6	10,6
5	Finanzpolitik	4,10	15,6	11,5	15,6	11,5	15,4	11,3	20,8	16,7	8,9	4,8
6	Infrastruktur	3,32	27,9	24,6	27,3	24,0	30,8	27,4	23,6	20,3	32,1	28,8
7	Umweltpolitik	2,37		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
8	Innere Sicherheit	0,13	11,7	11,6	12,5	12,4	7,7	7,6	12,5	12,4	12,5	12,4
9	Verteidigungspolitik	0,11		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	10,6	100,0	10,6	100,0	10,3	100,0	11,0	100,0	10,2
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Bildungspolitik	32,40	19,5	12,9	19,5	12,9	19,2	13,2	15,3	17,1	25,0	7,4
2	Arbeitsmarktpolitik	26,13	16,9	9,2	18,0	8,2	11,5	14,6	22,2	3,9	12,5	13,6
3	Sozialpolitik	16,07	3,2	12,8	3,1	12,9	3,8	12,2	1,4	14,7	5,4	10,7
4	Wirtschaftspolitik	15,49	5,2	10,3	3,9	11,6	11,5	4,0	4,2	11,3	3,6	11,9
5	Finanzpolitik	4,41	15,6	11,2	15,6	11,2	15,4	11,0	20,8	16,4	8,9	4,5
6	Infrastruktur	2,99	27,9	24,9	27,3	24,4	30,8	27,8	23,6	20,6	32,1	29,2
7	Umweltpolitik	2,04		2,0		2,0		2,0		2,0		2,0
8	Innere Sicherheit	0,25	11,7	11,4	12,5	12,2	7,7	7,4	12,5	12,2	12,5	12,2
9	Verteidigungspolitik	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	10,6	100,0	10,6	100,0	10,3	100,0	11,0	100,0	10,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Bildungspolitik	50,27	19,5	30,8	19,5	30,7	19,2	31,0	15,3	35,0	25,0	25,3
2	Arbeitsmarktpolitik	18,46	16,9	1,6	18,0	0,5	11,5	6,9	22,2	3,8	12,5	6,0
3	Sozialpolitik	12,43	3,2	9,2	3,1	9,3	3,8	8,6	1,4	11,0	5,4	7,1
4	Wirtschaftspolitik	7,71	5,2	2,5	3,9	3,8	11,5	3,8	4,2	3,5	3,6	4,1
5	Umweltpolitik	4,19		4,2		4,2		4,2		4,2		4,2
6	Infrastruktur	4,02	27,9	23,9	27,3	23,3	30,8	26,8	23,6	19,6	32,1	28,1
7	Finanzpolitik	2,92	15,6	12,7	15,6	12,7	15,4	12,5	20,8	17,9	8,9	6,0
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,3	12,1	87,5	12,1	92,3	13,4	87,5	13,6	87,5	11,5
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Bildungspolitik	26,84	19,5	7,4	19,5	7,3	19,2	7,6	15,3	11,6	25,0	1,8
2	Arbeitsmarktpolitik	26,82	16,9	9,9	18,0	8,8	11,5	15,3	22,2	4,6	12,5	14,3
3	Sozialpolitik	18,99	3,2	15,7	3,1	15,9	3,8	15,1	1,4	17,6	5,4	13,6
4	Wirtschaftspolitik	18,23	5,2	13,0	3,9	14,3	11,5	6,7	4,2	14,1	3,6	14,7
5	Finanzpolitik	4,66	15,6	10,9	15,6	11,0	15,4	10,7	20,8	16,2	8,9	4,3
6	Infrastruktur	3,28	27,9	24,6	27,3	24,1	30,8	27,5	23,6	20,3	32,1	28,9
7	Umweltpolitik	1,17		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,3	11,8	87,5	11,8	92,3	12,0	87,5	12,2	87,5	11,2

Wähleragenda Thüringen 2009			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	68,79	13,3	55,5	14,2	54,6	11,1	57,7	12,5	56,3	17,1	51,6	13,3	55,5	
2	Bildungspolitik	8,66	15,2	6,5	15,8	7,2	13,3	4,7	15,0	6,3	14,3	5,6	17,8	9,1	
3	Wirtschaftspolitik	6,47	13,9	7,5	15,0	8,5	11,1	4,6	17,5	11,0	5,7	0,8	20,0	13,5	
4	Sozialpolitik	6,23	14,5	8,3	13,3	7,1	17,8	11,5	15,0	8,8	14,3	8,1	11,1	4,9	
5	Infrastruktur	2,79		2,8		2,8		2,8		2,8		2,8		2,8	
6	Ostdeutschland	2,58	5,5	2,9	5,0	2,4	6,7	4,1	2,5	0,1	8,6	6,0	4,4	1,9	
7	Finanzpolitik	2,30	17,6	15,3	15,0	12,7	24,4	22,1	15,0	12,7	20,0	17,7	11,1	8,8	
8	Innere Sicherheit	1,79	20,0	18,2	21,7	19,9	15,6	13,8	22,5	20,7	20,0	18,2	22,2	20,4	
9	Umweltpolitik	0,40		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4		0,4	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,0	100,0	13,0	100,0	12,8	100,0	13,5	100,0	13,2	100,0	12,4	13,0	
Differenz Kand.-Mod.					0,7										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	69,69	13,3	56,4	14,2	55,5	11,1	58,6	12,5	57,2	17,1	52,5	13,3	56,4	
2	Wirtschaftspolitik	7,97	13,9	6,0	15,0	7,0	11,1	3,1	17,5	9,5	5,7	2,3	20,0	12,0	
3	Bildungspolitik	6,91	15,2	8,2	15,8	8,9	13,3	6,4	15,0	8,1	14,3	7,4	17,8	10,9	
4	Sozialpolitik	5,52	14,5	9,0	13,3	7,8	17,8	12,3	15,0	9,5	14,3	8,8	11,1	5,6	
5	Ostdeutschland	3,13	5,5	2,3	5,0	1,9	6,7	3,5	2,5	0,6	8,6	5,4	4,4	1,3	
6	Infrastruktur	3,12		3,1		3,1		3,1		3,1		3,1		3,1	
7	Finanzpolitik	2,23	17,6	15,4	15,0	12,8	24,4	22,2	15,0	12,8	20,0	17,8	11,1	8,9	
8	Umweltpolitik	0,74		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7	
9	Innere Sicherheit	0,69	20,0	19,3	21,7	21,0	15,6	14,9	22,5	21,8	20,0	19,3	22,2	21,5	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,0	80,0	13,4	78,3	13,2	84,4	13,9	77,5	13,7	80,0	13,0	77,8	13,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	65,08	13,3	51,7	14,2	50,9	11,1	54,0	12,5	52,6	17,1	47,9	13,3	51,7	
2	Bildungspolitik	11,32	15,2	3,8	15,8	4,5	13,3	2,0	15,0	3,7	14,3	3,0	17,8	6,5	
3	Sozialpolitik	7,05	14,5	7,5	13,3	6,3	17,8	10,7	15,0	8,0	14,3	7,2	11,1	4,1	
4	Wirtschaftspolitik	6,37	13,9	7,6	15,0	8,6	11,1	4,7	17,5	11,1	5,7	0,7	20,0	13,6	
5	Ostdeutschland	4,16	5,5	1,3	5,0	0,8	6,7	2,5	2,5	1,7	8,6	4,4	4,4	0,3	
6	Infrastruktur	3,88		3,9		3,9		3,9		3,9		3,9		3,9	
7	Finanzpolitik	0,96	17,6	16,6	15,0	14,0	24,4	23,5	15,0	14,0	20,0	19,0	11,1	10,1	
8	Innere Sicherheit	0,69	20,0	19,3	21,7	21,0	15,6	14,9	22,5	21,8	20,0	19,3	22,2	21,5	
9	Umweltpolitik	0,49		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,0	100,0	12,5	100,0	12,3	100,0	13,0	100,0	13,0	100,0	11,8	100,0	12,5
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	72,02	13,3	58,7	14,2	57,9	11,1	60,9	12,5	59,5	17,1	54,9	13,3	58,7	
2	Bildungspolitik	7,98	15,2	7,2	15,8	7,9	13,3	5,4	15,0	7,0	14,3	6,3	17,8	9,8	
3	Wirtschaftspolitik	6,22	13,9	7,7	15,0	8,8	11,1	4,9	17,5	11,3	5,7	0,5	20,0	13,8	
4	Sozialpolitik	6,09	14,5	8,5	13,3	7,2	17,8	11,7	15,0	8,9	14,3	8,2	11,1	5,0	
5	Infrastruktur	2,96		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0	
6	Innere Sicherheit	2,44	20,0	17,6	21,7	19,2	15,6	13,1	22,5	20,1	20,0	17,6	22,2	19,8	
7	Finanzpolitik	2,00	17,6	15,6	15,0	13,0	24,4	22,4	15,0	13,0	20,0	18,0	11,1	9,1	
8	Ostdeutschland	0,28	5,5	5,2	5,0	4,7	6,7	6,4	2,5	2,2	8,6	8,3	4,4	4,2	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,0	100,0	15,4	100,0	15,2	100,0	16,0	100,0	15,6	100,0	14,6	100,0	15,4
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	66,85	13,3	53,5	14,2	52,7	11,1	55,7	12,5	54,4	17,1	49,7	13,3	53,5	
2	Bildungspolitik	10,37	15,2	4,8	15,8	5,5	13,3	3,0	15,0	4,6	14,3	3,9	17,8	7,4	
3	Sozialpolitik	7,12	14,5	7,4	13,3	6,2	17,8	10,7	15,0	7,9	14,3	7,2	11,1	4,0	
4	Innere Sicherheit	5,00	20,0	15,0	21,7	16,7	15,6	10,6	22,5	17,5	20,0	15,0	22,2	17,2	
5	Finanzpolitik	4,64	17,6	12,9	15,0	10,4	24,4	19,8	15,0	10,4	20,0	15,4	11,1	6,5	
6	Wirtschaftspolitik	3,26	13,9	10,7	15,0	11,7	11,1	7,8	17,5	14,2	5,7	2,4	20,0	16,7	
7	Ostdeutschland	2,42	5,5	3,0	5,0	2,6	6,7	4,2	2,5	0,1	8,6	6,2	4,4	2,0	
8	Infrastruktur	0,33		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz (%Punkte)			100,0	13,5	100,0	13,3	100,0	14,0	100,0	13,7	100,0	12,5	100,0	13,5	

Wähleragenda Bundestag 2009			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	42,26	15,8	26,5	15,7	26,6	16,1	26,1	13,5	28,7	17,3	24,9
2	Wirtschaftspolitik	27,91	26,3	1,6	24,7	3,2	32,3	4,3	22,9	5,0	26,0	1,9
3	Sozialpolitik	14,69	10,9	3,8	10,8	3,9	11,3	3,4	9,4	5,3	11,8	2,9
4	Finanzpolitik	5,16	31,6	26,4	31,8	26,7	30,6	25,5	38,5	33,4	26,8	21,6
5	Bildungspolitik	3,70	1,8	1,9	2,2	1,5		3,7		3,7	3,9	0,2
6	Innere Sicherheit	2,46		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
7	Umweltpolitik	1,17	0,4	0,8	0,4	0,7		1,2		1,2	0,8	0,4
8	Infrastruktur	0,85	4,9	4,1	5,4	4,5	3,2	2,4	6,3	5,4	4,7	3,9
9	Verteidigungspolitik	0,72	3,9	3,1	3,6	2,9	4,8	4,1	4,2	3,4	3,1	2,4
10	Internationale Beziehungen	0,69	0,7	0,0	0,9	0,2		0,7	2,1	1,4		0,7
11	Ostdeutschland	0,40	0,4	0,0	0,4	0,1		0,4		0,4	0,8	0,4
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,6	6,4	91,0	6,6	93,5	6,8	90,6	8,2	91,3	5,6
Differenz Kand.-Mod.				0,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	39,08	15,8	23,3	15,7	23,4	16,1	23,0	13,5	25,5	17,3	21,8
2	Wirtschaftspolitik	30,53	26,3	4,2	24,7	5,9	32,3	1,7	22,9	7,6	26,0	4,5
3	Sozialpolitik	15,45	10,9	4,6	10,8	4,7	11,3	4,2	9,4	6,1	11,8	3,6
4	Finanzpolitik	5,45	31,6	26,1	31,8	26,4	30,6	25,2	38,5	33,1	26,8	21,3
5	Bildungspolitik	3,29	1,8	1,5	2,2	1,0		3,3		3,3	3,9	0,6
6	Innere Sicherheit	2,28		2,3		2,3		2,3		2,3		2,3
7	Internationale Beziehungen	1,27	0,7	0,6	0,9	0,4		1,3	2,1	0,8		1,3
8	Infrastruktur	1,27	4,9	3,6	5,4	4,1	3,2	2,0	6,3	5,0	4,7	3,5
9	Umweltpolitik	0,51	0,4	0,2	0,4	0,1		0,5		0,5	0,8	0,3
10	Ostdeutschland	0,50	0,4	0,1	0,4	0,1		0,5		0,5	0,8	0,3
11	Verteidigungspolitik	0,37	3,9	3,5	3,6	3,2	4,8	4,5	4,2	3,8	3,1	2,8
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,9	6,4	91,5	6,5	93,5	6,2	92,7	8,0	90,6	5,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	41,24	15,8	25,4	15,7	25,5	16,1	25,1	13,5	27,7	17,3	23,9
2	Wirtschaftspolitik	27,41	26,3	1,1	24,7	2,7	32,3	4,8	22,9	4,5	26,0	1,4
3	Sozialpolitik	14,41	10,9	3,5	10,8	3,6	11,3	3,1	9,4	5,0	11,8	2,6
4	Bildungspolitik	5,35	1,8	3,6	2,2	3,1		5,4		5,4	3,9	1,4
5	Finanzpolitik	5,06	31,6	26,5	31,8	26,8	30,6	25,6	38,5	33,5	26,8	21,7
6	Umweltpolitik	2,32	0,4	2,0	0,4	1,9		2,3		2,3	0,8	1,5
7	Innere Sicherheit	2,22		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
8	Verteidigungspolitik	0,94	3,9	2,9	3,6	2,6	4,8	3,9	4,2	3,2	3,1	2,2
9	Infrastruktur	0,74	4,9	4,2	5,4	4,6	3,2	2,5	6,3	5,5	4,7	4,0
10	Internationale Beziehungen	0,21	0,7	0,5	0,9	0,7		0,2	2,1	1,9		0,2
11	Ostdeutschland	0,10	0,4	0,2	0,4	0,3		0,1		0,1	0,8	0,7
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	90,5	6,6	89,2	6,7	95,2	6,8	88,5	8,3	89,8	5,6
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil	Nennung	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Aussagen		Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	46,93	15,8	31,1	15,7	31,2	16,1	30,8	13,5	33,4	17,3	29,6
2	Wirtschaftspolitik	25,75	26,3	0,6	24,7	1,1	32,3	6,5	22,9	2,8	26,0	0,2
3	Sozialpolitik	14,26	10,9	3,4	10,8	3,5	11,3	3,0	9,4	4,9	11,8	2,4
4	Finanzpolitik	4,99	31,6	26,6	31,8	26,9	30,6	25,7	38,5	33,6	26,8	21,8
5	Innere Sicherheit	2,96		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0
6	Bildungspolitik	2,02	1,8	0,3	2,2	0,2		2,0		2,0	3,9	1,9
7	Verteidigungspolitik	0,80	3,9	3,1	3,6	2,8	4,8	4,0	4,2	3,4	3,1	2,3
8	Internationale Beziehungen	0,67	0,7	0,0	0,9	0,2		0,7	2,1	1,4		0,7
9	Ostdeutschland	0,66	0,4	0,3	0,4	0,2		0,7		0,7	0,8	0,1
10	Infrastruktur	0,54	4,9	4,4	5,4	4,8	3,2	2,7	6,3	5,7	4,7	4,2
11	Umweltpolitik	0,40	0,4	0,1	0,4	0,0		0,4		0,4	0,8	0,4
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	90,9	6,6	89,7	6,7	95,2	7,2	90,6	8,3	89,0	6,1

Wähleragenda Schleswig-Holstein 2009			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	38,86	9,1	29,8	9,7	29,2	7,4	31,5	5,6	33,3	13,4	25,5
2	Bildungspolitik	19,23	28,4	9,1	29,5	10,2	25,3	6,0	36,5	17,3	23,2	4,0
3	Finanzpolitik	15,87	35,3	19,4	32,8	17,0	42,1	26,2	33,3	17,5	32,4	16,5
4	Wirtschaftspolitik	9,17	1,7	7,5	1,9	7,3	1,1	8,1	1,6	7,6	2,1	7,1
5	Sozialpolitik	7,73	5,5	2,2	4,9	2,9	7,4	0,4	3,2	4,6	6,3	1,4
6	Infrastruktur	4,92	18,2	13,3	18,7	13,7	16,8	11,9	17,5	12,5	19,7	14,8
7	Umweltpolitik	2,89	0,3	2,6	0,4	2,5		2,9		2,9	0,7	2,2
8	Innere Sicherheit	1,08	1,7	0,6	2,2	1,2		1,1	2,4	1,3	2,1	1,0
9	Ostdeutschland	0,17		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Verteidigungspolitik	0,08		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,5	100,0	8,4	100,0	8,8	100,0	9,7	100,0	7,3
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	42,13	9,1	33,0	9,7	32,4	7,4	34,8	5,6	36,6	13,4	28,7
2	Bildungspolitik	16,99	28,4	11,4	29,5	12,5	25,3	8,3	36,5	19,5	23,2	6,2
3	Finanzpolitik	15,64	35,3	19,6	32,8	17,2	42,1	26,5	33,3	17,7	32,4	16,8
4	Wirtschaftspolitik	12,08	1,7	10,4	1,9	10,2	1,1	11,0	1,6	10,5	2,1	10,0
5	Sozialpolitik	5,59	5,5	0,1	4,9	0,7	7,4	1,8	3,2	2,4	6,3	0,7
6	Infrastruktur	4,17	18,2	14,0	18,7	14,5	16,8	12,7	17,5	13,3	19,7	15,5
7	Umweltpolitik	1,99	0,3	1,7	0,4	1,6		2,0		2,0	0,7	1,3
8	Innere Sicherheit	1,01	1,7	0,6	2,2	1,2		1,0	2,4	1,4	2,1	1,1
9	Ostdeutschland	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10	Verteidigungspolitik	0,19		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	9,1	100,0	9,1	100,0	9,8	100,0	10,4	100,0	8,1
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	36,58	9,1	27,5	9,7	26,9	7,4	29,2	5,6	31,0	13,4	23,2
2	Bildungspolitik	22,87	28,4	5,5	29,5	6,6	25,3	2,4	36,5	13,6	23,2	0,4
3	Finanzpolitik	15,77	35,3	19,5	32,8	17,1	42,1	26,3	33,3	17,6	32,4	16,6
4	Sozialpolitik	7,56	5,5	2,1	4,9	2,7	7,4	0,2	3,2	4,4	6,3	1,2
5	Wirtschaftspolitik	6,55	1,7	4,9	1,9	4,7	1,1	5,5	1,6	5,0	2,1	4,4
6	Infrastruktur	6,36	18,2	11,8	18,7	12,3	16,8	10,5	17,5	11,1	19,7	13,4
7	Umweltpolitik	3,11	0,3	2,8	0,4	2,7		3,1		3,1	0,7	2,4
8	Innere Sicherheit	0,98	1,7	0,7	2,2	1,3		1,0	2,4	1,4	2,1	1,1
9	Ostdeutschland	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	8,3	100,0	8,3	100,0	8,7	100,0	9,7	100,0	7,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	36,85	9,1	27,8	9,7	27,1	7,4	29,5	5,6	31,3	13,4	23,5
2	Finanzpolitik	16,59	35,3	18,7	32,8	16,2	42,1	25,5	33,3	16,7	32,4	15,8
3	Bildungspolitik	16,24	28,4	12,1	29,5	13,2	25,3	9,0	36,5	20,3	23,2	7,0
4	Sozialpolitik	12,53	5,5	7,0	4,9	7,7	7,4	5,2	3,2	9,4	6,3	6,2
5	Wirtschaftspolitik	8,59	1,7	6,9	1,9	6,7	1,1	7,5	1,6	7,0	2,1	6,5
6	Umweltpolitik	4,30	0,3	4,0	0,4	3,9		4,3		4,3	0,7	3,6
7	Infrastruktur	3,48	18,2	14,7	18,7	15,2	16,8	13,4	17,5	14,0	19,7	16,2
8	Innere Sicherheit	1,43	1,7	0,2	2,2	0,8		1,4	2,4	0,9	2,1	0,7
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	11,4	100,0	11,4	100,0	12,0	100,0	13,0	100,0	9,9

Wähleragenda Brandenburg 2009			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	65,77	28,1	37,7	30,1	35,7	18,4	47,4	28,4	37,4	29,6	36,1	32,1	33,7	
2	Bildungspolitik	11,49	14,4	2,9	14,0	2,5	16,3	4,8	10,8	0,7	19,8	8,3	11,1	0,4	
3	Sozialpolitik	8,13	18,9	10,8	18,2	10,1	22,4	14,3	20,3	12,1	14,8	6,7	19,8	11,6	
4	Infrastruktur	5,58	13,7	8,1	13,6	8,0	14,3	8,7	16,2	10,6	9,9	4,3	14,8	9,2	
5	Wirtschaftspolitik	5,13	14,4	9,3	14,0	8,9	16,3	11,2	16,2	11,1	14,8	9,7	11,1	6,0	
6	Innere Sicherheit	1,31		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3	
7	Ostdeutschland	1,23	2,1	0,9	2,1	0,9	2,0	0,8		1,2	4,9	3,7	1,2	0,0	
8	Finanzpolitik	1,15	5,6	4,5	4,7	3,5	10,2	9,1	4,1	2,9	1,2	0,1	8,6	7,5	
9	Verteidigungspolitik	0,22		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	8,4	96,6	7,9	100,0	10,9	95,9	8,6	95,1	7,8	98,8	7,8
Differenz Kand.-Mod.					3,0										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	66,54	28,1	38,5	30,1	36,5	18,4	48,2	28,4	38,2	29,6	36,9	32,1	34,4	
2	Bildungspolitik	12,65	14,4	1,7	14,0	1,3	16,3	3,7	10,8	1,8	19,8	7,1	11,1	1,5	
3	Infrastruktur	7,17	13,7	6,5	13,6	6,4	14,3	7,1	16,2	9,0	9,9	2,7	14,8	7,6	
4	Sozialpolitik	6,10	18,9	12,8	18,2	12,1	22,4	16,3	20,3	14,2	14,8	8,7	19,8	13,7	
5	Wirtschaftspolitik	3,91	14,4	10,5	14,0	10,1	16,3	12,4	16,2	12,3	14,8	10,9	11,1	7,2	
6	Finanzpolitik	1,45	5,6	4,2	4,7	3,2	10,2	8,8	4,1	2,6	1,2	0,2	8,6	7,2	
7	Innere Sicherheit	1,30		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3	
8	Ostdeutschland	0,87	2,1	1,2	2,1	1,2	2,0	1,2		0,9	4,9	4,1	1,2	0,4	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	9,6	96,6	9,0	100,0	12,4	95,9	10,0	95,1	9,0	98,8	9,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	63,57	28,1	35,5	30,1	33,5	18,4	45,2	28,4	35,2	29,6	33,9	32,1	31,5	
2	Bildungspolitik	11,74	14,4	2,6	14,0	2,2	16,3	4,6	10,8	0,9	19,8	8,0	11,1	0,6	
3	Sozialpolitik	8,14	18,9	10,8	18,2	10,1	22,4	14,3	20,3	12,1	14,8	6,7	19,8	11,6	
4	Wirtschaftspolitik	7,83	14,4	6,6	14,0	6,1	16,3	8,5	16,2	8,4	14,8	7,0	11,1	3,3	
5	Infrastruktur	3,42	13,7	10,3	13,6	10,1	14,3	10,9	16,2	12,8	9,9	6,5	14,8	11,4	
6	Innere Sicherheit	2,54		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5	
7	Ostdeutschland	1,47	2,1	0,6	2,1	0,7	2,0	0,6		1,5	4,9	3,5	1,2	0,2	
8	Finanzpolitik	0,74	5,6	4,9	4,7	3,9	10,2	9,5	4,1	3,3	1,2	0,5	8,6	7,9	
9	Verteidigungspolitik	0,55		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	8,3	96,6	7,8	100,0	10,7	95,9	8,6	95,1	7,7	98,8	7,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	57,86	28,1	29,8	30,1	27,8	18,4	39,5	28,4	29,5	29,6	28,2	32,1	25,8	
2	Sozialpolitik	15,40	18,9	3,5	18,2	2,8	22,4	7,0	20,3	4,9	14,8	0,6	19,8	4,4	
3	Bildungspolitik	10,49	14,4	3,9	14,0	3,5	16,3	5,8	10,8	0,3	19,8	9,3	11,1	0,6	
4	Infrastruktur	9,04	13,7	4,6	13,6	4,5	14,3	5,2	16,2	7,2	9,9	0,8	14,8	5,8	
5	Wirtschaftspolitik	3,74	14,4	10,6	14,0	10,2	16,3	12,6	16,2	12,5	14,8	11,1	11,1	7,4	
6	Ostdeutschland	2,17	2,1	0,1	2,1	0,1	2,0	0,1		2,2	4,9	2,8	1,2	0,9	
7	Verteidigungspolitik	0,89		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9	
8	Finanzpolitik	0,41	5,6	5,2	4,7	4,2	10,2	9,8	4,1	3,6	1,2	0,8	8,6	8,2	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	7,3	96,6	6,8	100,0	10,1	95,9	7,6	95,1	6,8	98,8	6,7
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	70,78	28,1	42,7	30,1	40,7	18,4	52,4	28,4	42,4	29,6	41,2	32,1	38,7	
2	Sozialpolitik	9,05	18,9	9,9	18,2	9,2	22,4	13,4	20,3	11,2	14,8	5,8	19,8	10,7	
3	Bildungspolitik	8,98	14,4	5,4	14,0	5,0	16,3	7,3	10,8	1,8	19,8	10,8	11,1	2,1	
4	Wirtschaftspolitik	5,50	14,4	8,9	14,0	8,5	16,3	10,8	16,2	10,7	14,8	9,3	11,1	5,6	
5	Infrastruktur	2,53	13,7	11,2	13,6	11,0	14,3	11,8	16,2	13,7	9,9	7,3	14,8	12,3	
6	Finanzpolitik	1,30	5,6	4,3	4,7	3,4	10,2	8,9	4,1	2,8	1,2	0,1	8,6	7,3	
7	Ostdeutschland	1,28	2,1	0,8	2,1	0,8	2,0	0,8		1,3	4,9	3,7	1,2	0,0	
8	Innere Sicherheit	0,57		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz (%Punkte)			97,2	10,5	96,6	9,9	100,0	13,2	95,9	10,6	95,1	9,8	98,8	9,7	

Wähleragenda Nordrhein-Westfalen 2010			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	50,60	24,5	26,1	25,1	25,5	22,0	28,6	23,7	26,9	26,2	24,4
2	Finanzpolitik	14,75	15,5	0,7	15,3	0,5	16,0	1,2	21,1	6,3	11,2	3,5
3	Bildungspolitik	13,25	39,5	26,2	38,3	25,0	44,0	30,8	39,5	26,2	37,4	24,1
4	Wirtschaftspolitik	11,05	1,7	9,3	1,6	9,4	2,0	9,1	3,9	7,1		11,1
5	Sozialpolitik	8,08	12,4	4,4	13,1	5,0	10,0	1,9	7,9	0,2	16,8	8,7
6	Infrastruktur	1,31	5,6	4,3	5,5	4,2	6,0	4,7	2,6	1,3	7,5	6,2
7	Innere Sicherheit	0,81		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
8	Umweltpolitik	0,15		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,1	9,0	98,9	8,8	100,0	9,7	98,7	8,6	99,1	9,9
Differenz Kand.-Mod.				0,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	44,91	24,5	20,4	25,1	19,8	22,0	22,9	23,7	21,2	26,2	18,7
2	Wirtschaftspolitik	17,50	1,7	15,8	1,6	15,9	2,0	15,5	3,9	13,6	#NV	#NV
3	Finanzpolitik	16,22	15,5	0,8	15,3	0,9	16,0	0,2	21,1	4,8	11,2	5,0
4	Bildungspolitik	10,00	39,5	29,5	38,3	28,2	44,0	34,0	39,5	29,5	37,4	27,4
5	Sozialpolitik	6,96	12,4	5,5	13,1	6,2	10,0	3,0	7,9	0,9	16,8	9,9
6	Infrastruktur	2,27	5,6	3,3	5,5	3,2	6,0	3,7	2,6	0,4	7,5	5,2
7	Innere Sicherheit	1,64		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
8	Umweltpolitik	0,50		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,1	9,7	98,9	9,5	100,0	10,2	98,7	9,1	#NV	9,8
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	53,52	24,5	29,1	25,1	28,4	22,0	31,5	23,7	29,8	26,2	27,4
2	Finanzpolitik	14,48	15,5	1,0	15,3	0,8	16,0	1,5	21,1	6,6	11,2	3,3
3	Bildungspolitik	13,22	39,5	26,3	38,3	25,0	44,0	30,8	39,5	26,3	37,4	24,2
4	Wirtschaftspolitik	11,01	1,7	9,3	1,6	9,4	2,0	9,0	3,9	7,1		11,0
5	Sozialpolitik	7,07	12,4	5,4	13,1	6,0	10,0	2,9	7,9	0,8	16,8	9,8
6	Innere Sicherheit	0,71		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,6	11,9	93,4	11,7	94,0	12,7	96,1	11,9	91,6	12,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	51,85	24,5	27,4	25,1	26,7	22,0	29,9	23,7	28,2	26,2	25,7
2	Bildungspolitik	17,37	39,5	22,1	38,3	20,9	44,0	26,6	39,5	22,1	37,4	20,0
3	Finanzpolitik	13,46	15,5	2,0	15,3	1,8	16,0	2,5	21,1	7,6	11,2	2,2
4	Sozialpolitik	11,51	12,4	0,9	13,1	1,6	10,0	1,5	7,9	3,6	16,8	5,3
5	Wirtschaftspolitik	3,07	1,7	1,3	1,6	1,4	2,0	1,1	3,9	0,9		3,1
6	Infrastruktur	2,74	5,6	2,8	5,5	2,7	6,0	3,3	2,6	0,1	7,5	4,7
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,1	9,4	98,9	9,2	100,0	10,8	98,7	10,4	99,1	10,2

Wähleragenda Hamburg 2011, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	27,42	0,4	27,0		27,4	1,1	26,3		27,4		27,4
2	Sozialpolitik	23,63	8,4	15,3	8,8	14,8	7,7	15,9	6,1	17,6	11,4	12,2
3	Infrastruktur	11,96	25,6	13,6	25,0	13,0	26,4	14,4	28,8	16,8	21,4	9,5
4	Wirtschaftspolitik	10,69	1,3	9,4	1,5	9,2	1,1	9,6	1,5	9,2	1,4	9,3
5	Innere Sicherheit	9,28	21,1	11,9	25,7	16,5	14,3	5,0	25,8	16,5	25,7	16,4
6	Finanzpolitik	6,60	11,9	5,3	17,6	11,0	3,3	3,3	22,7	16,1	12,9	6,3
7	Internationale Beziehungen	4,49	0,4	4,0		4,5	1,1	3,4		4,5		4,5
8	Ostdeutschland	2,58		2,6		2,6		2,6		2,6		2,6
9	Umweltpolitik	2,12		2,1		2,1		2,1		2,1		2,1
10	Bildungspolitik	1,25	0,4	0,8	0,7	0,5		1,2		1,2	1,4	0,2
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	69,2	9,2	78,7	10,2	54,9	8,4	84,8	11,4	72,9	9,0
Differenz Kand.-Mod.				1,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	46,57	0,4	46,1		46,6	1,1	45,5		46,6		46,6
2	Finanzpolitik	17,07	11,9	5,2	17,6	0,6	3,3	13,8	22,7	5,7	12,9	4,2
3	Ostdeutschland	15,21		15,2		15,2		15,2		15,2		15,2
4	Innere Sicherheit	9,43	21,1	11,7	25,7	16,3	14,3	4,9	25,8	16,3	25,7	16,3
5	Sozialpolitik	6,86	8,4	1,5	8,8	2,0	7,7	0,8	6,1	0,8	11,4	4,6
6	Wirtschaftspolitik	4,86	1,3	3,5	1,5	3,4	1,1	3,8	1,5	3,3	1,4	3,4
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	43,2	13,9	53,7	14,0	27,5	14,0	56,1	14,7	51,4	15,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	30,97	0,4	30,5		31,0	1,1	29,9		31,0		31,0
2	Sozialpolitik	27,37	8,4	19,0	8,8	18,5	7,7	19,7	6,1	21,3	11,4	15,9
3	Infrastruktur	15,65	25,6	9,9	25,0	9,4	26,4	10,7	28,8	13,1	21,4	5,8
4	Finanzpolitik	6,50	11,9	5,4	17,6	11,1	3,3	3,2	22,7	16,2	12,9	6,4
5	Wirtschaftspolitik	5,75	1,3	4,4	1,5	4,3	1,1	4,6	1,5	4,2	1,4	4,3
6	Umweltpolitik	5,08		5,1		5,1		5,1		5,1		5,1
7	Internationale Beziehungen	4,85	0,4	4,4		4,8	1,1	3,7		4,8		4,8
8	Innere Sicherheit	3,83	21,1	17,3	25,7	21,9	14,3	10,5	25,8	21,9	25,7	21,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	69,2	12,0	78,7	13,3	54,9	10,9	84,8	14,7	72,9	11,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	26,72	8,4	18,4	8,8	17,9	7,7	19,0	6,1	20,7	11,4	15,3
2	Arbeitsmarktpolitik	18,05	0,4	17,6		18,0	1,1	17,0		18,0		18,0
3	Infrastruktur	16,00	25,6	9,5	25,0	9,0	26,4	10,4	28,8	12,8	21,4	5,4
4	Innere Sicherheit	14,69	21,1	6,5	25,7	11,0	14,3	0,4	25,8	11,1	25,7	11,0
5	Wirtschaftspolitik	13,14	1,3	11,8	1,5	11,7	1,1	12,0	1,5	11,6	1,4	11,7
6	Internationale Beziehungen	5,96	0,4	5,5		6,0	1,1	4,9		6,0		6,0
7	Bildungspolitik	3,01	0,4	2,6	0,7	2,3		3,0		3,0	1,4	1,6
8	Finanzpolitik	2,42	11,9	9,5	17,6	15,2	3,3	0,9	22,7	20,3	12,9	10,4
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	69,6	10,2	79,4	11,4	54,9	8,4	84,8	12,9	74,3	9,9

Wähleragenda Hamburg 2011, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	28,10	9,9	18,2	8,5	19,6	12,2	15,9	1,8	26,3	14,8	13,3
2	Infrastruktur	22,70	17,8	4,9	17,9	4,7	17,6	5,1	14,3	8,4	21,3	1,4
3	Sozialpolitik	16,79	3,1	13,6	2,6	14,2	4,1	12,7	3,6	13,2	1,6	15,1
4	Finanzpolitik	14,91	23,0	8,1	24,8	9,9	20,3	5,4	17,9	2,9	31,1	16,2
5	Arbeitsmarktpolitik	8,16	2,1	6,1	0,9	7,3	4,1	4,1		8,2	1,6	6,5
6	Innere Sicherheit	4,04	15,7	11,7	14,5	10,5	17,6	13,5	21,4	17,4	8,2	4,2
7	Wirtschaftspolitik	2,91	6,3	3,4	7,7	4,8	4,1	1,1	12,5	9,6	3,3	0,4
8	Kultur- und Freizeitpolitik	1,38	18,8	17,5	19,7	18,3	17,6	16,2	21,4	20,0	18,0	16,7
9	Umweltpolitik	1,02	3,1	2,1	3,4	2,4	2,7	1,7	7,1	6,1		1,0
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,9	9,5	96,6	10,2	97,3	8,4	92,9	12,5	100,0	8,3
Differenz Kand.-Mod.				1,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	27,55	17,8	9,8	17,9	9,6	17,6	10,0	14,3	13,3	21,3	6,2
2	Bildungspolitik	23,37	9,9	13,4	8,5	14,8	12,2	11,2	1,8	21,6	14,8	8,6
3	Sozialpolitik	15,93	3,1	12,8	2,6	13,4	4,1	11,9	3,6	12,4	1,6	14,3
4	Finanzpolitik	14,34	23,0	8,7	24,8	10,4	20,3	5,9	17,9	3,5	31,1	16,8
5	Arbeitsmarktpolitik	7,93	2,1	5,8	0,9	7,1	4,1	3,9		7,9	1,6	6,3
6	Wirtschaftspolitik	5,14	6,3	1,1	7,7	2,6	4,1	1,1	12,5	7,4	3,3	1,9
7	Innere Sicherheit	4,21	15,7	11,5	14,5	10,3	17,6	13,4	21,4	17,2	8,2	4,0
8	Kultur- und Freizeitpolitik	1,31	18,8	17,5	19,7	18,3	17,6	16,3	21,4	20,1	18,0	16,7
9	Umweltpolitik	0,22	3,1	2,9	3,4	3,2	2,7	2,5	7,1	6,9		0,2
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,9	9,3	96,6	10,0	97,3	8,5	92,9	12,3	100,0	8,3
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	30,27	9,9	20,3	8,5	21,7	12,2	18,1	1,8	28,5	14,8	15,5
2	Infrastruktur	20,65	17,8	2,8	17,9	2,7	17,6	3,1	14,3	6,4	21,3	0,7
3	Sozialpolitik	18,10	3,1	15,0	2,6	15,5	4,1	14,1	3,6	14,5	1,6	16,5
4	Finanzpolitik	14,43	23,0	8,6	24,8	10,4	20,3	5,8	17,9	3,4	31,1	16,7
5	Arbeitsmarktpolitik	8,81	2,1	6,7	0,9	8,0	4,1	4,8		8,8	1,6	7,2
6	Innere Sicherheit	3,71	15,7	12,0	14,5	10,8	17,6	13,9	21,4	17,7	8,2	4,5
7	Kultur- und Freizeitpolitik	1,79	18,8	17,1	19,7	17,9	17,6	15,8	21,4	19,6	18,0	16,2
8	Wirtschaftspolitik	1,54	6,3	4,7	7,7	6,2	4,1	2,5	12,5	11,0	3,3	1,7
9	Umweltpolitik	0,70	3,1	2,4	3,4	2,7	2,7	2,0	7,1	6,4		0,7
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,9	10,0	96,6	10,6	97,3	8,9	92,9	12,9	100,0	8,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	27,95	9,9	18,0	8,5	19,4	12,2	15,8	1,8	26,2	14,8	13,2
2	Infrastruktur	22,64	17,8	4,8	17,9	4,7	17,6	5,1	14,3	8,4	21,3	1,3
3	Finanzpolitik	15,73	23,0	7,3	24,8	9,1	20,3	4,5	17,9	2,1	31,1	15,4
4	Sozialpolitik	15,71	3,1	12,6	2,6	13,1	4,1	11,7	3,6	12,1	1,6	14,1
5	Arbeitsmarktpolitik	7,53	2,1	5,4	0,9	6,7	4,1	3,5		7,5	1,6	5,9
6	Innere Sicherheit	4,33	15,7	11,4	14,5	10,2	17,6	13,2	21,4	17,1	8,2	3,9
7	Wirtschaftspolitik	3,37	6,3	2,9	7,7	4,3	4,1	0,7	12,5	9,1	3,3	0,1
8	Umweltpolitik	1,77	3,1	1,4	3,4	1,7	2,7	0,9	7,1	5,4		1,8
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,95	18,8	17,9	19,7	18,7	17,6	16,6	21,4	20,5	18,0	17,1
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	81,2	9,1	80,3	9,8	82,4	8,0	78,6	12,0	82,0	8,1

Wähleragenda Sachsen-Anhalt 2011			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	60,32	35,7	24,7	36,4	23,9	33,3	27,0	42,0	18,3	29,6	30,7	33,3	27,0	
2	Wirtschaftspolitik	12,45	2,1	10,4	1,9	10,6	2,8	9,7	4,0	8,5		12,5		12,5	
3	Ostdeutschland	9,79	6,3	3,5	6,5	3,2	5,6	4,2	8,0	1,8	3,7	6,1	6,7	3,1	
4	Sozialpolitik	8,67	7,0	1,7	5,6	3,1	11,1	2,4	2,0	6,7	11,1	2,4	6,7	2,0	
5	Bildungspolitik	4,45	30,8	26,3	34,6	30,1	19,4	15,0	32,0	27,6	37,0	32,6	36,7	32,2	
6	Infrastruktur	2,06	11,9	9,8	9,3	7,3	19,4	17,4	10,0	7,9	7,4	5,3	10,0	7,9	
7	Finanzpolitik	1,64	2,8	1,2	2,8	1,2	2,8	1,1	2,0	0,4		1,6	6,7	5,0	
8	Umweltpolitik	0,63	2,1	1,5	1,9	1,2	2,8	2,2		0,6	7,4	6,8		0,6	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	98,6	9,9	99,1	10,1	97,2	9,9	100,0	9,0	96,3	12,3	100,0	11,3
Differenz Kand.-Mod.					0,2										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	59,39	35,7	23,7	36,4	22,9	33,3	26,1	42,0	17,4	29,6	29,8	33,3	26,1	
2	Wirtschaftspolitik	19,57	2,1	17,5	1,9	17,7	2,8	16,8	4,0	15,6		19,6		19,6	
3	Ostdeutschland	14,48	6,3	8,2	6,5	7,9	5,6	8,9	8,0	6,5	3,7	10,8	6,7	7,8	
4	Infrastruktur	3,32	11,9	8,6	9,3	6,0	19,4	16,1	10,0	6,7	7,4	4,1	10,0	6,7	
5	Bildungspolitik	3,24	30,8	27,5	34,6	31,3	19,4	16,2	32,0	28,8	37,0	33,8	36,7	33,4	
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	86,7	17,1	88,8	17,2	80,6	16,8	96,0	15,0	77,8	19,6	86,7	18,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	67,38	35,7	31,7	36,4	30,9	33,3	34,0	42,0	25,4	29,6	37,8	33,3	34,0	
2	Sozialpolitik	16,06	7,0	9,1	5,6	10,5	11,1	4,9	2,0	14,1	11,1	4,9	6,7	9,4	
3	Ostdeutschland	4,61	6,3	1,7	6,5	1,9	5,6	0,9	8,0	3,4	3,7	0,9	6,7	2,1	
4	Bildungspolitik	4,19	30,8	26,6	34,6	30,4	19,4	15,3	32,0	27,8	37,0	32,8	36,7	32,5	
5	Infrastruktur	2,98	11,9	8,9	9,3	6,4	19,4	16,5	10,0	7,0	7,4	4,4	10,0	7,0	
6	Finanzpolitik	2,54	2,8	0,3	2,8	0,3	2,8	0,2	2,0	0,5		2,5	6,7	4,1	
7	Wirtschaftspolitik	1,27	2,1	0,8	1,9	0,6	2,8	1,5	4,0	2,7		1,3		1,3	
8	Umweltpolitik	0,98	2,1	1,1	1,9	0,9	2,8	1,8		1,0	7,4	6,4		1,0	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	98,6	10,0	99,1	10,2	97,2	9,4	100,0	10,2	96,3	11,4	100,0	11,4
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	33,55	35,7	2,1	36,4	2,9	33,3	0,2	42,0	8,4	29,6	3,9	33,3	0,2	
2	Wirtschaftspolitik	31,82	2,1	29,7	1,9	30,0	2,8	29,0	4,0	27,8		31,8		31,8	
3	Sozialpolitik	14,17	7,0	7,2	5,6	8,6	11,1	3,1	2,0	12,2	11,1	3,1	6,7	7,5	
4	Ostdeutschland	11,37	6,3	5,1	6,5	4,8	5,6	5,8	8,0	3,4	3,7	7,7	6,7	4,7	
5	Bildungspolitik	4,05	30,8	26,7	34,6	30,5	19,4	15,4	32,0	28,0	37,0	33,0	36,7	32,6	
6	Infrastruktur	3,02	11,9	8,9	9,3	6,3	19,4	16,4	10,0	7,0	7,4	4,4	10,0	7,0	
7	Finanzpolitik	2,01	2,8	0,8	2,8	0,8	2,8	0,8	2,0	0,0		2,0	6,7	4,7	
8															
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	96,5	11,5	97,2	12,0	94,4	10,1	100,0	12,4	88,9	12,3	100,0	12,6
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	67,38	35,7	31,7	36,4	30,9	33,3	34,0	42,0	25,4	29,6	37,8	33,3	34,0	
2	Sozialpolitik	16,06	7,0	9,1	5,6	10,5	11,1	4,9	2,0	14,1	11,1	4,9	6,7	9,4	
3	Ostdeutschland	4,61	6,3	1,7	6,5	1,9	5,6	0,9	8,0	3,4	3,7	0,9	6,7	2,1	
4	Bildungspolitik	4,19	30,8	26,6	34,6	30,4	19,4	15,3	32,0	27,8	37,0	32,8	36,7	32,5	
5	Infrastruktur	2,98	11,9	8,9	9,3	6,4	19,4	16,5	10,0	7,0	7,4	4,4	10,0	7,0	
6	Finanzpolitik	2,54	2,8	0,3	2,8	0,3	2,8	0,2	2,0	0,5		2,5	6,7	4,1	
7	Wirtschaftspolitik	1,27	2,1	0,8	1,9	0,6	2,8	1,5	4,0	2,7		1,3		1,3	
8	Umweltpolitik	0,98	2,1	1,1	1,9	0,9	2,8	1,8		1,0	7,4	6,4		1,0	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	98,6	10,0	99,1	10,2	97,2	9,4	100,0	10,2	96,3	11,4	100,0	11,4

Wähleragenda Baden-Württemberg 2011			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	58,14	38,6	19,5	40,7	17,4	30,9	27,3	43,3	14,8	38,0	20,1
2	Arbeitsmarktpolitik	14,37	9,8	4,6	8,1	6,3	16,2	1,8	7,9	6,5	8,3	6,1
3	Sozialpolitik	10,04	0,9	9,1	1,2	8,8		10,0	1,6	8,5	0,8	9,2
4	Bildungspolitik	5,63	27,2	21,6	27,8	22,2	25,0	19,4	27,6	21,9	28,1	22,5
5	Wirtschaftspolitik	4,76	5,4	0,6	4,0	0,7	10,3	5,5	3,1	1,6	5,0	0,2
6	Finanzpolitik	4,65	17,7	13,1	17,7	13,1	17,6	13,0	15,7	11,1	19,8	15,2
7	Internationale Beziehungen	1,22		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
8	Innere Sicherheit	1,19		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	8,9	99,6	8,9	100,0	9,9	99,2	8,4	100,0	9,5
Differenz Kand.-Mod.				1,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	43,12	38,6	4,5	40,7	2,4	30,9	12,2	43,3	0,2	38,0	5,1
2	Arbeitsmarktpolitik	18,37	9,8	8,6	8,1	10,3	16,2	2,2	7,9	10,5	8,3	10,1
3	Wirtschaftspolitik	13,87	5,4	8,5	4,0	9,8	10,3	3,6	3,1	10,7	5,0	8,9
4	Sozialpolitik	11,10	0,9	10,1	1,2	9,9		11,1	1,6	9,5	0,8	10,3
5	Bildungspolitik	6,89	27,2	20,3	27,8	20,9	25,0	18,1	27,6	20,7	28,1	21,2
6	Innere Sicherheit	3,49		3,5		3,5		3,5		3,5		3,5
7	Finanzpolitik	1,95	17,7	15,8	17,7	15,8	17,6	15,7	15,7	13,8	19,8	17,9
8	Internationale Beziehungen	1,22		1,2		1,2		1,2		1,2		1,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	9,1	99,6	9,2	100,0	8,5	99,2	8,8	100,0	9,8
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	61,65	38,6	23,0	40,7	20,9	30,9	30,8	43,3	18,3	38,0	23,6
2	Arbeitsmarktpolitik	11,82	9,8	2,0	8,1	3,8	16,2	4,4	7,9	3,9	8,3	3,6
3	Sozialpolitik	9,52	0,9	8,6	1,2	8,3	#NV	#NV	1,6	7,9	0,8	8,7
4	Bildungspolitik	7,33	27,2	19,9	27,8	20,5	25,0	17,7	27,6	20,2	28,1	20,8
5	Finanzpolitik	6,46	17,7	11,3	17,7	11,3	17,6	11,2	15,7	9,3	19,8	13,4
6	Internationale Beziehungen	1,89		1,9		1,9		1,9		1,9		1,9
7	Wirtschaftspolitik	1,33	5,4	4,0	4,0	2,7	10,3	9,0	3,1	1,8	5,0	3,6
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	10,1	99,6	9,9	#NV	12,5	99,2	9,1	100,0	10,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	67,08	38,6	28,5	40,7	26,3	30,9	36,2	43,3	23,8	38,0	29,1
2	Arbeitsmarktpolitik	14,93	9,8	5,1	8,1	6,9	16,2	1,2	7,9	7,1	8,3	6,7
3	Sozialpolitik	9,92	0,9	9,0	1,2	8,7		9,9	1,6	8,3	0,8	9,1
4	Finanzpolitik	4,13	17,7	13,6	17,7	13,6	17,6	13,5	15,7	11,6	19,8	15,7
5	Wirtschaftspolitik	1,68	5,4	3,7	4,0	2,3	10,3	8,6	3,1	1,5	5,0	3,3
6	Bildungspolitik	1,27	27,2	25,9	27,8	26,6	25,0	23,7	27,6	26,3	28,1	26,8
7	Innere Sicherheit	0,99		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	12,4	99,6	12,2	100,0	13,5	99,2	11,4	100,0	13,1

Wähleragenda Rheinland-Pfalz 2011			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	28,21	7,6	20,6	7,4	20,8	11,1	17,1	7,8	20,4	7,1	21,1	
2	Finanzpolitik	27,32	10,7	16,7	10,6	16,7	11,1	16,2	7,8	19,5	13,3	14,1	
3	Infrastruktur	14,94	20,8	5,9	20,2	5,3	33,3	18,4	21,1	6,2	19,4	4,4	
4	Sozialpolitik	13,75		13,8		13,8		13,8		13,8		13,8	
5	Bildungspolitik	13,71	34,5	20,8	34,6	20,9	33,3	19,6	31,1	17,4	37,8	24,0	
6	Umweltpolitik	1,25	3,6	2,3	3,7	2,5		1,3	3,3	2,1	4,1	2,8	
7	Innere Sicherheit	0,81		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8	
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,2	11,5	76,6	11,5	88,9	12,4	71,1	11,5	81,6	11,6	
Differenz Kand.-Mod.				0,9									
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Finanzpolitik	23,40	10,7	12,7	10,6	12,8	11,1	12,3	7,8	15,6	13,3	10,1	
2	Arbeitsmarktpolitik	22,16	7,6	14,5	7,4	14,7	11,1	11,0	7,8	14,4	7,1	15,0	
3	Bildungspolitik	20,35	34,5	14,2	34,6	14,2	33,3	13,0	31,1	10,8	37,8	17,4	
4	Infrastruktur	17,76	20,8	3,1	20,2	2,5	33,3	15,6	21,1	3,3	19,4	1,6	
5	Sozialpolitik	14,56		14,6		14,6		14,6		14,6		14,6	
6	Umweltpolitik	1,77	3,6	1,8	3,7	2,0		1,8	3,3	1,6	4,1	2,3	
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,2	10,1	76,6	10,1	88,9	11,4	71,1	10,0	81,6	10,2	
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Finanzpolitik	47,62	10,7	37,0	10,6	37,0	11,1	36,5	7,8	39,8	13,3	34,4	
2	Infrastruktur	16,96	20,8	3,9	20,2	3,3	33,3	16,4	21,1	4,2	19,4	2,4	
3	Arbeitsmarktpolitik	16,11	7,6	8,5	7,4	8,7	11,1	5,0	7,8	8,3	7,1	9,0	
4	Sozialpolitik	13,91		13,9		13,9		13,9		13,9		13,9	
5	Innere Sicherheit	3,10		3,1		3,1		3,1		3,1		3,1	
6	Bildungspolitik	2,30	34,5	32,2	34,6	32,3	33,3	31,0	31,1	28,8	37,8	35,5	
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	73,6	16,4	72,9	16,4	88,9	17,7	67,8	16,4	77,6	16,4	
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil Nennung	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	52,07	7,6	44,5	7,4	44,6	11,1	41,0	7,8	44,3	7,1	44,9	
2	Finanzpolitik	14,08	10,7	3,4	10,6	3,4	11,1	3,0	7,8	6,3	13,3	0,8	
3	Bildungspolitik	12,74	34,5	21,8	34,6	21,8	33,3	20,6	31,1	18,4	37,8	25,0	
4	Sozialpolitik	12,05		12,1		12,1		12,1		12,1		12,1	
5	Infrastruktur	7,52	20,8	13,3	20,2	12,7	33,3	25,8	21,1	13,6	19,4	11,9	
6	Umweltpolitik	1,55	3,6	2,0	3,7	2,2		1,5	3,3	1,8	4,1	2,5	
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	77,2	16,2	76,6	16,1	88,9	17,3	71,1	16,1	81,6	16,2	

Wähleragenda Mecklenburg-Vorpommern 2011			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	70,85	38,4	32,4	36,3	34,6	45,6	25,2	33,0	37,8	40,5	30,4
2	Wirtschaftspolitik	9,13	2,8	6,3	2,6	6,5	3,5	5,6	4,6	4,5		9,1
3	Sozialpolitik	6,58	14,8	8,2	13,0	6,4	21,1	14,5	11,0	4,4	15,5	8,9
4	Finanzpolitik	4,29	4,0	0,3	4,7	0,4	1,8	2,5	5,5	1,2	3,6	0,7
5	Ostdeutschland	2,89	11,6	8,7	14,5	11,6	1,8	1,1	12,8	10,0	16,7	13,8
6	Bildungspolitik	2,82	18,8	16,0	19,7	16,9	15,8	13,0	23,9	21,0	14,3	11,5
7	Umweltpolitik	1,65		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
8	Innere Sicherheit	1,20	4,0	2,8	2,1	0,9	10,5	9,3		1,2	4,8	3,6
9	Infrastruktur	0,59	4,4	3,8	5,7	5,1		0,6	9,2	8,6	1,2	0,6
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	94,4	8,9	92,7	9,3	100,0	8,2	90,8	10,0	95,2	8,9
Differenz Kand.-Mod.				1,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	66,59	38,4	28,2	36,3	30,3	45,6	21,0	33,0	33,6	40,5	26,1
2	Wirtschaftspolitik	10,37	2,8	7,6	2,6	7,8	3,5	6,9	4,6	5,8		10,4
3	Sozialpolitik	8,83	14,8	6,0	13,0	4,1	21,1	12,2	11,0	2,2	15,5	6,6
4	Ostdeutschland	3,26	11,6	8,3	14,5	11,3	1,8	1,5	12,8	9,6	16,7	13,4
5	Bildungspolitik	3,23	18,8	15,6	19,7	16,5	15,8	12,6	23,9	20,6	14,3	11,1
6	Finanzpolitik	3,03	4,0	1,0	4,7	1,6	1,8	1,3	5,5	2,5	3,6	0,5
7	Umweltpolitik	2,89		2,9		2,9		2,9		2,9		2,9
8	Innere Sicherheit	1,52	4,0	2,5	2,1	0,6	10,5	9,0		1,5	4,8	3,2
9	Infrastruktur	0,28	4,4	4,1	5,7	5,4		0,3	9,2	8,9	1,2	0,9
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	94,4	8,5	92,7	8,9	100,0	7,5	90,8	9,7	95,2	8,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	65,78	38,4	27,4	36,3	29,5	45,6	20,2	33,0	32,8	40,5	25,3
2	Finanzpolitik	20,60	4,0	16,6	4,7	15,9	1,8	18,8	5,5	15,1	3,6	17,0
3	Wirtschaftspolitik	10,87	2,8	8,1	2,6	8,3	3,5	7,4	4,6	6,3	#NV	#NV
4	Bildungspolitik	2,75	18,8	16,0	19,7	16,9	15,8	13,0	23,9	21,1	14,3	11,5
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	64,0	17,0	63,2	17,7	66,7	14,9	67,0	18,8	#NV	18,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	80,81	38,4	42,4	36,3	44,5	45,6	35,2	33,0	47,8	40,5	40,3
2	Wirtschaftspolitik	6,13	2,8	3,3	2,6	3,5	3,5	2,6	4,6	1,5		6,1
3	Sozialpolitik	5,07	14,8	9,7	13,0	7,9	21,1	16,0	11,0	5,9	15,5	10,4
4	Ostdeutschland	3,38	11,6	8,2	14,5	11,1	1,8	1,6	12,8	9,5	16,7	13,3
5	Bildungspolitik	2,08	18,8	16,7	19,7	17,6	15,8	13,7	23,9	21,8	14,3	12,2
6	Infrastruktur	1,41	4,4	3,0	5,7	4,3		1,4	9,2	7,8	1,2	0,2
7	Innere Sicherheit	1,12	4,0	2,9	2,1	1,0	10,5	9,4		1,1	4,8	3,6
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	94,8	12,3	93,8	12,8	98,2	11,4	94,5	13,6	92,9	12,3

Wähleragenda Berlin 2011, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Innere Sicherheit	22,52	12,2	10,3	9,9	12,6	18,2	4,3	10,3	12,2	9,2	13,3
2	Sozialpolitik	21,97	10,5	11,5	12,2	9,8	6,1	15,9	12,1	9,8	12,3	9,7
3	Finanzpolitik	16,48	10,9	5,6	12,2	4,3	7,6	8,9	14,0	2,5	9,2	7,2
4	Arbeitsmarktpolitik	15,54	8,4	7,1	7,6	8,0	10,6	4,9	8,4	7,1	6,2	9,4
5	Bildungspolitik	9,99	19,7	9,8	20,9	10,9	16,7	6,7	22,4	12,4	18,5	8,5
6	Infrastruktur	6,86	25,6	18,8	25,0	18,1	27,3	20,4	23,4	16,5	27,7	20,8
7	Wirtschaftspolitik	5,91	10,1	4,2	10,5	4,6	9,1	3,2	8,4	2,5	13,8	7,9
8	Ostdeutschland	0,73		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,5	8,5	98,3	8,6	95,5	8,1	99,1	8,0	96,9	9,7
Differenz Kand.-Mod.				0,5								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	22,83	10,5	12,3	12,2	10,6	6,1	16,8	12,1	10,7	12,3	10,5
2	Finanzpolitik	19,63	10,9	8,7	12,2	7,4	7,6	12,1	14,0	5,6	9,2	10,4
3	Innere Sicherheit	16,85	12,2	4,7	9,9	7,0	18,2	1,3	10,3	6,6	9,2	7,6
4	Arbeitsmarktpolitik	14,58	8,4	6,2	7,6	7,0	10,6	4,0	8,4	6,2	6,2	8,4
5	Bildungspolitik	9,94	19,7	9,8	20,9	11,0	16,7	6,7	22,4	12,5	18,5	8,5
6	Infrastruktur	8,54	25,6	17,1	25,0	16,5	27,3	18,7	23,4	14,8	27,7	19,2
7	Wirtschaftspolitik	6,24	10,1	3,8	10,5	4,2	9,1	2,9	8,4	2,2	13,8	7,6
8	Ostdeutschland	1,39		1,4		1,4		1,4		1,4		1,4
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,5	8,0	98,3	8,1	95,5	8,0	99,1	7,5	96,9	9,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Innere Sicherheit	33,36	12,2	21,2	9,9	23,5	18,2	15,2	10,3	23,1	9,2	24,1
2	Sozialpolitik	18,07	10,5	7,6	12,2	5,9	6,1	12,0	12,1	5,9	12,3	5,8
3	Arbeitsmarktpolitik	15,35	8,4	7,0	7,6	7,8	10,6	4,7	8,4	6,9	6,2	9,2
4	Finanzpolitik	14,74	10,9	3,8	12,2	2,5	7,6	7,2	14,0	0,7	9,2	5,5
5	Bildungspolitik	8,63	19,7	11,1	20,9	12,3	16,7	8,0	22,4	13,8	18,5	9,8
6	Wirtschaftspolitik	7,85	10,1	2,2	10,5	2,6	9,1	1,2	8,4	0,6	13,8	6,0
7	Infrastruktur	1,99	25,6	23,6	25,0	23,0	27,3	25,3	23,4	21,4	27,7	25,7
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,5	10,9	98,3	11,1	95,5	10,5	99,1	10,3	96,9	12,3
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Innere Sicherheit	26,02	12,2	13,8	9,9	16,1	18,2	7,8	10,3	15,7	9,2	16,8
2	Sozialpolitik	22,87	10,5	12,4	12,2	10,7	6,1	16,8	12,1	10,7	12,3	10,6
3	Arbeitsmarktpolitik	17,41	8,4	9,0	7,6	9,9	10,6	6,8	8,4	9,0	6,2	11,3
4	Finanzpolitik	11,84	10,9	0,9	12,2	0,4	7,6	4,3	14,0	2,2	9,2	2,6
5	Bildungspolitik	10,93	19,7	8,8	20,9	10,0	16,7	5,7	22,4	11,5	18,5	7,5
6	Infrastruktur	6,86	25,6	18,8	25,0	18,1	27,3	20,4	23,4	16,5	27,7	20,8
7	Wirtschaftspolitik	4,07	10,1	6,0	10,5	6,4	9,1	5,0	8,4	4,3	13,8	9,8
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,5	10,0	98,3	10,2	95,5	9,6	99,1	10,0	96,9	11,3

Wähleragenda Berlin 2011, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Innere Sicherheit	22,52	2,4	20,1	1,9	20,6	3,2	19,3	1,9	20,6	2,0	20,6
2	Sozialpolitik	21,97	11,5	10,5	8,7	13,2	16,1	5,8	11,5	10,4	5,9	16,1
3	Finanzpolitik	16,48	13,3	3,1	16,5	0,0	8,1	8,4	11,5	4,9	21,6	5,1
4	Arbeitsmarktpolitik	15,54	12,1	3,4	10,7	4,9	14,5	1,0	17,3	1,8	3,9	11,6
5	Bildungspolitik	9,99	2,4	7,6	1,9	8,0	3,2	6,8	1,9	8,1	2,0	8,0
6	Infrastruktur	6,86	43,0	36,2	47,6	40,7	35,5	28,6	46,2	39,3	49,0	42,2
7	Wirtschaftspolitik	5,91	12,7	6,8	12,6	6,7	12,9	7,0	9,6	3,7	15,7	9,8
8	Ostdeutschland	0,73		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,6	11,1	100,0	11,9	93,5	9,7	100,0	11,2	100,0	14,3
Differenz Kand.-Mod.				2,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Finanzpolitik	23,00	13,3	9,7	16,5	6,5	8,1	14,9	11,5	11,5	21,6	1,4
2	Sozialpolitik	20,50	11,5	9,0	8,7	11,8	16,1	4,4	11,5	9,0	5,9	14,6
3	Innere Sicherheit	18,94	2,4	16,5	1,9	17,0	3,2	15,7	1,9	17,0	2,0	17,0
4	Arbeitsmarktpolitik	14,87	12,1	2,8	10,7	4,2	14,5	0,4	17,3	2,4	3,9	11,0
5	Bildungspolitik	8,67	2,4	6,2	1,9	6,7	3,2	5,4	1,9	6,8	2,0	6,7
6	Infrastruktur	7,01	43,0	36,0	47,6	40,6	35,5	28,5	46,2	39,1	49,0	42,0
7	Wirtschaftspolitik	5,11	12,7	7,6	12,6	7,5	12,9	7,8	9,6	4,5	15,7	10,6
8	Ostdeutschland	1,88		1,9		1,9		1,9		1,9		1,9
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,6	11,2	100,0	12,0	93,5	9,9	100,0	11,5	100,0	13,1
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Sozialpolitik	29,45	11,5	17,9	8,7	20,7	16,1	13,3	11,5	17,9	5,9	23,6
2	Arbeitsmarktpolitik	13,76	12,1	1,6	10,7	3,1	14,5	0,8	17,3	3,5	3,9	9,8
3	Bildungspolitik	13,55	2,4	11,1	1,9	11,6	3,2	10,3	1,9	11,6	2,0	11,6
4	Infrastruktur	12,88	43,0	30,1	47,6	34,7	35,5	22,6	46,2	33,3	49,0	36,1
5	Innere Sicherheit	10,89	2,4	8,5	1,9	9,0	3,2	7,7	1,9	9,0	2,0	8,9
6	Finanzpolitik	10,03	13,3	3,3	16,5	6,5	8,1	2,0	11,5	1,5	21,6	11,5
7	Wirtschaftspolitik	9,44	12,7	3,3	12,6	3,2	12,9	3,5	9,6	0,2	15,7	6,2
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,6	10,8	100,0	12,7	93,5	8,6	100,0	11,0	100,0	15,4
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Innere Sicherheit	28,86	2,4	26,4	1,9	26,9	3,2	25,6	1,9	26,9	2,0	26,9
2	Sozialpolitik	21,01	11,5	9,5	8,7	12,3	16,1	4,9	11,5	9,5	5,9	15,1
3	Arbeitsmarktpolitik	16,62	12,1	4,5	10,7	5,9	14,5	2,1	17,3	0,7	3,9	12,7
4	Finanzpolitik	12,96	13,3	0,4	16,5	3,5	8,1	4,9	11,5	1,4	21,6	8,6
5	Bildungspolitik	10,04	2,4	7,6	1,9	8,1	3,2	6,8	1,9	8,1	2,0	8,1
6	Wirtschaftspolitik	5,53	12,7	7,2	12,6	7,1	12,9	7,4	9,6	4,1	15,7	10,2
7	Infrastruktur	4,97	43,0	38,1	47,6	42,6	35,5	30,5	46,2	41,2	49,0	44,0
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	97,6	13,4	100,0	15,2	93,5	11,7	100,0	13,1	100,0	17,9

Wähleragenda Saarland 2012			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Internationale Beziehungen	29,57		29,6		29,6		29,6		29,6		29,6
2	Arbeitsmarktpolitik	21,39	3,3	18,1	4,3	17,0		21,4	2,4	19,0	5,9	15,5
3	Finanzpolitik	15,18	37,7	22,5	38,0	22,9	36,7	21,5	36,6	21,4	39,2	24,0
4	Sozialpolitik	14,56	8,2	6,4	7,6	6,9	10,0	4,6	9,8	4,8	5,9	8,7
5	Wirtschaftspolitik	13,76	18,0	4,3	18,5	4,7	16,7	2,9	17,1	3,3	19,6	5,8
6	Infrastruktur	5,54	12,3	6,8	10,9	5,3	16,7	11,1	14,6	9,1	7,8	2,3
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	79,5	14,6	79,3	14,4	80,0	15,2	80,5	14,5	78,4	14,3
Differenz Kand.-Mod.				0,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Wirtschaftspolitik	36,71	18,0	18,7	18,5	18,2	16,7	20,0	17,1	19,6	19,6	17,1
2	Finanzpolitik	29,01	37,7	8,7	38,0	9,0	36,7	7,7	36,6	7,6	39,2	10,2
3	Internationale Beziehungen	14,06		14,1		14,1		14,1		14,1		14,1
4	Sozialpolitik	13,07	8,2	4,9	7,6	5,5	10,0	3,1	9,8	3,3	5,9	7,2
5	Arbeitsmarktpolitik	7,16	3,3	3,9	4,3	2,8		7,2	2,4	4,7	5,9	1,3
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	67,2	10,0	68,5	9,9	63,3	10,4	65,9	9,9	70,6	10,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Internationale Beziehungen	64,06		64,1		64,1		64,1		64,1		64,1
2	Infrastruktur	21,02	12,3	8,7	10,9	10,1	16,7	4,4	14,6	6,4	7,8	13,2
3	Finanzpolitik	12,56	37,7	25,1	38,0	25,5	36,7	24,1	36,6	24,0	39,2	26,7
4	Arbeitsmarktpolitik	2,37	3,3	0,9	4,3	2,0		2,4	2,4	0,1	5,9	3,5
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	53,3	24,7	53,3	25,4	53,3	23,7	53,7	23,6	52,9	26,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	40,23	3,3	36,9	4,3	35,9		40,2	2,4	37,8	5,9	34,3
2	Sozialpolitik	23,59	8,2	15,4	7,6	16,0	10,0	13,6	9,8	13,8	5,9	17,7
3	Internationale Beziehungen	19,04		19,0		19,0		19,0		19,0		19,0
4	Finanzpolitik	8,75	37,7	29,0	38,0	29,3	36,7	27,9	36,6	27,8	39,2	30,5
5	Wirtschaftspolitik	8,39	18,0	9,6	18,5	10,1	16,7	8,3	17,1	8,7	19,6	11,2
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	67,2	22,0	68,5	22,1	63,3	21,8	65,9	21,4	70,6	22,6

Wähleragenda Nordrhein-Westfalen 2012			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	23,52	17,1	6,4	17,1	6,5	17,6	5,9	12,7	10,8	21,1	2,4
2	Sozialpolitik	20,54	27,8	7,2	26,5	5,9	33,8	13,2	26,7	6,1	26,3	5,7
3	Internationale Beziehungen	16,19		16,2		16,2		16,2		16,2		16,2
4	Finanzpolitik	12,58	36,5	23,9	35,9	23,3	39,2	26,6	35,8	23,2	36,0	23,4
5	Innere Sicherheit	9,43	1,7	7,7	2,1	7,4		9,4	3,6	5,8	0,6	8,9
6	Wirtschaftspolitik	9,36	1,0	8,4	1,2	8,2		9,4	2,4	6,9		9,4
7	Bildungspolitik	5,25	1,9	3,3	2,4	2,9		5,3	3,6	1,6	1,1	4,1
8	Umweltpolitik	2,51		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
9	Infrastruktur	0,62	13,5	12,9	14,4	13,8	9,5	8,8	13,9	13,3	14,9	14,2
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	86,0	9,8	85,0	9,6	90,5	10,8	84,8	9,6	85,1	9,6
Differenz Kand.-Mod.				1,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	26,65	17,1	9,5	17,1	9,6	17,6	9,1	12,7	13,9	21,1	5,5
2	Sozialpolitik	19,76	27,8	8,0	26,5	6,7	33,8	14,0	26,7	6,9	26,3	6,5
3	Internationale Beziehungen	13,15		13,2		13,2		13,2		13,2		13,2
4	Wirtschaftspolitik	11,58	1,0	10,6	1,2	10,4		11,6	2,4	9,2		11,6
5	Innere Sicherheit	10,00	1,7	8,3	2,1	7,9		10,0	3,6	6,4	0,6	9,4
6	Finanzpolitik	9,25	36,5	27,2	35,9	26,6	39,2	29,9	35,8	26,5	36,0	26,7
7	Bildungspolitik	6,61	1,9	4,7	2,4	4,3		6,6	3,6	3,0	1,1	5,5
8	Umweltpolitik	2,60		2,6		2,6		2,6		2,6		2,6
9	Infrastruktur	0,39	13,5	13,1	14,4	14,0	9,5	9,1	13,9	13,5	14,9	14,5
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	86,0	10,8	85,0	10,6	90,5	11,8	84,8	10,6	85,1	10,6
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Internationale Beziehungen	24,95		25,0		25,0		25,0		25,0		25,0
2	Sozialpolitik	21,28	27,8	6,5	26,5	5,2	33,8	12,5	26,7	5,4	26,3	5,0
3	Arbeitsmarktpolitik	17,59	17,1	0,4	17,1	0,5	17,6	0,0	12,7	4,9	21,1	3,6
4	Finanzpolitik	15,59	36,5	20,9	35,9	20,3	39,2	23,6	35,8	20,2	36,0	20,4
5	Bildungspolitik	6,53	1,9	4,6	2,4	4,2		6,5	3,6	2,9	1,1	5,4
6	Innere Sicherheit	4,87	1,7	3,2	2,1	2,8		4,9	3,6	1,2	0,6	4,3
7	Umweltpolitik	3,85		3,9		3,9		3,9		3,9		3,9
8	Wirtschaftspolitik	3,77	1,0	2,8	1,2	2,6		3,8	2,4	1,3		3,8
9	Infrastruktur	1,58	13,5	11,9	14,4	12,8	9,5	7,9	13,9	12,4	14,9	13,3
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	86,0	8,8	85,0	8,6	90,5	9,8	84,8	8,6	85,1	9,4
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	25,13	17,1	8,0	17,1	8,1	17,6	7,6	12,7	12,4	21,1	4,0
2	Sozialpolitik	20,85	27,8	6,9	26,5	5,6	33,8	12,9	26,7	5,8	26,3	5,4
3	Innere Sicherheit	13,97	1,7	12,3	2,1	11,9		14,0	3,6	10,3	0,6	13,4
4	Finanzpolitik	13,01	36,5	23,5	35,9	22,9	39,2	26,2	35,8	22,7	36,0	23,0
5	Wirtschaftspolitik	11,83	1,0	10,9	1,2	10,7		11,8	2,4	9,4		11,8
6	Internationale Beziehungen	11,76		11,8		11,8		11,8		11,8		11,8
7	Bildungspolitik	2,31	1,9	0,4	2,4	0,0		2,3	3,6	1,3	1,1	1,2
8	Umweltpolitik	1,13		1,1		1,1		1,1		1,1		1,1
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	86,0	9,3	85,0	9,0	90,5	11,0	84,8	9,4	85,1	9,0

Wähleragenda Schleswig-Holstein 2012			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Finanzpolitik	24,72	23,3	1,5	20,6	4,1	27,8	3,1	21,8	2,9	19,5	5,2
2	Bildungspolitik	23,76	20,0	3,8	19,4	4,4	21,1	2,6	19,2	4,5	19,5	4,3
3	Arbeitsmarktpolitik	20,68	17,1	3,5	17,4	3,3	16,7	4,0	15,4	5,3	19,5	1,2
4	Infrastruktur	17,58	32,7	15,1	38,1	20,5	23,3	5,7	43,6	26,0	32,5	14,9
5	Wirtschaftspolitik	6,57	2,9	3,7	1,3	5,3	5,6	1,0		6,6	2,6	4,0
6	Sozialpolitik	4,33	2,4	1,9	1,9	2,4	3,3	1,0		4,3	3,9	0,4
7	Umweltpolitik	2,36		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
8	Verteidigungspolitik	0,00		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
9	Innere Sicherheit	0,00	1,6	1,6	1,3	1,3	2,2	2,2		0,0	2,6	2,6
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,4	3,7	98,7	4,8	97,8	2,5	100,0	5,8	97,4	3,9
Differenz Kand.-Mod.				2,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Finanzpolitik	31,88	23,3	8,6	20,6	11,2	27,8	4,1	21,8	10,1	19,5	12,4
2	Bildungspolitik	27,77	20,0	7,8	19,4	8,4	21,1	6,7	19,2	8,5	19,5	8,3
3	Infrastruktur	19,48	32,7	13,2	38,1	18,6	23,3	3,8	43,6	24,1	32,5	13,0
4	Wirtschaftspolitik	12,80	2,9	9,9	1,3	11,5	5,6	7,2		12,8	2,6	10,2
5	Arbeitsmarktpolitik	4,44	17,1	12,7	17,4	13,0	16,7	12,2	15,4	10,9	19,5	15,0
6	Sozialpolitik	3,63	2,4	1,2	1,9	1,7	3,3	0,3		3,6	3,9	0,3
7	Verteidigungspolitik	0,00		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
8	Umweltpolitik	0,00		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,4	6,7	98,7	8,1	97,8	4,3	100,0	8,8	97,4	7,4
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Finanzpolitik	26,95	23,3	3,7	20,6	6,3	27,8	0,8	21,8	5,2	19,5	7,5
2	Arbeitsmarktpolitik	26,40	17,1	9,3	17,4	9,0	16,7	9,7	15,4	11,0	19,5	6,9
3	Bildungspolitik	20,37	20,0	0,4	19,4	1,0	21,1	0,7	19,2	1,1	19,5	0,9
4	Infrastruktur	16,93	32,7	15,7	38,1	21,1	23,3	6,4	43,6	26,7	32,5	15,5
5	Wirtschaftspolitik	3,98	2,9	1,1	1,3	2,7	5,6	1,6		4,0	2,6	1,4
6	Sozialpolitik	2,91	2,4	0,5	1,9	1,0	3,3	0,4		2,9	3,9	1,0
7	Umweltpolitik	2,47		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
8	Innere Sicherheit	0,00	1,6	1,6	1,3	1,3	2,2	2,2		0,0	2,6	2,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	4,3	100,0	5,6	100,0	3,0	100,0	6,7	100,0	4,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Bildungspolitik	26,42	20,0	6,4	19,4	7,1	21,1	5,3	19,2	7,2	19,5	6,9
2	Arbeitsmarktpolitik	26,15	17,1	9,0	17,4	8,7	16,7	9,5	15,4	10,8	19,5	6,7
3	Infrastruktur	16,93	32,7	15,7	38,1	21,1	23,3	6,4	43,6	26,7	32,5	15,5
4	Finanzpolitik	12,68	23,3	10,6	20,6	8,0	27,8	15,1	21,8	9,1	19,5	6,8
5	Sozialpolitik	7,92	2,4	5,5	1,9	6,0	3,3	4,6		7,9	3,9	4,0
6	Wirtschaftspolitik	5,27	2,9	2,4	1,3	4,0	5,6	0,3		5,3	2,6	2,7
7	Umweltpolitik	4,62		4,6		4,6		4,6		4,6		4,6
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,4	7,7	98,7	8,5	97,8	6,5	100,0	10,2	97,4	6,8

Wähleragenda Niedersachsen 2013			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	23,19	25,0	1,8	21,9	1,3	32,2	9,0	21,7	1,5	22,1	1,1
2	Arbeitsmarktpolitik	22,10	8,7	13,4	8,0	14,1	10,2	11,9	5,8	16,3	10,3	11,8
3	Infrastruktur	19,12	21,4	2,3	21,9	2,8	20,3	1,2	27,5	8,4	16,2	2,9
4	Sozialpolitik	14,34	18,9	4,5	22,6	8,3	10,2	4,2	23,2	8,8	22,1	7,7
5	Finanzpolitik	11,14	10,2	0,9	11,7	0,5	6,8	4,4	10,1	1,0	13,2	2,1
6	Wirtschaftspolitik	9,20	9,2	0,0	9,5	0,3	8,5	0,7	11,6	2,4	7,4	1,8
7	Internationale Beziehungen	0,54		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
8	Umweltpolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
9	Innere Sicherheit	0,13	4,6	4,5	2,9	2,8	8,5	8,3		0,1	5,9	5,8
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,4	3,1	95,6	3,4	88,1	4,5	100,0	4,4	91,2	3,8
Differenz Kand.-Mod.				1,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	23,76	25,0	1,2	21,9	1,9	32,2	8,4	21,7	2,0	22,1	1,7
2	Infrastruktur	21,82	21,4	0,4	21,9	0,1	20,3	1,5	27,5	5,7	16,2	5,6
3	Sozialpolitik	20,98	18,9	2,1	22,6	1,6	10,2	10,8	23,2	2,2	22,1	1,1
4	Finanzpolitik	12,94	10,2	2,7	11,7	1,3	6,8	6,2	10,1	2,8	13,2	0,3
5	Arbeitsmarktpolitik	11,64	8,7	3,0	8,0	3,6	10,2	1,5	5,8	5,8	10,3	1,3
6	Wirtschaftspolitik	8,03	9,2	1,2	9,5	1,5	8,5	0,4	11,6	3,6	7,4	0,7
7	Umweltpolitik	0,83		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,4	1,6	95,6	1,5	88,1	4,2	100,0	3,3	91,2	1,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	27,79	25,0	2,8	21,9	5,9	32,2	4,4	21,7	6,0	22,1	5,7
2	Arbeitsmarktpolitik	24,40	8,7	15,7	8,0	16,4	10,2	14,2	5,8	18,6	10,3	14,1
3	Infrastruktur	22,67	21,4	1,2	21,9	0,8	20,3	2,3	27,5	4,9	16,2	6,5
4	Sozialpolitik	12,71	18,9	6,2	22,6	9,9	10,2	2,5	23,2	10,5	22,1	9,3
5	Finanzpolitik	7,17	10,2	3,0	11,7	4,5	6,8	0,4	10,1	3,0	13,2	6,1
6	Wirtschaftspolitik	4,02	9,2	5,2	9,5	5,5	8,5	4,5	11,6	7,6	7,4	3,3
7	Internationale Beziehungen	1,00		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
8	Innere Sicherheit	0,24	4,6	4,4	2,9	2,7	8,5	8,2		0,2	5,9	5,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,0	4,9	98,5	5,8	96,6	4,7	100,0	6,5	97,1	6,5
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	32,27	8,7	23,6	8,0	24,2	10,2	22,1	5,8	26,5	10,3	22,0
2	Wirtschaftspolitik	26,95	9,2	17,8	9,5	17,5	8,5	18,5	11,6	15,4	7,4	19,6
3	Finanzpolitik	20,30	10,2	10,1	11,7	8,6	6,8	13,5	10,1	10,2	13,2	7,1
4	Sozialpolitik	8,43	18,9	10,4	22,6	14,2	10,2	1,7	23,2	14,8	22,1	13,6
5	Bildungspolitik	8,21	25,0	16,8	21,9	13,7	32,2	24,0	21,7	13,5	22,1	13,9
6	Infrastruktur	3,84	21,4	17,6	21,9	18,1	20,3	16,5	27,5	23,7	16,2	12,3
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	93,4	16,0	95,6	16,0	88,1	16,1	100,0	17,3	91,2	14,7

Wähleragenda Bundestag 2013			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	30,01	27,8	2,2	28,2	1,9	26,5	3,5	23,9	6,1	32,0	2,0
2	Arbeitsmarktpolitik	22,48	15,7	6,8	16,7	5,8	12,2	10,2	16,6	5,9	16,9	5,6
3	Finanzpolitik	19,97	26,2	6,2	25,5	5,5	28,6	8,6	25,8	5,8	25,3	5,3
4	Wirtschaftspolitik	8,10	3,4	4,7	4,4	3,7		8,1	6,7	1,3	2,2	5,9
5	Infrastruktur	6,08	8,4	2,3	7,6	1,5	11,2	5,1	6,1	0,1	9,0	2,9
6	Bildungspolitik	4,94	1,1	3,8	1,5	3,5		4,9	1,8	3,1	1,1	3,8
7	Innere Sicherheit	3,56	8,9	5,3	7,6	4,1	13,3	9,7	9,8	6,3	5,6	2,1
8	Umweltpolitik	2,55		2,5		2,5		2,5		2,5		2,5
9	Internationale Beziehungen	1,05	8,2	7,2	8,2	7,2	8,2	7,1	8,6	7,5	7,9	6,8
10	Ostdeutschland	0,95		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
11	Verteidigungspolitik	0,33		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,6	3,8	91,5	3,4	91,8	5,6	90,8	3,6	92,1	3,5
Differenz Kand.-Mod.				2,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	29,90	27,8	2,1	28,2	1,7	26,5	3,4	23,9	6,0	32,0	2,1
2	Finanzpolitik	24,37	26,2	1,8	25,5	1,1	28,6	4,2	25,8	1,4	25,3	0,9
3	Arbeitsmarktpolitik	19,39	15,7	3,7	16,7	2,7	12,2	7,2	16,6	2,8	16,9	2,5
4	Wirtschaftspolitik	9,12	3,4	5,7	4,4	4,7		9,1	6,7	2,4	2,2	6,9
5	Infrastruktur	6,09	8,4	2,3	7,6	1,5	11,2	5,1	6,1	0,0	9,0	2,9
6	Innere Sicherheit	3,91	8,9	5,0	7,6	3,7	13,3	9,4	9,8	5,9	5,6	1,7
7	Bildungspolitik	3,35	1,1	2,2	1,5	1,9		3,4	1,8	1,5	1,1	2,2
8	Umweltpolitik	2,39		2,4		2,4		2,4		2,4		2,4
9	Internationale Beziehungen	1,27	8,2	6,9	8,2	6,9	8,2	6,9	8,6	7,3	7,9	6,6
10	Ostdeutschland	0,21		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,6	3,2	91,5	2,7	91,8	5,1	90,8	3,0	92,1	2,8
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	28,11	27,8	0,3	28,2	0,0	26,5	1,6	23,9	4,2	32,0	3,9
2	Arbeitsmarktpolitik	20,80	15,7	5,1	16,7	4,1	12,2	8,6	16,6	4,2	16,9	3,9
3	Finanzpolitik	16,90	26,2	9,3	25,5	8,6	28,6	11,7	25,8	8,9	25,3	8,4
4	Infrastruktur	7,64	8,4	0,8	7,6	0,0	11,2	3,6	6,1	1,5	9,0	1,4
5	Wirtschaftspolitik	7,49	3,4	4,1	4,4	3,1		7,5	6,7	0,7	2,2	5,2
6	Bildungspolitik	6,04	1,1	4,9	1,5	4,6		6,0	1,8	4,2	1,1	4,9
7	Innere Sicherheit	5,01	8,9	3,9	7,6	2,6	13,3	8,3	9,8	4,8	5,6	0,6
8	Umweltpolitik	4,68		4,7		4,7		4,7		4,7		4,7
9	Ostdeutschland	1,63		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
10	Internationale Beziehungen	1,00	8,2	7,2	8,2	7,2	8,2	7,2	8,6	7,6	7,9	6,9
11	Verteidigungspolitik	0,71		0,7		0,7		0,7		0,7		0,7
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,6	3,9	91,5	3,4	91,8	5,6	90,8	3,9	92,1	3,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	32,11	27,8	4,3	28,2	4,0	26,5	5,6	23,9	8,2	32,0	0,1
2	Arbeitsmarktpolitik	27,16	15,7	11,4	16,7	10,4	12,2	14,9	16,6	10,6	16,9	10,3
3	Finanzpolitik	19,04	26,2	7,2	25,5	6,5	28,6	9,5	25,8	6,7	25,3	6,2
4	Wirtschaftspolitik	7,76	3,4	4,3	4,4	3,4		7,8	6,7	1,0	2,2	5,5
5	Bildungspolitik	5,29	1,1	4,1	1,5	3,8		5,3	1,8	3,4	1,1	4,2
6	Infrastruktur	4,44	8,4	4,0	7,6	3,2	11,2	6,8	6,1	1,7	9,0	4,6
7	Innere Sicherheit	1,69	8,9	7,2	7,6	5,9	13,3	11,6	9,8	8,1	5,6	3,9
8	Ostdeutschland	0,93		0,9		0,9		0,9		0,9		0,9
9	Internationale Beziehungen	0,89	8,2	7,3	8,2	7,3	8,2	7,3	8,6	7,7	7,9	7,0
10	Umweltpolitik	0,45		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
11	Verteidigungspolitik	0,24		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	91,6	4,7	91,5	4,2	91,8	6,4	90,8	4,5	92,1	3,9

Wähleragenda Bayern 2013			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Infrastruktur	25,83	32,4	6,6	30,8	5,0	37,4	11,6	34,0	8,2	26,0	0,1
2	Sozialpolitik	20,87	13,1	7,8	12,2	8,7	15,9	5,0	11,7	9,2	13,0	7,9
3	Bildungspolitik	14,61	31,0	16,4	32,0	17,4	28,0	13,4	32,0	17,4	32,1	17,4
4	Finanzpolitik	10,70	8,0	2,7	8,2	2,5	7,5	3,2	5,6	5,1	12,2	1,5
5	Arbeitsmarktpolitik	9,48	3,9	5,6	3,7	5,8	4,7	4,8	4,6	4,9	2,3	7,2
6	Wirtschaftspolitik	7,86	6,7	1,2	7,9	0,1	2,8	5,1	6,6	1,3	9,9	2,1
7	Umweltpolitik	6,67		6,7		6,7		6,7		6,7		6,7
8	Innere Sicherheit	3,97	4,8	0,9	5,2	1,2	3,7	0,2	5,6	1,6	4,6	0,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	6,0	100,0	5,9	100,0	6,2	100,0	6,8	100,0	5,4
Differenz Kand.-Mod.				0,3								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Infrastruktur	29,46	32,4	3,0	30,8	1,3	37,4	7,9	34,0	4,5	26,0	3,5
2	Sozialpolitik	25,58	13,1	12,5	12,2	13,4	15,9	9,7	11,7	13,9	13,0	12,6
3	Arbeitsmarktpolitik	11,47	3,9	7,6	3,7	7,8	4,7	6,8	4,6	6,9	2,3	9,2
4	Bildungspolitik	10,38	31,0	20,7	32,0	21,6	28,0	17,7	32,0	21,6	32,1	21,7
5	Wirtschaftspolitik	8,37	6,7	1,7	7,9	0,4	2,8	5,6	6,6	1,8	9,9	1,6
6	Finanzpolitik	6,81	8,0	1,2	8,2	1,4	7,5	0,7	5,6	1,2	12,2	5,4
7	Umweltpolitik	4,99		5,0		5,0		5,0		5,0		5,0
8	Innere Sicherheit	2,95	4,8	1,9	5,2	2,2	3,7	0,8	5,6	2,6	4,6	1,6
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	6,7	100,0	6,7	100,0	6,8	100,0	7,2	100,0	7,6
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Infrastruktur	27,54	32,4	4,9	30,8	3,2	37,4	9,8	34,0	6,5	26,0	1,6
2	Bildungspolitik	26,36	31,0	4,7	32,0	5,7	28,0	1,7	32,0	5,6	32,1	5,7
3	Sozialpolitik	13,57	13,1	0,5	12,2	1,4	15,9	2,3	11,7	1,9	13,0	0,6
4	Umweltpolitik	10,66		10,7		10,7		10,7		10,7		10,7
5	Arbeitsmarktpolitik	8,59	3,9	4,7	3,7	4,9	4,7	3,9	4,6	4,0	2,3	6,3
6	Finanzpolitik	8,45	8,0	0,4	8,2	0,2	7,5	1,0	5,6	2,9	12,2	3,8
7	Wirtschaftspolitik	2,49	6,7	4,2	7,9	5,4	2,8	0,3	6,6	4,1	9,9	7,4
8	Innere Sicherheit	2,35	4,8	2,5	5,2	2,8	3,7	1,4	5,6	3,2	4,6	2,2
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	4,1	100,0	4,3	100,0	3,9	100,0	4,9	100,0	4,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Sozialpolitik	24,16	13,1	11,1	12,2	12,0	15,9	8,3	11,7	12,5	13,0	11,2
2	Finanzpolitik	22,88	8,0	14,8	8,2	14,7	7,5	15,4	5,6	17,3	12,2	10,7
3	Wirtschaftspolitik	16,49	6,7	9,8	7,9	8,6	2,8	13,7	6,6	9,9	9,9	6,6
4	Infrastruktur	15,18	32,4	17,2	30,8	15,6	37,4	22,2	34,0	18,8	26,0	10,8
5	Innere Sicherheit	9,05	4,8	4,2	5,2	3,9	3,7	5,3	5,6	3,5	4,6	4,5
6	Arbeitsmarktpolitik	6,93	3,9	3,0	3,7	3,3	4,7	2,3	4,6	2,4	2,3	4,6
7	Umweltpolitik	3,02		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0
8	Bildungspolitik	2,29	31,0	28,7	32,0	29,7	28,0	25,7	32,0	29,7	32,1	29,8
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	11,5	100,0	11,3	100,0	12,0	100,0	12,1	100,0	10,1

Wähleragenda Hessen 2013			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	28,05	6,3	21,7	5,6	22,4	11,9	16,1	0,6	27,5	11,6	16,5
2	Bildungspolitik	26,97	55,9	29,0	56,7	29,7	50,0	23,0	64,4	37,4	47,6	20,6
3	Finanzpolitik	14,63	33,9	19,3	33,6	19,0	35,7	21,1	29,3	14,7	38,8	24,1
4	Arbeitsmarktpolitik	14,10	0,8	13,3	0,6	13,5	2,4	11,7		14,1	1,4	12,7
5	Sozialpolitik	10,85	1,7	9,2	1,9	9,0		10,9	2,9	8,0	0,7	10,2
6	Wirtschaftspolitik	3,46	0,8	2,6	0,9	2,5		3,5	1,7	1,7		3,5
7	Umweltpolitik	1,88		1,9		1,9		1,9		1,9		1,9
8	Innere Sicherheit	0,06	0,3	0,2	0,3	0,3		0,1	0,6	0,5		0,1
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	12,1	99,7	12,3	100,0	11,0	99,4	13,2	100,0	11,2
Differenz Kand.-Mod.				1,3								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	42,17	6,3	35,8	5,6	36,6	11,9	30,3	0,6	41,6	11,6	30,6
2	Bildungspolitik	20,86	55,9	35,1	56,7	35,8	50,0	29,1	64,4	43,5	47,6	26,8
3	Finanzpolitik	19,03	33,9	14,9	33,6	14,6	35,7	16,7	29,3	10,3	38,8	19,7
4	Arbeitsmarktpolitik	8,72	0,8	7,9	0,6	8,1	2,4	6,3		8,7	1,4	7,4
5	Sozialpolitik	7,11	1,7	5,5	1,9	5,2		7,1	2,9	4,2	0,7	6,4
6	Wirtschaftspolitik	2,11	0,8	1,3	0,9	1,2		2,1	1,7	0,4		2,1
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,4	16,7	99,4	16,9	100,0	15,3	98,9	18,1	100,0	15,5
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Bildungspolitik	34,20	55,9	21,7	56,7	22,5	50,0	15,8	64,4	30,2	47,6	13,4
2	Arbeitsmarktpolitik	19,17	0,8	18,3	0,6	18,6	2,4	16,8		16,8	1,4	17,8
3	Infrastruktur	18,06	6,3	11,7	5,6	12,5	11,9	6,2	0,6	17,5	11,6	6,5
4	Sozialpolitik	12,23	1,7	10,6	1,9	10,4		10,4	2,9	9,4	0,7	11,5
5	Wirtschaftspolitik	6,07	0,8	5,2	0,9	5,1		5,1	1,7	4,3		4,3
6	Finanzpolitik	6,03	33,9	27,8	33,6	27,6	35,7	29,7	29,3	23,3	38,8	32,7
7	Umweltpolitik	4,24		4,2		4,2		4,2		4,2		4,2
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,4	14,2	99,4	14,4	100,0	12,6	98,9	15,1	100,0	12,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	28,47	6,3	22,1	5,6	22,9	11,9	16,6	0,6	27,9	11,6	16,9
2	Finanzpolitik	24,55	33,9	9,3	33,6	9,1	35,7	11,2	29,3	4,8	38,8	14,2
3	Bildungspolitik	21,61	55,9	34,3	56,7	35,1	50,0	28,4	64,4	42,8	47,6	26,0
4	Sozialpolitik	13,03	1,7	11,4	1,9	11,2		13,0	2,9	10,2	0,7	12,3
5	Arbeitsmarktpolitik	11,67	0,8	10,8	0,6	11,0	2,4	9,3		11,7	1,4	10,3
6	Wirtschaftspolitik	0,46	0,8	0,4	0,9	0,5		0,5	1,7	1,3		0,5
7	Innere Sicherheit	0,22	0,3	0,1	0,3	0,1		0,2	0,6	0,4		0,2
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,7	12,6	99,7	12,8	100,0	11,3	99,4	14,1	100,0	11,5

Wähleragenda Brandenburg 2014			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	30,65	1,7	29,0	1,7	29,0	1,6	29,0	3,0	27,6	30,6	27,6	30,6	28,6	
2	Infrastruktur	22,77	65,6	42,8	65,3	42,5	66,1	43,4	66,7	43,9	61,1	38,3	67,3	44,6	
3	Sozialpolitik	12,08	1,7	10,4	1,7	10,4	1,6	10,5	6,1	6,0	11,9	12,1	12,1	12,1	
4	Bildungspolitik	11,92	4,4	7,5	2,5	9,4	8,1	3,9	11,9	5,6	6,4	2,0	9,9	9,9	
5	Innere Sicherheit	9,33	1,7	7,7	1,7	7,6	1,6	7,7	3,0	6,3	2,8	6,5	2,0	9,3	
6	Wirtschaftspolitik	8,35	1,1	7,2	1,7	6,7	6,7	8,4	3,0	5,3	8,4	2,0	6,3	6,3	
7	Ostdeutschland	2,03	0,6	1,5		2,0	1,6	0,4	2,0		2,0		2,0	2,0	
8	Finanzpolitik	1,90	20,6	18,7	22,9	21,0	16,1	14,2	18,2	16,3	30,6	28,7	20,4	18,5	
9	Umweltpolitik	0,97		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	14,0	97,5	14,4	96,8	13,2	100,0	13,4	100,0	14,9	93,9	14,7
Differenz Kand.-Mod.					1,2										
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	36,77	1,7	35,1	1,7	35,1	1,6	35,2	3,0	33,7	36,8	2,0	34,7	34,7	
2	Infrastruktur	20,03	65,6	45,5	65,3	45,2	66,1	46,1	66,7	46,6	61,1	41,1	67,3	47,3	
3	Bildungspolitik	11,96	4,4	7,5	2,5	9,4	8,1	3,9	12,0	5,6	6,4	2,0	9,9	9,9	
4	Wirtschaftspolitik	11,17	1,1	10,1	1,7	9,5		11,2	3,0	8,1	11,2	2,0	9,1	9,1	
5	Sozialpolitik	8,92	1,7	7,2	1,7	7,2	1,6	7,3	6,1	2,9	8,9		8,9	8,9	
6	Innere Sicherheit	6,38	1,7	4,7	1,7	4,7	1,6	4,8	3,0	3,3	2,8	3,6	2,0	6,4	
7	Ostdeutschland	2,63	0,6	2,1		2,6	1,6	1,0	2,6		2,6		2,6	2,6	
8	Finanzpolitik	1,83	20,6	18,7	22,9	21,1	16,1	14,3	18,2	16,4	30,6	28,7	20,4	18,6	
9	Umweltpolitik	0,31		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3	
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	14,6	97,5	15,0	96,8	13,8	100,0	14,0	100,0	15,5	93,9	15,3
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	28,54	1,7	26,9	1,7	26,8	1,6	26,9	3,0	25,5	28,5	2,0	26,5	26,5	
2	Infrastruktur	28,26	65,6	37,3	65,3	37,0	66,1	37,9	66,7	38,4	61,1	32,9	67,3	39,1	
3	Sozialpolitik	16,22	1,7	14,6	1,7	14,5	1,6	14,6	6,1	10,2	16,2		16,2	16,2	
4	Innere Sicherheit	9,81	1,7	8,1	1,7	8,1	1,6	8,2	3,0	6,8	2,8	7,0	2,0	9,8	
5	Bildungspolitik	9,19	4,4	4,7	2,5	6,6	8,1	1,1	9,2	5,6	3,6	2,0	7,2	7,2	
6	Wirtschaftspolitik	4,41	1,1	3,3	1,7	2,7		4,4	3,0	1,4	4,4	2,0	2,4	2,4	
7	Ostdeutschland	2,64	0,6	2,1		2,6	1,6	1,0	2,6		2,6		2,6	2,6	
8	Finanzpolitik	0,93	20,6	19,6	22,9	21,9	16,1	15,2	18,2	17,3	30,6	29,6	20,4	19,5	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	97,2	14,6	97,5	15,1	96,8	13,7	100,0	13,9	100,0	15,6	93,9	15,4
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Infrastruktur	22,52	65,6	43,0	65,3	42,7	66,1	43,6	66,7	44,1	61,1	38,6	67,3	44,8	
2	Arbeitsmarktpolitik	19,53	1,7	17,9	1,7	17,8	1,6	17,9	3,0	16,5	19,5	2,0	17,5	17,5	
3	Innere Sicherheit	15,29	1,7	13,6	1,7	13,6	1,6	13,7	3,0	12,3	2,8	12,5	2,0	15,3	
4	Bildungspolitik	14,97	4,4	10,5	2,5	12,4	8,1	6,9	15,0	5,6	9,4	2,0	12,9	12,9	
5	Sozialpolitik	14,32	1,7	12,7	1,7	12,6	1,6	12,7	6,1	8,3	14,3		14,3	14,3	
6	Wirtschaftspolitik	6,65	1,1	5,5	1,7	5,0		6,6	3,0	3,6	6,6	2,0	4,6	4,6	
7	Umweltpolitik	3,56		3,6		3,6		3,6		3,6		3,6		3,6	
8	Finanzpolitik	3,17	20,6	17,4	22,9	19,7	16,1	13,0	18,2	15,0	30,6	27,4	20,4	17,2	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	96,7	15,5	97,5	15,9	95,2	14,7	100,0	14,8	100,0	16,5	93,9	16,3
Wähleragenda Lager 2. Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		Agenda Herausforderer 2		
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	22,52	1,7	20,9	1,7	20,8	1,6	20,9	3,0	19,5	22,5	2,0	20,5	20,5	
2	Infrastruktur	19,53	65,6	46,0	65,3	45,7	66,1	46,6	66,7	47,1	61,1	41,6	67,3	47,8	
3	Bildungspolitik	15,29	4,4	10,8	2,5	12,7	8,1	7,2	15,3	5,6	9,7	2,0	13,2	13,2	
4	Wirtschaftspolitik	14,97	1,1	13,9	1,7	13,3		15,0	3,0	11,9	15,0	2,0	12,9	12,9	
5	Sozialpolitik	14,32	1,7	12,7	1,7	12,6	1,6	12,7	6,1	8,3	14,3		14,3	14,3	
6	Finanzpolitik	6,65	20,6	13,9	22,9	16,2	16,1	9,5	18,2	11,5	30,6	23,9	20,4	13,8	
7	Innere Sicherheit	3,56	1,7	1,9	1,7	1,9	1,6	1,9	3,0	0,5	2,8	0,8	3,6	3,6	
8	Ostdeutschland	3,17	0,6	2,6		3,2	1,6	1,6	3,2		3,2		3,2	3,2	
9															
10															
11															
12															
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz (%Punkte)				15,3		15,8		14,4		14,7		16,4	93,9	16,2	

Wähleragenda Hamburg 2015, Duell 1			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	45,38	43,3	2,1	41,6	3,8	46,8	1,4	44,2	1,1	38,4	7,0
2	Sozialpolitik	26,00	14,8	11,2	12,1	13,9	20,2	5,8	12,5	13,5	11,6	14,4
3	Bildungspolitik	15,32	4,2	11,1	5,8	9,5	1,1	14,3	2,9	12,4	9,3	6,0
4	Innere Sicherheit	3,95	12,7	8,7	14,2	10,3	9,6	5,6	15,4	11,4	12,8	8,8
5	Arbeitsmarktpolitik	3,02	4,6	1,6	5,3	2,2	3,2	0,2	1,9	1,1	9,3	6,3
6	Finanzpolitik	2,40	2,8	0,4	3,2	0,8	2,1	0,3	3,8	1,4	2,3	0,1
7	Wirtschaftspolitik	2,12	6,0	3,9	6,8	4,7	4,3	2,1	8,7	6,5	4,7	2,5
8	Umweltpolitik	1,10	0,4	0,7	0,5	0,6		1,1	1,0	0,1		1,1
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,51	10,6	10,1	10,0	9,5	11,7	11,2	9,6	9,1	10,5	10,0
10	Internationale Beziehungen	0,11		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11	Verteidigungspolitik	0,09		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,7	4,5	89,5	5,0	87,2	3,8	90,4	5,2	88,4	5,1
Differenz Kand.-Mod.				1,2								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	46,58	43,3	3,3	41,6	5,0	46,8	0,2	44,2	2,3	38,4	8,2
2	Sozialpolitik	26,89	14,8	12,1	12,1	14,8	20,2	6,7	12,5	14,4	11,6	15,3
3	Bildungspolitik	14,67	4,2	10,4	5,8	8,9	1,1	13,6	2,9	11,8	9,3	5,4
4	Arbeitsmarktpolitik	3,36	4,6	1,2	5,3	1,9	3,2	0,2	1,9	1,4	9,3	5,9
5	Innere Sicherheit	2,54	12,7	10,1	14,2	11,7	9,6	7,0	15,4	12,8	12,8	10,3
6	Finanzpolitik	2,11	2,8	0,7	3,2	1,1	2,1	0,0	3,8	1,7	2,3	0,2
7	Wirtschaftspolitik	1,92	6,0	4,1	6,8	4,9	4,3	2,3	8,7	6,7	4,7	2,7
8	Umweltpolitik	1,00	0,4	0,6	0,5	0,5		1,0	1,0	0,0		1,0
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,78	10,6	9,8	10,0	9,2	11,7	10,9	9,6	8,8	10,5	9,7
10	Internationale Beziehungen	0,15		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,7	5,3	89,5	5,8	87,2	4,2	90,4	6,0	88,4	5,9
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	50,43	43,3	7,1	41,6	8,9	46,8	3,6	44,2	6,2	38,4	12,1
2	Sozialpolitik	19,09	14,8	4,3	12,1	7,0	20,2	1,1	12,5	6,6	11,6	7,5
3	Bildungspolitik	13,93	4,2	9,7	5,8	8,1	1,1	12,9	2,9	11,0	9,3	4,6
4	Innere Sicherheit	8,23	12,7	4,5	14,2	6,0	9,6	1,3	15,4	7,2	12,8	4,6
5	Finanzpolitik	3,43	2,8	0,6	3,2	0,3	2,1	1,3	3,8	0,4	2,3	1,1
6	Wirtschaftspolitik	2,54	6,0	3,4	6,8	4,3	4,3	1,7	8,7	6,1	4,7	2,1
7	Arbeitsmarktpolitik	1,62	4,6	3,0	5,3	3,6	3,2	1,6	1,9	0,3	9,3	7,7
8	Verteidigungspolitik	0,30		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9	Internationale Beziehungen	0,25		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Kultur- und Freizeitpolitik	0,18	10,6	10,4	10,0	9,8	11,7	11,5	9,6	9,4	10,5	10,3
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,4	4,4	88,9	4,9	87,2	3,6	89,4	4,8	88,4	5,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Infrastruktur	41,10	43,3	2,2	41,6	0,5	46,8	5,7	44,2	3,1	38,4	2,7
2	Sozialpolitik	28,60	14,8	13,8	12,1	16,5	20,2	8,4	12,5	16,1	11,6	17,0
3	Bildungspolitik	16,91	4,2	12,7	5,8	11,1	1,1	15,8	2,9	14,0	9,3	7,6
4	Innere Sicherheit	3,44	12,7	9,2	14,2	10,8	9,6	6,1	15,4	11,9	12,8	9,3
5	Arbeitsmarktpolitik	3,35	4,6	1,2	5,3	1,9	3,2	0,2	1,9	1,4	9,3	6,0
6	Finanzpolitik	2,21	2,8	0,6	3,2	0,9	2,1	0,1	3,8	1,6	2,3	0,1
7	Wirtschaftspolitik	2,14	6,0	3,8	6,8	4,7	4,3	2,1	8,7	6,5	4,7	2,5
8	Umweltpolitik	1,81	0,4	1,5	0,5	1,3		1,8	1,0	0,9		1,8
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,34	10,6	10,2	10,0	9,7	11,7	11,4	9,6	9,3	10,5	10,1
10	Verteidigungspolitik	0,10		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,7	5,5	89,5	5,7	87,2	5,2	90,4	6,5	88,4	5,7

Wähleragenda Hamburg 2015, Duell 2			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Infrastruktur	45,38	27,3	18,0	28,6	16,8	23,9	21,5	24,0	21,4	33,7	11,7
2	Sozialpolitik	26,00	28,1	2,1	27,0	1,0	31,3	5,3	27,0	1,0	27,0	1,0
3	Bildungspolitik	15,32	25,0	9,7	23,8	8,5	28,4	13,0	29,0	13,7	18,0	2,7
4	Innere Sicherheit	3,95	2,0	2,0	2,1	1,8	1,5	2,5	2,0	2,0	2,2	1,7
5	Arbeitsmarktpolitik	3,02		3,0		3,0		3,0		3,0		3,0
6	Finanzpolitik	2,40	11,3	8,9	12,2	9,8	9,0	6,6	13,0	10,6	11,2	8,8
7	Wirtschaftspolitik	2,12	4,3	2,2	4,8	2,6	3,0	0,9	3,0	0,9	6,7	4,6
8	Umweltpolitik	1,10		1,1		1,1		1,1		1,1		1,1
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,51		0,5		0,5		0,5		0,5		0,5
10	Internationale Beziehungen	0,11		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11	Verteidigungspolitik	0,09		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,0	4,3	98,4	4,1	97,0	5,0	98,0	4,9	98,9	3,2
Differenz Kand.-Mod.				0,8								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Infrastruktur	46,58	27,3	19,2	28,6	18,0	23,9	22,7	24,0	22,6	33,7	12,9
2	Sozialpolitik	26,89	28,1	1,2	27,0	0,1	31,3	4,4	27,0	0,1	27,0	0,1
3	Bildungspolitik	14,67	25,0	10,3	23,8	9,1	28,4	13,7	29,0	14,3	18,0	3,3
4	Arbeitsmarktpolitik	3,36		3,4		3,4		3,4		3,4		3,4
5	Innere Sicherheit	2,54	2,0	0,6	2,1	0,4	1,5	1,0	2,0	0,5	2,2	0,3
6	Finanzpolitik	2,11	11,3	9,2	12,2	10,1	9,0	6,8	13,0	10,9	11,2	9,1
7	Wirtschaftspolitik	1,92	4,3	2,4	4,8	2,8	3,0	1,1	3,0	1,1	6,7	4,8
8	Umweltpolitik	1,00		1,0		1,0		1,0		1,0		1,0
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,78		0,8		0,8		0,8		0,8		0,8
10	Internationale Beziehungen	0,15		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,0	4,8	98,4	4,6	97,0	5,5	98,0	5,5	98,9	3,6
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Infrastruktur	50,43	27,3	23,1	28,6	21,9	23,9	26,6	24,0	26,4	33,7	16,7
2	Sozialpolitik	19,09	28,1	9,0	27,0	7,9	31,3	12,2	27,0	7,9	27,0	7,9
3	Bildungspolitik	13,93	25,0	11,1	23,8	9,9	28,4	14,4	29,0	15,1	18,0	4,0
4	Innere Sicherheit	8,23	2,0	6,3	2,1	6,1	1,5	6,7	2,0	6,2	2,2	6,0
5	Finanzpolitik	3,43	11,3	7,9	12,2	8,7	9,0	5,5	13,0	9,6	11,2	7,8
6	Wirtschaftspolitik	2,54	4,3	1,8	4,8	2,2	3,0	0,4	3,0	0,5	6,7	4,2
7	Arbeitsmarktpolitik	1,62		1,6		1,6		1,6		1,6		1,6
8	Verteidigungspolitik	0,30		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
9	Internationale Beziehungen	0,25		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Kultur- und Freizeitpolitik	0,18		0,2		0,2		0,2		0,2		0,2
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,0	6,1	98,4	5,9	97,0	6,8	98,0	6,8	98,9	4,9
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
	Nennung											
1	Infrastruktur	41,10	27,3	13,8	28,6	12,5	23,9	17,2	24,0	17,1	33,7	7,4
2	Sozialpolitik	28,60	28,1	0,5	27,0	1,6	31,3	2,7	27,0	1,6	27,0	1,6
3	Bildungspolitik	16,91	25,0	8,1	23,8	6,9	28,4	11,4	29,0	12,1	18,0	1,1
4	Innere Sicherheit	3,44	2,0	1,5	2,1	1,3	1,5	2,0	2,0	1,4	2,2	1,2
5	Arbeitsmarktpolitik	3,35		3,4		3,4		3,4		3,4		3,4
6	Finanzpolitik	2,21	11,3	9,1	12,2	10,0	9,0	6,7	13,0	10,8	11,2	9,0
7	Wirtschaftspolitik	2,14	4,3	2,2	4,8	2,6	3,0	0,8	3,0	0,9	6,7	4,6
8	Umweltpolitik	1,81		1,8		1,8		1,8		1,8		1,8
9	Kultur- und Freizeitpolitik	0,34		0,3		0,3		0,3		0,3		0,3
10	Verteidigungspolitik	0,10		0,1		0,1		0,1		0,1		0,1
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	98,0	4,1	98,4	4,1	97,0	4,7	98,0	4,9	98,9	3,1

Wähleragenda Baden-Württemberg 2016			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	86,25	52,5	33,8	53,0	33,3	51,0	35,3	51,9	34,4	54,2	32,1
2	Innere Sicherheit	3,92	21,8	17,9	21,9	17,9	21,6	17,6	21,5	17,6	22,2	18,3
3	Infrastruktur	2,18		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
4	Internationale Beziehungen	2,18		2,2		2,2		2,2		2,2		2,2
5	Finanzpolitik	1,75	1,0	0,8	0,7	1,1	2,0	0,2		1,7	1,4	0,4
6	Ostdeutschland	1,41		1,4		1,4		1,4		1,4		1,4
7	Verteidigungspolitik	1,34		1,3		1,3		1,3		1,3		1,3
8	Wirtschaftspolitik	0,58	0,5	0,1	0,7	0,1		0,6	1,3	0,7		0,6
9	Arbeitsmarktpolitik	0,39	1,0	0,6	1,3	0,9		0,4	2,5	2,1		0,4
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	75,7	6,7	76,2	6,7	74,5	6,8	74,7	7,1	77,8	6,5
Differenz Kand.-Mod.				0,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	84,77	52,5	32,3	53,0	31,8	51,0	33,8	51,9	32,9	54,2	30,6
2	Ostdeutschland	5,72		5,7		5,7		5,7		5,7		5,7
3	Internationale Beziehungen	5,41		5,4		5,4		5,4		5,4		5,4
4	Innere Sicherheit	4,11	21,8	17,7	21,9	17,7	21,6	17,5	21,5	17,4	22,2	18,1
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	74,3	15,3	74,8	15,2	72,5	15,6	73,4	15,4	76,4	15,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	87,76	52,5	35,3	53,0	34,8	51,0	36,8	51,9	35,9	54,2	33,6
2	Infrastruktur	6,52		6,5		6,5		6,5		6,5		6,5
3	Verteidigungspolitik	4,00		4,0		4,0		4,0		4,0		4,0
4	Innere Sicherheit	1,12	21,8	20,7	21,9	20,7	21,6	20,4	21,5	20,4	22,2	21,1
5	Internationale Beziehungen	0,60		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	74,3	13,4	74,8	13,3	72,5	13,7	73,4	13,5	76,4	13,2
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	85,91	52,5	33,4	53,0	32,9	51,0	34,9	51,9	34,0	54,2	31,7
2	Innere Sicherheit	6,05	21,8	15,7	21,9	15,8	21,6	15,5	21,5	15,5	22,2	16,2
3	Finanzpolitik	4,17	1,0	3,2	0,7	3,5	2,0	2,2		4,2	1,4	2,8
4	Internationale Beziehungen	1,54		1,5		1,5		1,5		1,5		1,5
5	Wirtschaftspolitik	1,39	0,5	0,9	0,7	0,7		1,4	1,3	0,1		1,4
6	Arbeitsmarktpolitik	0,93	1,0	0,1	1,3	0,4		0,9	2,5	1,6		0,9
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy- Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	76,7	9,1	77,5	9,2	74,5	9,4	77,2	9,5	77,8	9,1

Wähleragenda Rheinland-Pfalz 2016			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	65,25	55,7	9,5	54,9	10,4	63,0	2,3	56,1	9,2	53,6	11,7
2	Infrastruktur	9,38	12,6	3,2	12,8	3,4	11,1	1,7	12,2	2,8	13,4	4,0
3	Wirtschaftspolitik	7,09	6,9	0,2	6,8	0,3	7,4	0,3	6,5	0,6	7,1	0,1
4	Arbeitsmarktpolitik	5,33	1,5	3,8	1,7	3,6		5,3	1,6	3,7	1,8	3,5
5	Finanzpolitik	5,23	1,5	3,7	1,7	3,5		5,2	2,4	2,8	0,9	4,3
6	Bildungspolitik	4,36	17,9	13,6	18,7	14,4	11,1	6,8	17,1	12,7	20,5	16,2
7	Innere Sicherheit	2,44	3,4	1,0	3,0	0,5	7,4	5,0	4,1	1,6	1,8	0,7
8	Internationale Beziehungen	0,93	0,4	0,5	0,4	0,5		0,9		0,9	0,9	0,0
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	100,0	4,4	100,0	4,6	100,0	3,4	100,0	4,3	100,0	5,1
Differenz Kand.-Mod.				1,1								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	61,57	55,7	5,8	54,9	6,7	63,0	1,4	56,1	5,5	53,6	8,0
2	Arbeitsmarktpolitik	9,06	1,5	7,5	1,7	7,4		9,1	1,6	7,4	1,8	7,3
3	Wirtschaftspolitik	7,57	6,9	0,7	6,8	0,8	7,4	0,2	6,5	1,1	7,1	0,4
4	Bildungspolitik	7,15	17,9	10,8	18,7	11,6	11,1	4,0	17,1	9,9	20,5	13,4
5	Innere Sicherheit	6,34	3,4	2,9	3,0	3,4	7,4	1,1	4,1	2,3	1,8	4,6
6	Finanzpolitik	4,41	1,5	2,9	1,7	2,7		4,4	2,4	2,0	0,9	3,5
7	Infrastruktur	3,90	12,6	8,7	12,8	8,9	11,1	7,2	12,2	8,3	13,4	9,5
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	99,6	5,6	99,6	5,9	100,0	3,9	100,0	5,2	99,1	6,7
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	66,68	55,7	11,0	54,9	11,8	63,0	3,7	56,1	10,6	53,6	13,1
2	Wirtschaftspolitik	11,93	6,9	5,1	6,8	5,1	7,4	4,5	6,5	5,4	7,1	4,8
3	Infrastruktur	10,66	12,6	1,9	12,8	2,1	11,1	0,5	12,2	1,5	13,4	2,7
4	Finanzpolitik	5,05	1,5	3,5	1,7	3,3		5,0	2,4	2,6	0,9	4,2
5	Bildungspolitik	3,56	17,9	14,4	18,7	15,2	11,1	7,6	17,1	13,5	20,5	17,0
6	Arbeitsmarktpolitik	2,12	1,5	0,6	1,7	0,4		2,1	1,6	0,5	1,8	0,3
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	96,2	6,1	96,6	6,3	92,6	3,9	95,9	5,7	97,3	7,0
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil Nennung		Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz	Anteil Aussagen	Betrag Differenz
1	Sozialpolitik	68,71	55,7	13,0	54,9	13,8	63,0	5,7	56,1	12,6	53,6	15,1
2	Infrastruktur	15,65	12,6	3,1	12,8	2,9	11,1	4,5	12,2	3,5	13,4	2,3
3	Finanzpolitik	6,67	1,5	5,1	1,7	5,0		6,7	2,4	4,2	0,9	5,8
4	Arbeitsmarktpolitik	4,13	1,5	2,6	1,7	2,4		4,1	1,6	2,5	1,8	2,3
5	Internationale Beziehungen	3,49	0,4	3,1	0,4	3,1		3,5		3,5	0,9	2,6
6	Bildungspolitik	1,35	17,9	16,6	18,7	17,4	11,1	9,8	17,1	15,7	20,5	19,2
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	89,7	7,2	90,2	7,4	85,2	5,7	89,4	7,0	91,1	7,9

Wähleragenda Mecklenburg Vorpommern 2016			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Sozialpolitik	29,52	46,6	17,1	47,2	17,6	45,6	16,1	51,9	22,3	41,2	11,7
2	Arbeitsmarktpolitik	28,79	14,3	14,5	14,0	14,8	14,9	13,9	13,9	14,9	14,1	14,7
3	Wirtschaftspolitik	24,66	10,7	13,9	10,4	14,3	11,4	13,3	7,4	17,2	14,1	10,5
4	Innere Sicherheit	5,01	12,4	7,4	11,9	6,9	13,2	8,1	8,3	3,3	16,5	11,5
5	Bildungspolitik	5,01	2,3	2,7	2,6	2,4	1,8	3,3	0,9	4,1	4,7	0,3
6	Infrastruktur	4,48	0,3	4,2		4,5	0,9	3,6		4,5		4,5
7	Ostdeutschland	2,21	1,0	1,2	1,0	1,2	0,9	1,3	1,9	0,4		2,2
8	Internationale Beziehungen	0,19	0,7	0,5	0,5	0,3	0,9	0,7		0,2	1,2	1,0
9	Finanzpolitik	0,12	9,8	9,6	10,4	10,2	8,8	8,6	12,0	11,9	8,2	8,1
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,3	7,9	87,6	8,0	89,5	7,7	84,3	8,8	91,8	7,2
Differenz Kand.-Mod.				0,4								
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Arbeitsmarktpolitik	34,94	14,3	20,6	14,0	21,0	14,9	20,0	13,9	21,1	14,1	20,8
2	Sozialpolitik	31,38	46,6	15,2	47,2	15,8	45,6	14,2	51,9	20,5	41,2	9,8
3	Wirtschaftspolitik	16,08	10,7	5,3	10,4	5,7	11,4	4,7	7,4	8,7	14,1	2,0
4	Infrastruktur	5,69	0,3	5,4		5,7	0,9	4,8		5,7		5,7
5	Innere Sicherheit	4,99	12,4	7,4	11,9	6,9	13,2	8,2	8,3	3,3	16,5	11,5
6	Ostdeutschland	4,02	1,0	3,0	1,0	3,0	0,9	3,1	1,9	2,2		4,0
7	Bildungspolitik	2,14	2,3	0,1	2,6	0,5	1,8	0,4	0,9	1,2	4,7	2,6
8	Internationale Beziehungen	0,46	0,7	0,2	0,5	0,1	0,9	0,4		0,5	1,2	0,7
9	Finanzpolitik	0,29	9,8	9,5	10,4	10,1	8,8	8,5	12,0	11,7	8,2	7,9
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	88,3	7,4	87,6	7,6	89,5	7,1	84,3	8,3	91,8	7,2
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Sozialpolitik	33,53	46,6	13,1	47,2	13,6	45,6	12,1	51,9	18,3	41,2	7,6
2	Wirtschaftspolitik	27,38	10,7	16,6	10,4	17,0	11,4	16,0	7,4	20,0	14,1	13,3
3	Arbeitsmarktpolitik	25,80	14,3	11,5	14,0	11,8	14,9	10,9	13,9	11,9	14,1	11,7
4	Infrastruktur	5,64	0,3	5,3		5,6	0,9	4,8		5,6		5,6
5	Innere Sicherheit	3,76	12,4	8,6	11,9	8,2	13,2	9,4	8,3	4,6	16,5	12,7
6	Bildungspolitik	2,86	2,3	0,6	2,6	0,3	1,8	1,1	0,9	1,9	4,7	1,8
7	Ostdeutschland	1,03	1,0	0,1	1,0	0,0	0,9	0,2	1,9	0,8		1,0
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	87,6	8,0	87,0	8,1	88,6	7,8	84,3	9,0	90,6	7,7
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer	
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz
1	Wirtschaftspolitik	37,03	10,7	26,3	10,4	26,7	11,4	25,6	7,4	29,6	14,1	22,9
2	Arbeitsmarktpolitik	21,77	14,3	7,4	14,0	7,8	14,9	6,9	13,9	7,9	14,1	7,7
3	Sozialpolitik	18,73	46,6	27,8	47,2	28,4	45,6	26,9	51,9	33,1	41,2	22,4
4	Bildungspolitik	14,55	2,3	12,3	2,6	12,0	1,8	12,8	0,9	13,6	4,7	9,8
5	Innere Sicherheit	7,26	12,4	5,1	11,9	4,7	13,2	5,9	8,3	1,1	16,5	9,2
6	Ostdeutschland	0,65	1,0	0,3	1,0	0,4	0,9	0,2	1,9	1,2		0,7
7												
8												
9												
10												
11												
12												
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz		100,00	87,3	13,2	87,0	13,3	87,7	13,0	84,3	14,4	90,6	12,1

Wähleragenda Berlin 2016			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Sozialpolitik	59,05	45,1	14,0	46,0	13,1	41,9	17,2	39,7	19,3	51,9	7,1	
2	Arbeitsmarktpolitik	16,96		17,0		17,0		17,0		17,0		17,0	
3	Innere Sicherheit	9,82	2,1	7,8	2,7	7,2		9,8	5,5	4,3		9,8	
4	Internationale Beziehungen	9,68		9,7		9,7		9,7		9,7		9,7	
5	Umweltpolitik	4,48		4,5		4,5		4,5		4,5		4,5	
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	47,2	10,6	48,7	10,3	41,9	11,6	45,2	11,0	51,9	9,6
Differenz Kand.-Mod.				1,4									
Wähleragenda Lager Amtsinhaber			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Sozialpolitik	60,11	45,1	15,0	46,0	14,1	41,9	18,3	39,7	20,4	51,9	8,2	
2	Internationale Beziehungen	19,43		19,4		19,4		19,4		19,4		19,4	
3	Innere Sicherheit	11,20	2,1	9,1	2,7	8,5		11,2	5,5	5,7		11,2	
4	Arbeitsmarktpolitik	9,26		9,3		9,3		9,3		9,3		9,3	
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	47,2	13,2	48,7	12,8	41,9	14,5	45,2	13,7	51,9	12,0
Wähleragenda Lager Herausforderer			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Arbeitsmarktpolitik	40,37		40,4		40,4		40,4		40,4		40,4	
2	Sozialpolitik	29,02	45,1	16,1	46,0	17,0	41,9	12,8	39,7	10,7	51,9	22,9	
3	Umweltpolitik	13,13		13,1		13,1		13,1		13,1		13,1	
4	Internationale Beziehungen	8,74		8,7		8,7		8,7		8,7		8,7	
5	Innere Sicherheit	8,74	2,1	6,7	2,7	6,1		8,7	5,5	3,3		8,7	
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	47,2	17,0	48,7	17,1	41,9	16,8	45,2	15,2	51,9	18,8
Wähleragenda Lager Unentschiedene			Agenda Debatte		Agenda Kandidaten		Agenda Moderator		Anteil Amtsinhaber		Agenda Herausforderer		
Rang	Anteil		Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	Anteil	Betrag	
	Nennung		Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	Aussagen	Differenz	
1	Sozialpolitik	90,65	45,1	45,6	46,0	44,6	41,9	48,8	39,7	50,9	51,9	38,7	
2	Innere Sicherheit	9,35	2,1	7,3	2,7	6,7		9,4	5,5	3,9		9,4	
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
Anteil Policy-Aussagen/Gesamtdifferenz			100,00	47,2	26,4	48,7	25,7	41,9	29,1	45,2	27,4	51,9	24,0

Anmerkung: Ausgewiesen sind prozentuale und absteigend gerankte Anteile der Nennungen des wichtigsten politischen Problems vor den TV-Debatten (Datengrundlage: vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2) sowie die jeweiligen Aussagenanteile der gesamten Debatte sowie akteurspezifischer Nennungen (nur funktionale, politische Aussagen) der TV-Duelle 1997-2016. Zur Erfassung politischer Aussagen sowie der Kategorisierung vgl. Anlage 3. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 11: Debattenspezifische Grenzwerte zur Einteilung der Responsivitätsgrade der TV-Duell-Inhalte

Debatte	Responsivität Wähler gesamt		Responsivität Lager Amtsinhaber		Responsivität Lager Herausforderer		Responsivität Lager Unentschiedene		Responsivität Lager 2. Herausforderer	
	niedrig <x	hoch >x	niedrig <x	hoch >x	niedrig <x	hoch >x	niedrig <x	hoch >x	niedrig <x	hoch >x
Hamburg 1997	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8	8,3	16,7		
Niedersachsen 1998	6,7	13,3	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8		
Schleswig-Holstein 2000	7,4	14,8	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8		
Baden-Württemberg 2001	7,4	14,8	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Bundestagswahl 2002 (1. Duell)	6,7	13,3	7,4	14,8	6,7	13,3	7,4	14,8		
Bundestagswahl 2002 (2. Duell)	6,7	13,3	7,4	14,8	6,7	13,3	7,4	14,8		
Mecklenburg-Vorpommern 2002	6,1	12,1	6,7	13,3	9,5	19,0	6,7	13,3		
Niedersachsen 2003 (1. Duell)	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Niedersachsen 2003 (2. Duell)	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Thüringen 2004	6,7	13,3	8,3	16,7	7,4	14,8	8,3	16,7	9,5	19,0
Brandenburg 2004	6,7	13,3	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8	16,7	33,3
Sachsen 2004	6,1	12,1	9,5	19,0	11,1	22,2	9,5	19,0	11,1	22,2
Schleswig-Holstein 2005	7,4	14,8	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Nordrhein-Westfalen 2005 (1. Duell)	8,3	16,7	11,1	22,2	13,3	26,7	11,1	22,2		
Nordrhein-Westfalen 2005 (2. Duell)	6,7	13,3	6,7	13,3	8,3	16,7	6,7	13,3		
Bundestagswahl 2005	6,7	13,3	6,7	13,3	8,3	16,7	6,7	13,3		
Baden-Württemberg 2006	8,3	16,7	11,1	22,2	16,7	33,3	11,1	22,2		
Berlin 2006	6,7	13,3	6,7	13,3	8,3	16,7	6,7	13,3		
Mecklenburg-Vorpommern 2006	8,3	16,7	8,3	16,7	9,5	19,0	8,3	16,7		
Hessen 2008	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Niedersachsen 2008	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Hamburg 2008	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Bayern 2008	7,4	14,8	7,4	14,8	9,5	19,0	7,4	14,8		
Thüringen 2009	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8	8,3	16,7
Bundestagswahl 2009	6,1	12,1	6,1	12,1	6,1	12,1	6,1	12,1		
Schleswig-Holstein 2009	6,7	13,3	6,7	13,3	7,4	14,8	6,7	13,3		
Brandenburg 2009	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8	8,3	16,7	8,3	16,7
Nordrhein-Westfalen 2010	8,3	16,7	8,3	16,7	11,1	22,2	8,3	16,7		
Hamburg 2011 (1. Duell)	6,7	13,3	11,1	22,2	8,3	16,7	11,1	22,2		
Hamburg 2011 (2. Duell)	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8		
Sachsen-Anhalt 2011	8,3	16,7	13,3	26,7	8,3	16,7	13,3	26,7	8,3	16,7
Baden-Württemberg 2011	8,3	16,7	8,3	16,7	9,5	19,0	8,3	16,7		
Rheinland-Pfalz 2011	9,5	19,0	11,1	22,2	11,1	22,2	11,1	22,2		
Mecklenburg-Vorpommern 2011	7,4	14,8	7,4	14,8	16,7	33,3	7,4	14,8		
Berlin 2011 (1. Duell)	8,3	16,7	8,3	16,7	9,5	19,0	8,3	16,7		
Berlin 2011 (2. Duell)	8,3	16,7	8,3	16,7	9,5	19,0	8,3	16,7		
Saarland 2012	11,1	22,2	13,3	26,7	16,7	33,3	13,3	26,7		
Nordrhein-Westfalen 2012	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8	7,4	14,8		
Schleswig-Holstein 2012	7,4	14,8	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Niedersachsen 2013	7,4	14,8	9,5	19,0	8,3	16,7	9,5	19,0		
Bundestagswahl 2013	6,1	12,1	6,7	13,3	6,1	12,1	6,7	13,3		
Bayern 2013	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7	8,3	16,7		
Hessen 2013	8,3	16,7	11,1	22,2	9,5	19,0	11,1	22,2		
Brandenburg 2014	7,4	14,8	7,4	14,8	8,3	16,7	7,4	14,8	8,3	16,7
Hamburg 2015 (1. Duell)	6,1	12,1	6,7	13,3	6,7	13,3	6,7	13,3		
Hamburg 2015 (2. Duell)	6,1	12,1	6,7	13,3	6,7	13,3	6,7	13,3		
Baden-Württemberg 2016	7,4	14,8	16,7	33,3	13,3	26,7	16,7	33,3		
Rheinland-Pfalz 2016	16,7	9,5	19,0	11,1	22,2	9,5	19,0	19,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2016	14,8	7,4	14,8	9,5	19,0	7,4	14,8	14,8		
Berlin 2016	26,7	16,7	33,3	13,3	26,7	16,7	33,3	33,3		

Anmerkung: Die Grenzwerte berechnen sich als Terzile der maximalen Abweichungen je Debatte: Grenzwert = $\frac{199}{9} \cdot \sqrt{\frac{\text{Anzahl von Wählern genannte Themen}}{3}}$. Für die Anzahl der vor den TV-Duellen genannten Themen vgl. Anlage 10. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 12: Rangkorrelationen je Debatte und Akteur

Hamburg 1997						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	883	0,815 ***	0,712 ***	0,849 ***	0,889 ***	0,730 ***
Wählerlager Amtsinhaber	338	0,723 ***	0,657 **	0,756 ***	0,889 ***	0,657 **
Wählerlager Herausforderer	202	0,975 ***	0,913 ***	0,924 ***	0,795 ***	0,785 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	343	0,681 **	0,584 *	0,731 ***	0,855 ***	0,657 **
N Aussagen		110	40	70	39	31
Niedersachsen 1998						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	935	0,369 n.s.	0,240 n.s.	0,364 n.s.	0,245 n.s.	0,458 *
Wählerlager Amtsinhaber	375	0,568 **	0,543 *	0,551 *	0,400 #	0,676 **
Wählerlager Herausforderer	270	0,288 n.s.	0,276 n.s.	0,270 n.s.	0,170 n.s.	0,394 #
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	290	0,441 #	0,330 n.s.	0,437 #	0,305 n.s.	0,541 *
N Aussagen		109	14	95	45	50
Schleswig-Holstein 2000						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	770	0,339 n.s.	0,289 n.s.	0,366 n.s.	0,451 #	0,366 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	299	0,220 n.s.	0,157 n.s.	0,255 n.s.	0,341 n.s.	0,255 n.s.
Wählerlager Herausforderer	235	0,407 #	0,376 n.s.	0,434 #	0,519 *	0,434 #
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	236	0,340 n.s.	0,277 n.s.	0,376 n.s.	0,453 #	0,376 n.s.
N Aussagen		117	26	91	45	46
Baden-Württemberg 2001						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	125	0,075 n.s.	-0,076 n.s.	0,209 n.s.	0,067 n.s.	0,209 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	32	0,192 n.s.	0,068 n.s.	0,276 n.s.	0,185 n.s.	0,276 n.s.
Wählerlager Herausforderer	35	0,401 #	0,213 n.s.	0,527 *	0,394 n.s.	0,527 *
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	58	0,059 n.s.	-0,089 n.s.	0,186 n.s.	0,051 n.s.	0,186 n.s.
N Aussagen		291	42	249	131	118
Bundestagswahl 2002, 1. Duell						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	945	0,353 n.s.	0,317 n.s.	0,372 n.s.	0,575 **	0,353 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	323	0,146 n.s.	0,177 n.s.	0,165 n.s.	0,388 #	0,146 n.s.
Wählerlager Herausforderer	281	0,280 n.s.	0,254 n.s.	0,297 n.s.	0,524 *	0,280 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	341	0,401 n.s.	0,386 n.s.	0,421 n.s.	0,669 #	0,401 n.s.
N Aussagen		188	39	149	72	77
Bundestagswahl 2002, 2. Duell						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	945	0,188 n.s.	0,092 n.s.	0,188 n.s.	0,274 n.s.	0,151 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	323	0,237 n.s.	0,135 n.s.	0,237 n.s.	0,286 n.s.	0,157 n.s.
Wählerlager Herausforderer	281	0,058 n.s.	-0,068 n.s.	0,058 n.s.	0,125 n.s.	0,129 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	341	0,274 n.s.	0,209 n.s.	0,274 n.s.	0,359 n.s.	0,251 n.s.
N Aussagen		236	38	198	97	101
Mecklenburg-Vorpommern 2002						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1071	0,740 ***	0,626 **	0,783 ***	0,689 ***	0,528 *
Wählerlager Amtsinhaber	398	0,658 **	0,620 **	0,658 **	0,558 *	0,419 #
Wählerlager Herausforderer	241	0,694 ***	0,602 **	0,724 ***	0,617 **	0,516 *
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	432	0,743 ***	0,607 **	0,786 ***	0,704 ***	0,580 **
N Aussagen		231	41	190	101	89
Niedersachsen 2003, 1. Duell						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	869	0,048 n.s.	0,230 n.s.	-0,108 n.s.	0,110 n.s.	-0,084 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	310	0,048 n.s.	0,230 n.s.	-0,108 n.s.	0,110 n.s.	-0,084 n.s.
Wählerlager Herausforderer	307	0,000 n.s.	0,230 n.s.	-0,144 n.s.	0,110 n.s.	-0,120 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	252	0,190 n.s.	0,352 n.s.	0,048 n.s.	0,221 n.s.	0,072 n.s.
N Aussagen		186	44	142	65	77

Niedersachsen 2003, 2. Duell							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	869	0,683 **	0,711 **	0,675 **	0,843 ***	0,667 **	
Wählerlager Amtsinhaber	310	0,683 **	0,711 **	0,675 **	0,843 ***	0,667 **	
Wählerlager Herausforderer	307	0,683 **	0,711 **	0,675 **	0,843 ***	0,667 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	252	0,743 ***	0,771 ***	0,724 **	0,904 ***	0,618 *	
N Aussagen		200	72	128	58	70	
Thüringen 2004							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	926	0,315 #	0,404 *	0,414 *	0,253 n.s.	0,510 **	0,375 *
Wählerlager Amtsinhaber	222	0,196 n.s.	0,425 *	0,454 *	0,298 n.s.	0,554 **	0,423 *
Wählerlager Herausforderer	183	0,388 *	0,442 *	0,438 *	0,285 n.s.	0,513 **	0,410 *
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	422	0,284 n.s.	0,240 n.s.	0,364 *	0,162 n.s.	0,409 *	0,286 n.s.
Wählerlager Herausforderer 2	99	0,080 n.s.	0,491 **	0,449 *	0,373 *	0,476 **	0,487 **
N Aussagen		131	24	107	43	42	22
Brandenburg 2004							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	957	0,456 *	0,426 *	0,456 *	0,513 **	0,487 **	0,636 ***
Wählerlager Amtsinhaber	292	0,658 ***	0,435 *	0,722 ***	0,588 **	0,790 ***	0,758 ***
Wählerlager Herausforderer	147	0,249 n.s.	0,152 n.s.	0,274 n.s.	0,202 n.s.	0,185 n.s.	0,263 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	403	0,293 n.s.	0,276 n.s.	0,259 n.s.	0,350 #	0,250 n.s.	0,504 **
Wählerlager Herausforderer 2	115	0,477 *	0,477 *	0,431 *	0,548 **	0,383 *	0,571 **
N Aussagen		583	163	420	140	143	137
Sachsen 2004							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	923	0,734 ***	0,512 **	0,734 ***	0,741 ***	0,530 **	0,716 ***
Wählerlager Amtsinhaber	281	0,758 ***	0,521 **	0,758 ***	0,802 ***	0,514 **	0,729 ***
Wählerlager Herausforderer	137	0,747 ***	0,664 ***	0,747 ***	0,744 ***	0,666 ***	0,694 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	417	0,734 ***	0,512 **	0,734 ***	0,741 ***	0,530 **	0,716 ***
Wählerlager Herausforderer 2	88	0,526 **	0,360 *	0,526 **	0,522 **	0,395 *	0,487 **
N Aussagen		137	25	112	43	25	44
Schleswig-Holstein 2005							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	992	0,736 ***	0,753 ***	0,570 *	0,525 *	0,729 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	466	0,644 **	0,695 **	0,468 #	0,407 #	0,627 **	
Wählerlager Herausforderer	353	0,686 **	0,736 ***	0,502 *	0,458 #	0,661 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	173	0,803 ***	0,787 ***	0,655 **	0,610 **	0,780 ***	
N Aussagen		251	73	178	85	93	
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	518	0,503 *	0,577 *	0,503 *	0,410 n.s.	0,708 **	
Wählerlager Amtsinhaber	178	0,211 n.s.	0,259 n.s.	0,211 n.s.	0,109 n.s.	0,442 #	
Wählerlager Herausforderer	157	0,401 n.s.	0,519 *	0,401 n.s.	0,342 n.s.	0,654 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	183	0,707 #	0,786 *	0,707 #	0,518 n.s.	0,878 **	
N Aussagen		247	43	204	107	97	
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	955	0,449 *	0,599 **	0,449 *	0,420 #	0,449 *	
Wählerlager Amtsinhaber	434	0,401 #	0,542 *	0,401 #	0,368 n.s.	0,401 #	
Wählerlager Herausforderer	395	0,346 n.s.	0,508 *	0,346 n.s.	0,328 n.s.	0,346 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	126	0,538 *	0,679 ***	0,538 *	0,521 *	0,538 *	
N Aussagen		284	77	207	107	100	
Bundestagswahl 2005							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	3664	0,412 #	0,375 n.s.	0,414 #	0,411 #	0,505 *	
Wählerlager Amtsinhaber	1211	0,505 *	0,460 *	0,499 *	0,499 *	0,571 **	
Wählerlager Herausforderer	1213	0,535 *	0,583 **	0,542 *	0,579 **	0,571 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	1240	0,402 #	0,357 n.s.	0,401 #	0,407 #	0,486 *	
N Aussagen		318	63	255	124	131	
Baden-Württemberg 2006							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	413	0,707 **	0,786 ***	0,683 **	0,635 **	0,805 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	49	0,655 **	0,783 ***	0,630 **	0,570 *	0,704 **	
Wählerlager Herausforderer	50	0,791 ***	0,916 ***	0,766 ***	0,715 **	0,780 ***	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	44	0,503 n.s.	0,730 *	0,479 n.s.	0,356 n.s.	0,350 n.s.	
N Aussagen		286	61	225	134	91	

Mecklenburg-Vorpommern 2006						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1392	0,732 ***	0,741 ***	0,793 ***	0,796 ***	0,630 **
Wählerlager Amtsinhaber	543	0,783 ***	0,799 ***	0,838 ***	0,848 ***	0,659 **
Wählerlager Herausforderer	347	0,753 ***	0,815 ***	0,790 ***	0,815 ***	0,679 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	502	0,671 **	0,623 **	0,745 ***	0,773 ***	0,542 *
N Aussagen		150	28	122	60	62
Berlin 2006						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	916	0,807 ***	0,563 *	0,776 ***	0,542 *	0,731 **
Wählerlager Amtsinhaber	514	0,470 #	0,240 n.s.	0,461 #	0,277 n.s.	0,359 n.s.
Wählerlager Herausforderer	211	0,855 ***	0,587 *	0,824 ***	0,651 **	0,683 **
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	191	0,750 ***	0,473 #	0,804 ***	0,512 *	0,824 ***
N Aussagen		235	50	185	92	93
Hessen 2008						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	965	0,405 n.s.	0,410 n.s.	0,381 n.s.	0,500 *	0,400 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	332	0,619 *	0,639 **	0,571 *	0,667 **	0,509 *
Wählerlager Herausforderer	409	0,405 n.s.	0,410 n.s.	0,381 n.s.	0,500 *	0,400 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	224	0,310 n.s.	0,289 n.s.	0,357 n.s.	0,548 *	0,327 n.s.
N Aussagen		389	38	351	173	178
Niedersachsen 2008						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	907	0,659 **	0,747 ***	0,731 **	0,482 #	0,946 ***
Wählerlager Amtsinhaber	421	0,479 #	0,530 *	0,599 *	0,289 n.s.	0,838 ***
Wählerlager Herausforderer	360	0,539 *	0,554 *	0,659 **	0,313 n.s.	0,874 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	126	0,663 **	0,752 ***	0,735 **	0,485 #	0,952 ***
N Aussagen		172	42	130	73	57
Hamburg 2008						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1226	0,214 n.s.	0,371 n.s.	0,214 n.s.	0,133 n.s.	0,180 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	523	0,214 n.s.	0,455 #	0,214 n.s.	0,096 n.s.	0,132 n.s.
Wählerlager Herausforderer	598	0,143 n.s.	0,311 n.s.	0,143 n.s.	0,048 n.s.	0,120 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	105	0,405 n.s.	0,503 *	0,405 n.s.	0,313 n.s.	0,395 n.s.
N Aussagen		274	75	199	106	93
Bayern 2008						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	753	0,475 *	0,485 *	0,475 *	0,391 n.s.	0,380 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	377	0,502 *	0,504 *	0,502 *	0,418 #	0,420 #
Wählerlager Herausforderer	190	0,324 n.s.	0,300 n.s.	0,324 n.s.	0,206 n.s.	0,262 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	186	0,468 *	0,466 #	0,468 *	0,409 #	0,369 n.s.
N Aussagen		154	26	128	72	56
Thüringen 2009						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda ,283 Herausforderer 2
Wähler gesamt	853	-,046 n.s.	-,046 n.s.	,139 n.s.	,073 n.s.	,000 n.s.,283 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	337	-,068 n.s.	,025 n.s.	,127 n.s.	,120 n.s.	-0,021 n.s.,314 n.s.
Wählerlager Herausforderer	181	,059 n.s.	,168 n.s.	,185 n.s.	,128 n.s.	,000 n.s.,311 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	197	,218 n.s.	,218 n.s.	,403 *	,341 #	,211 n.s.,546 **
Wählerlager Herausforderer 2	138	,611 **	,639 ***	,639 ***	,519 ***	,717 *** ,647 ***
N Aussagen		165	45	120	40	35 45
Bundestagswahl 2009						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1514	0,725 ***	0,650 **	0,777 ***	0,674 ***	0,756 ***
Wählerlager Amtsinhaber	482	0,798 ***	0,714 ***	0,811 ***	0,752 ***	0,758 ***
Wählerlager Herausforderer	579	0,676 ***	0,610 **	0,734 ***	0,620 **	0,731 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	453	0,588 **	0,645 **	0,602 **	0,626 **	0,592 **
N Aussagen		285	62	223	96	127
Schleswig-Holstein 2009						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1591	0,805 ***	0,784 ***	0,778 ***	0,767 ***	0,805 ***
Wählerlager Amtsinhaber	641	0,807 ***	0,787 ***	0,780 ***	0,769 ***	0,807 ***
Wählerlager Herausforderer	644	0,823 ***	0,803 ***	0,802 ***	0,791 ***	0,823 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	306	0,765 ***	0,736 ***	0,744 ***	0,720 ***	0,765 ***
N Aussagen		363	95	268	126	142

Brandenburg 2009							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	1422	0,857 ***	0,824 ***	0,828 ***	0,751 ***	0,899 ***	0,798 ***
Wählerlager Amtsinhaber	661	0,866 ***	0,815 ***	0,845 ***	0,793 ***	0,882 ***	0,857 ***
Wählerlager Herausforderer	334	0,882 ***	0,849 ***	0,854 ***	0,751 ***	0,924 ***	0,773 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	148	0,908 ***	0,891 ***	0,921 ***	0,869 ***	0,916 ***	0,916 ***
Wählerlager Herausforderer 2	279	0,987 ***	0,970 ***	0,975 ***	0,856 ***	0,962 ***	0,907 ***
N Aussagen	1422	285	49	236	74	81	81
Nordrhein-Westfalen 2010							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	337	0,850 ***	0,850 ***	0,850 ***	0,898 ***	0,708 **	
Wählerlager Amtsinhaber	99	0,659 **	0,659 **	0,659 **	0,755 ***	0,488 #	
Wählerlager Herausforderer	159	0,765 ***	0,765 ***	0,765 ***	0,849 ***	0,638 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	79	0,952 ***	0,952 ***	0,952 ***	0,976 ***	0,884 ***	
N Aussagen		233	50	183	76	107	
Hamburg 2011, 1. Duell							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	82	0,542 *	0,690 ***	0,338 n.s.	0,472 *	0,301 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	14	0,067 n.s.	0,128 n.s.	0,052 n.s.	0,080 n.s.	0,036 n.s.	
Wählerlager Herausforderer	34	0,386 #	0,517 *	0,166 n.s.	0,331 n.s.	0,138 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	34	0,580 #	0,692 *	0,401 n.s.	0,434 n.s.	0,390 n.s.	
N Aussagen		227	91	136	66	70	
Hamburg 2011, 2. Duell							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	836	0,117 n.s.	0,311 n.s.	0,067 n.s.	-0,351 n.s.	0,402 #	
Wählerlager Amtsinhaber	156	0,117 n.s.	0,276 n.s.	0,067 n.s.	-0,343 n.s.	0,418 #	
Wählerlager Herausforderer	361	0,184 n.s.	0,380 n.s.	0,133 n.s.	-0,293 n.s.	0,452 #	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	319	0,080 n.s.	0,260 n.s.	0,042 n.s.	-0,395 n.s.	0,357 n.s.	
N Aussagen		191	74	117	56	61	
Sachsen-Anhalt 2011							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	171	0,359 #	0,405 *	0,383 #	0,587 **	0,133 n.s.	0,196 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	29	0,331 n.s.	0,415 *	0,430 *	0,736 ***	0,025 n.s.	0,239 n.s.
Wählerlager Herausforderer	40	0,802 ***	0,773 ***	0,778 ***	0,599 **	0,578 **	0,651 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	45	0,383 #	0,430 *	0,359 #	0,527 **	0,205 n.s.	0,196 n.s.
Wählerlager Herausforderer 2	57	0,802 ***	0,773 ***	0,778 ***	0,599 **	0,578 **	0,651 ***
N Aussagen		143	36	107	50	27	30
Baden-Württemberg 2011							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	254	0,687 **	0,589 *	0,687 **	0,687 **	0,687 **	
Wählerlager Amtsinhaber	68	0,527 *	0,464 #	0,527 *	0,527 *	0,527 *	
Wählerlager Herausforderer	120	0,671 **	0,586 *	0,671 **	0,671 **	0,671 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	66	0,635 **	0,537 *	0,635 **	0,635 **	0,635 **	
N Aussagen		316	68	248	127	121	
Rheinland-Pfalz 2011							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	142	0,378 n.s.	0,472 #	0,378 n.s.	0,400 n.s.	0,378 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	69	0,649 *	0,643 *	0,649 *	0,636 *	0,649 *	
Wählerlager Herausforderer	37	0,234 n.s.	0,378 n.s.	0,234 n.s.	0,200 n.s.	0,234 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	36	0,450 n.s.	0,472 #	0,450 n.s.	0,473 #	0,450 n.s.	
N Aussagen		197	9	188	90	98	
Mecklenburg-Vorpommern 2011							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	235	0,318 n.s.	0,613 **	0,100 n.s.	0,427 #	0,377 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	134	0,435 #	0,672 **	0,217 n.s.	0,544 *	0,477 *	
Wählerlager Herausforderer	29	0,248 n.s.	0,414 #	0,146 n.s.	0,367 n.s.	0,147 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	72	0,576 *	0,667 **	0,402 #	0,618 **	0,508 *	
N Aussagen		250	57	193	109	84	
Berlin 2011, 1. Duell							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	425	0,310 n.s.	0,190 n.s.	0,108 n.s.	0,275 n.s.	-0,072 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	224	0,119 n.s.	-0,119 n.s.	0,132 n.s.	0,216 n.s.	-0,084 n.s.	
Wählerlager Herausforderer	78	0,119 n.s.	0,143 n.s.	-0,072 n.s.	0,060 n.s.	-0,156 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	123	0,238 n.s.	0,238 n.s.	0,024 n.s.	0,192 n.s.	-0,108 n.s.	
N Aussagen		165	62	103	52	51	

Berlin 2011, 2. Duell							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	425	0,000 n.s.	0,144 n.s.	0,000 n.s.	0,181 n.s.	0,048 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	166	0,216 n.s.	0,216 n.s.	0,216 n.s.	0,325 n.s.	0,263 n.s.	
Wählerlager Herausforderer	58	0,096 n.s.	0,575 *	0,096 n.s.	0,518 *	0,120 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	201	0,132 n.s.	0,036 n.s.	0,132 n.s.	0,157 n.s.	0,156 n.s.	
N Aussagen		122	30	92	41	51	
Saarland 2012							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	42	0,000 n.s.	0,144 n.s.	0,000 n.s.	0,181 n.s.	0,048 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	11	0,216 n.s.	0,216 n.s.	0,216 n.s.	0,325 n.s.	0,263 n.s.	
Wählerlager Herausforderer	11	0,096 n.s.	0,575 *	0,096 n.s.	0,518 *	0,120 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	20	0,132 n.s.	0,036 n.s.	0,132 n.s.	0,157 n.s.	0,156 n.s.	
N Aussagen		414	74	340	165	175	
Nordrhein-Westfalen 2012							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	211	0,370 n.s.	0,458 #	0,370 n.s.	0,249 n.s.	0,374 n.s.	
Wählerlager Amtsinhaber	84	0,176 n.s.	0,237 n.s.	0,176 n.s.	0,059 n.s.	0,153 n.s.	
Wählerlager Herausforderer	62	0,218 n.s.	0,310 n.s.	0,218 n.s.	0,109 n.s.	0,288 n.s.	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	65	0,485 n.s.	0,456 n.s.	0,485 n.s.	0,387 n.s.	0,458 n.s.	
N Aussagen		245	90	155	78	77	
Schleswig-Holstein 2012							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	411	0,845 ***	0,895 ***	0,803 ***	0,704 **	0,782 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	106	0,879 ***	0,912 ***	0,807 ***	0,739 ***	0,752 ***	
Wählerlager Herausforderer	204	0,828 ***	0,879 ***	0,786 ***	0,686 **	0,782 ***	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	101	0,711 ***	0,695 **	0,735 ***	0,651 **	0,799 ***	
N Aussagen		196	59	137	69	68	
Niedersachsen 2013							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	224	0,778 ***	0,810 ***	0,698 **	0,374 n.s.	0,807 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	65	0,945 ***	0,805 ***	0,890 ***	0,516 *	0,932 ***	
Wählerlager Herausforderer	120	0,803 ***	0,861 ***	0,723 ***	0,374 n.s.	0,832 ***	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	39	0,409 #	0,369 n.s.	0,453 #	0,522 *	0,470 *	
N Aussagen		439	98	341	163	178	
Bundestagswahl 2013							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	845	0,784 ***	0,607 **	0,726 ***	0,723 ***	0,784 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	266	0,845 ***	0,713 ***	0,768 ***	0,796 ***	0,821 ***	
Wählerlager Herausforderer	297	0,766 ***	0,619 **	0,677 **	0,657 **	0,766 ***	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	282	0,771 ***	0,580 **	0,731 ***	0,741 ***	0,765 ***	
N Aussagen		435	107	328	197	131	
Bayern 2013							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	179	0,857 ***	0,905 ***	0,810 ***	0,766 ***	0,810 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	76	0,707 **	0,778 ***	0,647 **	0,711 **	0,647 **	
Wählerlager Herausforderer	66	0,619 *	0,714 **	0,595 *	0,575 *	0,595 *	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	37	0,286 n.s.	0,143 n.s.	0,190 n.s.	0,228 n.s.	0,190 n.s.	
N Aussagen		363	42	321	174	147	
Hessen 2013							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	
Wähler gesamt	274	0,862 ***	0,862 ***	0,833 ***	0,410 n.s.	0,903 ***	
Wählerlager Amtsinhaber	84	0,880 ***	0,868 ***	0,850 ***	0,436 #	0,908 ***	
Wählerlager Herausforderer	122	0,635 **	0,609 *	0,595 *	0,265 n.s.	0,683 **	
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	68	0,898 ***	0,774 ***	0,881 ***	0,542 *	0,854 ***	
N Aussagen		117	26	91	45	46	
Brandenburg 2014							
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer	Agenda Herausforderer 2
Wähler gesamt	417	0,018 n.s.	0,018 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.
Wählerlager Amtsinhaber	106	0,091 n.s.	0,091 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.
Wählerlager Herausforderer	101	-0,055 n.s.	-0,055 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.	0,068 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	88	0,018 n.s.	0,018 n.s.	0,183 n.s.	0,183 n.s.	0,183 n.s.	0,183 n.s.
Wählerlager Herausforderer 2	122	0,219 n.s.	0,219 n.s.	0,251 n.s.	0,251 n.s.	0,251 n.s.	0,251 n.s.
N Aussagen		180	62	118	33	36	49

Hamburg 2015, 1. Duell						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1324	0,612 **	0,578 **	0,685 ***	0,636 **	0,738 ***
Wählerlager Amtsinhaber	600	0,576 **	0,553 *	0,624 **	0,564 **	0,695 ***
Wählerlager Herausforderer	254	0,661 **	0,578 **	0,673 **	0,673 **	0,689 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	469	0,596 **	0,567 **	0,657 **	0,602 **	0,719 ***
N Aussagen		284	94	190	104	86
Hamburg 2015, 2. Duell						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	1324	0,831 ***	0,812 ***	0,841 ***	0,803 ***	0,841 ***
Wählerlager Amtsinhaber	600	0,801 ***	0,782 ***	0,810 ***	0,772 ***	0,810 ***
Wählerlager Herausforderer	254	0,917 ***	0,898 ***	0,927 ***	0,889 ***	0,927 ***
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	469	0,817 ***	0,798 ***	0,827 ***	0,788 ***	0,827 ***
N Aussagen		256	67	189	100	89
Baden-Württemberg 2016						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	143	0,334 n.s.	0,706 **	0,272 n.s.	0,257 n.s.	0,706 **
Wählerlager Amtsinhaber	35	0,201 n.s.	0,423 #	0,201 n.s.	0,300 n.s.	0,423 #
Wählerlager Herausforderer	48	0,096 n.s.	0,367 n.s.	0,096 n.s.	0,219 n.s.	0,367 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	60	0,827 **	0,856 **	0,783 *	0,650 #	0,856 **
N Aussagen		202	51	151	79	72
Rheinland-Pfalz 2016						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	255	0,635 **	0,568 *	0,635 **	0,619 *	0,651 **
Wählerlager Amtsinhaber	98	0,503 *	0,358 n.s.	0,503 *	0,452 #	0,566 *
Wählerlager Herausforderer	89	0,687 **	0,603 *	0,687 **	0,707 **	0,642 **
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	68	0,241 n.s.	0,261 n.s.	0,241 n.s.	0,252 n.s.	0,248 n.s.
N Aussagen		262	27	235	123	112
Mecklenburg-Vorpommern 2016						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	163	0,745 ***	0,713 ***	0,697 **	0,546 *	0,692 **
Wählerlager Amtsinhaber	69	0,583 *	0,563 *	0,536 *	0,469 *	0,487 *
Wählerlager Herausforderer	60	0,561 *	0,536 *	0,508 *	0,416 #	0,523 *
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	34	0,729 ***	0,650 **	0,672 **	0,528 *	0,641 **
N Aussagen		307	114	193	108	85
Berlin 2016						
Lager der Wähler	Wähler	Agenda Debatten	Agenda Moderatoren	Agenda Kandidaten	Agenda Amtsinhaber	Agenda Herausforderer
Wähler gesamt	22	0,671 *	0,707 *	0,671 *	0,671 *	0,707 *
Wählerlager Amtsinhaber	8	0,671 *	0,707 *	0,671 *	0,671 *	0,707 *
Wählerlager Herausforderer	7	0,000 n.s.	0,363 n.s.	0,000 n.s.	0,000 n.s.	0,363 n.s.
Wählerlager Unentschiedene/andere Parteien	7	1,000 n.s.	0,791 **	1,000 n.s.	1,000 n.s.	0,791 **
N Aussagen		193	43	150	73	77

Anmerkung: Angaben in Rangkorrelationskoeffizienten r_s (Spearman's Rho) zwischen Wähler- und gesamter sowie akteurspezifischer Debattenagenda. Auswertung für alle in der Analyse berücksichtigten Bevölkerungsumfragen für TV-Debatten (vgl. Tabelle 10 bzw. Anlage 2), Auswertung für alle Aussagen mit Policy-Bezug der TV-Duelle in den Jahren 1997-2016 (N=50); Angaben der Agenda des zweiten Herausforderers sowie seiner Anhänger beruhen auf sieben TV-Duellen bzw. Bevölkerungsumfragen. [-1;0]=kein Zusammenhang; [0,01;0,66]=schwacher bis mittlerer Zusammenhang; [0,67;1] starker Zusammenhang. Signifikanzniveaus: ***= $p < 0,001$; **= $p < 0,01$; *= $p < 0,05$; #= $p < 0,1$; n.s.=nicht signifikant. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 13: Themenspektrum der Schlussstatements je Debatte nach Interessen der Wählerlager

TV-Duell	Angesprochene Themen Amtsinhaber	Anteil (%)	Top-3-Thema				Angesprochene Themen Herausforderer	Anteil (%)	Top-3-Thema			
			Gesamt	A	H	U			Gesamt	A	H	U
Bundestagswahl 2002, Duell 1	Internationale Beziehungen	100,0					Internationale Beziehungen	100,0				
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Sonstige Policy-Aussagen						Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
	Sonstige politische Aussagen						Ostdeutschland					
							Sonstige politische Aussagen					
Bundestagswahl 2002, Duell 2	Internationale Beziehungen	100,0					Internationale Beziehungen	100,0				
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Wirtschaftspolitik		x	x	x	x	Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
	Bildungspolitik						Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen											
Mecklenburg-Vorpommern 2002	Umweltpolitik	100,0					Kultur- und Freizeitpolitik	100,0				
	Sozialpolitik						Sonstige politische Aussagen					
	Wirtschaftspolitik		x	x	x	x						
	Sonstige politische Aussagen											
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1	Infrastruktur	100,0					Arbeitsmarktpolitik	90,0	x	x	x	x
	Sozialpolitik						Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Bildungspolitik					
	Bildungspolitik						Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen						Unpolitische Aussagen	10,0				
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2	Infrastruktur	100,0					Infrastruktur	92,9				
	Sozialpolitik		x	x	x	x	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Wirtschaftspolitik					
	Bildungspolitik		x	x	x	x	Bildungspolitik		x	x	x	x
	Sonstige politische Aussagen						Finanzpolitik					
							Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	7,1				
Bundestagswahl 2005	Infrastruktur	100,0					Internationale Beziehungen	81,8				
	Sozialpolitik		x	x	x	x	Sozialpolitik		x	x	x	x
	Sonstige Policy-Aussage						Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
							Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
							Finanzpolitik					
							Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	18,2				
Berlin 2006	Sonstige politische Aussagen	100,0					Sonstige politische Aussagen	100,0				
Mecklenburg-Vorpommern 2006	Sonstige politische Aussagen	85,7					Wirtschaftspolitik	80,0				x
	Unpolitische Aussagen	14,3					Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	20,0				
Niedersachsen 2008	Politische Aussagen	75,0					Sozialpolitik	87,5	x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	25,0					Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
							Wirtschaftspolitik					
							Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	12,5				
Hamburg 2008	Arbeitsmarktpolitik	80,0	x	x	x		Innere Sicherheit	81,3				
	Sozialpolitik		x		x	x	Infrastruktur					
	Wirtschaftspolitik						Sozialpolitik		x		x	x
	Finanzpolitik						Bildungspolitik		x	x	x	x
	Bildungspolitik		x	x	x	x	Finanzpolitik					
	Sonstige politische Aussagen						Sonstige politische Aussagen					
	Unpolitische Aussagen	20,0					Unpolitische Aussagen	18,8				
Bundestagswahl 2009	Infrastruktur	45,5					Umweltpolitik	81,8				
	Sozialpolitik		x	x	x	x	Sozialpolitik		x	x	x	x
	Finanzpolitik						Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Sonstige politische Aussagen						Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	54,5					Bildungspolitik					
							Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	18,2				
Schleswig-Holstein 2009	Sonstige politische Aussagen	87,5					Sonstige politische Aussagen	80,0				
	Unpolitische Aussagen	12,5					Unpolitische Aussagen	20,0				
Brandenburg 2009	Infrastruktur	100,0					Sonstige politische Aussagen	66,7				
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x ^{a)}	x	Unpolitische Aussagen	33,3				
Nordrhein-Westfalen 2010	Finanzpolitik	66,7	x	x	x	x	Sozialpolitik	85,7				
	Sonstige Policy-Aussage						Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
							Sonstige politische Aussagen					
	Unpolitische Aussagen	33,3					Unpolitische Aussagen	14,3				
Hamburg 2011, Duell 1	Wirtschaftspolitik	70,0					Infrastruktur	100,0	x		x	x
	Sonstige politische Aussagen						Wirtschaftspolitik					
	Unpolitische Aussagen	30,0					Bildungspolitik					
							Finanzpolitik			x		
							Sonstige politische Aussagen					
Hamburg 2011, Duell 2	Infrastruktur	100,0	x	x	x	x	Sozialpolitik	100,0	x	x	x	
	Wirtschaftspolitik						Kultur- und Freizeitpolitik					
	Bildungspolitik		x	x	x	x	Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen											
Sachsen-Anhalt 2011	Arbeitsmarktpolitik	100,0	x	x	x	x	Sonstige Policy-Aussage	100,0				
	Bildungspolitik						Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen											
Rheinland-Pfalz 2011	Sonstige politische Aussagen	88,9					Sonstige politische Aussagen	100,0				
	Unpolitische Aussagen	11,1										
Mecklenburg-Vorpommern 2011	Arbeitsmarktpolitik	100,0	x	x	x	x	Sonstige Policy-Aussage	100,0				
	Finanzpolitik					x	Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen											
Berlin 2011, Duell 1	Arbeitsmarktpolitik	100,0				x	Bildungspolitik	100,0				
Nordrhein-Westfalen 2012	Infrastruktur	100,0					Infrastruktur	100,0				
	Sozialpolitik		x	x	x	x	Finanzpolitik					
	Sonstige politische Aussagen						Sonstige politische Aussagen					

Anmerkung: A=Lager Amtsinhaber; H=Lager Herausforderer; U=Lager Unentschiedene/andere Parteien; a) = Auch Top-3-Thema des 2. Herausfordererlagers. Anteile in % geben das Verhältnis aller politischer Aussagen zu unpolitischen Aussagen inkl. Aussagen zur Strukturierung des jeweiligen TV-Duells an (nur funktionale Aussagen); eigene Auswertung.

TV-Duell	Angesprochene Themen Amtsinhaber		Top-3-Thema				Angesprochene Themen Herausforderer		Top-3-Thema			
			Gesamt	A	H	U			Gesamt	A	H	U
Niedersachsen 2013	Wirtschaftspolitik	75,0				x	Sozialpolitik	83,3		x		
	Sonstige politische Aussagen						Sonstige Policy-Aussage					
	Unpolitische Aussagen	25,0					Sonstige politische Aussagen					
							Unpolitische Aussagen	16,7				
Bundestagswahl 2013	Sozialpolitik	81,3	x	x	x	x	Internationale Beziehungen	85,0				
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Infrastruktur					
	Wirtschaftspolitik						Sozialpolitik		x	x	x	x
	Bildungspolitik						Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Finanzpolitik		x	x	x	x	Finanzpolitik		x	x	x	x
	Sonstige politische Aussagen											
	Unpolitische Aussagen	18,8					Unpolitische Aussagen	15,0				
Bayern 2013	Sozialpolitik	80,0	x	x	x	x	Infrastruktur	90,0	x	x	x	
	Wirtschaftspolitik						Sozialpolitik		x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	20,0					Arbeitsmarktpolitik			x		
							Wirtschaftspolitik					x
							Bildungspolitik		x		x	
						Sonstige politische Aussagen						
	Unpolitische Aussagen						Unpolitische Aussagen	10,0				
Hessen 2013	Wirtschaftspolitik	71,4					Sozialpolitik	80,0				
	Bildungspolitik		x	x	x	x	Bildungspolitik		x	x	x	x
	Finanzpolitik		x	x		x	Sonstige politische Aussagen					
	Sonstige politische Aussagen						Unpolitische Aussagen	20,0				
	Unpolitische Aussagen	28,6										
Brandenburg 2014	Sozialpolitik	50,0	x			x	Innere Sicherheit	40,0				x
	Sonstige politische Aussagen						Bildungspolitik					
	Unpolitische Aussagen	50,0					Unpolitische Aussagen	60,0				
Hamburg 2015, Duell 2	Infrastruktur	77,8	x	x	x	x	Innere Sicherheit	88,9				
	Wirtschaftspolitik						Infrastruktur		x	x	x	x
	Bildungspolitik		x	x	x	x	Wirtschaftspolitik					
	Sonstige politische Aussagen						Bildungspolitik		x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	22,2					Sonstige politische Aussagen					
						Unpolitische Aussagen	11,1					
Rheinland-Pfalz 2016	Sozialpolitik	75,0	x	x	x	x	Innere Sicherheit	100,0				
	Wirtschaftspolitik		x	x	x		Infrastruktur		x			x
	Bildungspolitik						Sozialpolitik		x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	25,0					Wirtschaftspolitik		x	x	x	
							Bildungspolitik					
						Sonstige politische Aussagen						
Mecklenburg-Vorpommern 2016	Sozialpolitik	90,0	x	x	x	x	Innere Sicherheit	100,0				
	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x	Sozialpolitik		x	x	x	x
	Wirtschaftspolitik		x	x	x	x	Arbeitsmarktpolitik		x	x	x	x
	Sonstige politische Aussagen						Wirtschaftspolitik		x	x	x	x
	Unpolitische Aussagen	10,0					Bildungspolitik					
						Finanzpolitik						
						Sonstige politische Aussagen						
Brandenburg 2009 (2. Herausforderer)						Arbeitsmarktpolitik	100,0	x	x	x ^{a)}	x	
Sachsen-Anhalt 2011 (2. Herausforderer)						Sonstige politische Aussagen						
						Sozialpolitik	100,0			x ^{a)}		
Brandenburg 2014 (2. Herausforderer)						Sonstige politische Aussagen						
						Arbeitsmarktpolitik	80,0	x	x	x	x ^{a)}	
						Wirtschaftspolitik						
						Sonstige Policy-Aussage						
						Unpolitische Aussagen	20,0					
Gesamt	Politische Aussagen	84,3					Politische Aussagen	89,5	90,0	(H2)		
	Unpolitische Aussagen	15,7					Unpolitische Aussagen	11,5	10,0	(H2)		
Gesamt (kandidatenunabhängig)	Politische Aussagen	87,0										
	Unpolitische Aussagen	13,0										

Anmerkung: A=Lager Amtsinhaber; H=Lager Herausforderer; U=Lager Unentschiedene/andere Parteien; a) = Auch Top-3-Thema des 2. Herausfordererlagers. Anteile in % geben das Verhältnis aller politischer Aussagen zu unpolitischen Aussagen inkl. Aussagen zur Strukturierung des jeweiligen TV-Duells an (nur funktionale Aussagen); Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 14: Veränderungen der External Efficacy nach Rezeption der Kanzlerdebatten 2002, 2009 und 2013

TV-Duell	Zustimmungsgrad	Anteile W1	Anteile W2	Δ W2-W1
Alle Debatten	Stimme voll und ganz zu	1,4	2,2	0,8
	Stimme eher zu	14,5	21,2	6,7
	Stimme teils zu/teils nicht	43,8	44,8	1,0
	Stimme eher nicht zu	34,6	26,4	-8,2
	Stimme überhaupt nicht zu	5,8	5,5	-0,3
Gesamt (N=746)		100,1	100,1	
2002, 1	Stimme voll und ganz zu	1,5		-1,5
	Stimme eher zu	11,8	19,2	7,4
	Stimme teils zu/teils nicht	41,1	50,0	8,9
	Stimme eher nicht zu	36,7	23,5	-13,2
	Stimme überhaupt nicht zu	8,8	7,4	-1,4
Gesamt (N=68)		99,9	100,1	
2002,2	Stimme voll und ganz zu	2,8	1,4	-1,4
	Stimme eher zu	24,2	25,4	1,2
	Stimme teils zu/teils nicht	32,8	26,4	-6,4
	Stimme eher nicht zu	31,5	37,5	6,0
	Stimme überhaupt nicht zu	8,6	8,3	-0,3
Gesamt (N=72)		99,9	99,0	
2009	Stimme voll und ganz zu	1,8	2,4	0,6
	Stimme eher zu	13,8	20,5	6,7
	Stimme teils zu/teils nicht	46	48,6	2,6
	Stimme eher nicht zu	33,2	22,9	-10,3
	Stimme überhaupt nicht zu	5,1	5,4	0,3
Gesamt (N=370)		99,9	99,8	
2013	Stimme voll und ganz zu		2,6	2,6
	Stimme eher zu	13,6	21,2	7,6
	Stimme teils zu/teils nicht	44,2	42,8	-1,4
	Stimme eher nicht zu	37,1	29,3	-7,8
	Stimme überhaupt nicht zu	5,1	4,2	-0,9
Gesamt (N=236)		100,0	100,1	

Anmerkung: Ausgewiesen sind Anteile an Nennungen des Mittelwertindex (additiver Mittelwertindex der Items "Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung" und "Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken"); 5er-Skala: 1=Trifft überhaupt nicht zu; 5 "Trifft voll und ganz zu". Zusammengefasste Werte: 5 und 4,5; 4 und 3,5; 3 und 2,5; 2 und 1,5. Aufsummierte Summenanteile ≠ 100 Prozent: Rundungsfehler. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 15: Alternative Modelle zur Überprüfung des Responsivitäts- und Persuasionspotentials der Kanzlerdebatten 2002, 2009 und 2013 auf politische Unterstützung

Modell 1: Responsivitätseffekte auf die Wahlbeteiligungsabsicht

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	600
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.006
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.017
Alter	-.049
Geschlecht	-.032
Bildung	.002
Korrigiertes R ²	-.005
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	210
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.153
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	.142
Alter	-.085
Geschlecht	.020
Bildung	-.016
Korrigiertes R ²	-.010
Lager Herausforderer	
N Befragte	260
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	-.011
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.036
Alter	-.074
Geschlecht	-.047
Bildung	-.073
Korrigiertes R ²	-.007
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	128
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.173
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	-.182
Alter	.013
Geschlecht	-.049
Bildung	.102
Korrigiertes R ²	-.016

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Wahlbeteiligungsabsicht W2-Wahlbeteiligungsabsicht W1). Nur Teilnehmer mit Veränderung. UVs: rs Wähleragenda W1;Agenda Kandidat (Amtsinhaber bzw. Herausforderer); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Modell 2: Persuasionseffekte auf die Wahlbeteiligungsabsicht

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	574
Persuasionsstärke Amtsinhaber	-.080
Persuasionsstärke Herausforderer	.053
Alter	-.047
Geschlecht	-.024
Bildung	.011
Korrigiertes R ²	-.004
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	203
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.023
Persuasionsstärke Herausforderer	-.091
Alter	-.064
Geschlecht	.049
Bildung	.015
Korrigiertes R ²	-.012
Lager Herausforderer	
N Befragte	250
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.084
Persuasionsstärke Herausforderer	-.144
Alter	-.082
Geschlecht	-.055
Bildung	-.073
Korrigiertes R ²	-.004
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	119
Persuasionsstärke Amtsinhaber	-,252
Persuasionsstärke Herausforderer	.308
Alter	.002
Geschlecht	-.050
Bildung	.129
Korrigiertes R ²	.000

Anmerkung: Ausgewiesen sind lineare Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Wahlbeteiligungsabsicht W2-Wahlbeteiligungsabsicht W1). Nur Teilnehmer mit Veränderung. UVs: Persuasionstärke [Kandidat] = Δ (r_s Wähleragenda W2; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda) - (r_s Wähleragenda W1; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$.
Quelle: eigene Auswertung.

Modell 3: Responsivitätseffekte auf die Wahlabsicht

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	98
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.466
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	1.295
Alter	1.012
Geschlecht	.640
Bildung	1.289
Nagelkerkes R ²	.078
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	39
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.247
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	1.239
Alter	1.002
Geschlecht	.928
Bildung	1.625
Nagelkerkes R ²	.263
Lager Herausforderer	
N Befragte	40
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.934
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	.811
Alter	.993
Geschlecht	.548
Bildung	1,114
Nagelkerkes R ²	.039
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	19
Wähleragenda W1;Agenda Amtsinhaber	.000
Wähleragenda W1;Agenda Herausforderer	5.434
Alter	1.162
Geschlecht	.130
Bildung	2.362
Nagelkerkes R ²	.433

Anmerkung: Ausgewiesen sind binär-logistische Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Wahlabsicht W2-Wahlabsicht W1). Nur Teilnehmer mit Veränderung. UVs: rs Wähleragenda W1;Agenda Kandidat (Amtsinhaber bzw. Herausforderer); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Modell 4: Persuasionseffekte auf die Wahlabsicht

Gesamte Wählerschaft	
N Befragte	98
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.599
Persuasionsstärke Herausforderer	1.444
Alter	1.008
Geschlecht	.707
Bildung	1.286
Nagelkerkes R ²	.041
Lager Amtsinhaber	
N Befragte	39
Persuasionsstärke Amtsinhaber	2.832
Persuasionsstärke Herausforderer	.481
Alter	.984
Geschlecht	.688
Bildung	2.117
Nagelkerkes R ²	.216
Lager Herausforderer	
N Befragte	40
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.040
Persuasionsstärke Herausforderer	21.344
Alter	.995
Geschlecht	1.434
Bildung	.938
Nagelkerkes R ²	.112
Lager Unentschiedene/andere Parteien	
N Befragte	19
Persuasionsstärke Amtsinhaber	.264
Persuasionsstärke Herausforderer	1.483
Alter	1.094
Geschlecht	.134
Bildung	1.878
Nagelkerkes R ²	.319

Anmerkung: Ausgewiesen sind binär-logistische Regressionsmodelle; Angaben in standardisierten Regressionskoeffizienten (beta). AV: Δ (Wahlabsicht W2-Wahlabsicht W1). Nur Teilnehmer mit Veränderung. Wahlabsicht für einen Kandidaten vorhanden=1, keine Wahlabsicht für einen Kandidaten=0. UVs: Persuasionstärke [Kandidat] = Δ (r_s Wähleragenda W2; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda) - (r_s Wähleragenda W1; Amtsinhaber- bzw. Herausfordereragenda); Alter: in Jahren; Geschlecht: 0=männlich, 1=weiblich; Bildung: 1=kein Abschluss; 6=abgeschlossenes Studium. Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 16: Kontrastgruppenanalyse der Effekte von Kandidatenresponsivität und -persuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die politische Unterstützung

Effekte der Kandidatenresponsivität der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauerbewertung der External Efficacy

TV-Duell	Responsivität Debattenagenda			Responsivität Amtsinhaberagenda			Responsivität Herausfordereragenda		
	negativ	nicht vorhanden	positiv	negativ	nicht vorhanden	positiv	negativ	nicht vorhanden	positiv
Alle Wähler	,194 (,655)	,139 (,487)	,197 (,706)	,193 (,675)	,174 (,499)	,195 (,698)	,187 (,696)	,134 (,487)	,204 (,684)
N	680			679			679		
Lager Amtsinhaber	,235 (,617)	,250 (,612)	,149 (,582)	,227 (,633)	,250 (,612)	,157 (,577)	,229 (,615)	,225 (,612)	,151 (,583)
N	247			247			247		
Lager Herausforderer	,143 (,678)	,196 (,645)	,223 (,749)	,152 (,704)	,196 (,416)	,218 (,696)	,101 (,779)	,196 (,391)	,242 (,651)
N	295			295			295		
Lager Unentschiedene	,214 (,700)	-,143 (,627)	,232 (,900)	,208 (,698)	,057 (,682)	,222 (,905)	,260 (,676)	-,143 (,627)	,220 (,903)
N	138			138			137		

Anmerkung: Ausgewiesen sind Mittelwerte der Efficacy-Differenz: Δ (Efficacy-Index W2-Efficacy-Index W1) nach Gruppen der Responsivität; in Klammern: Standardabweichung. Einteilung der Gruppen nach Vorzeichen der Debattenresponsivität (r_s Wähleragenda W1; Debattenagenda bzw. r_s Wähleragenda W1; Agenda [Kandidat]). Lagereinteilung der Wähler nach Lagern der Parteiidentifikation (CDU/CSU/FDP bzw. SPD/Grüne/PDS/Linke bzw. unentschieden/andere/keine Parteiidentifikation zusammengefasst). Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Effekte gerichteter Kandidatenpersuasion der TV-Duelle 2002, 2009 und 2013 auf die Zuschauerbewertung der External Efficacy

TV-Duell	Persuasion Debattenagenda			Persuasion Amtsinhaberagenda			Persuasion Herausfordereragenda		
	negativ	nicht vorhanden	positiv	negativ	nicht vorhanden	positiv	negativ	nicht vorhanden	positiv
Alle Wähler	,243 (,660)	,156 (,704)	,246 (,665)	,263 (,649)	,151 (,708)	,235 (,667)	,243 (,659)	,168 (,713)	,234 (,654)
N	653			653			651		
Lager Amtsinhaber	,221 (,667)	,164 (,581)	,180 (,589)	,214 (,653)	,146 (,600)	,235 (,541)	,235 (,666)	,159 (,582)	,179 (,589)
N	239			239			239		
Lager Herausforderer	,266 (,563)	,148 (,723)	,236 (,691)	,199 (,589)	,172 (,704)	,272 (,716)	,271 (,567)	,174 (,737)	,198 (,661)
N	286			286			286		
Lager Unentschiedene	,234 (,823)	,153 (,901)	,365 (,704)	,328 (,768)	,121 (,913)	,353 (,702)	,203 (,771)	,172 (,916)	,403 (,715)
N	128			128			126		

Anmerkung: Ausgewiesen sind Mittelwerte der Efficacy-Differenz: Δ (Efficacy-Index W2-Efficacy-Index W1) nach Gruppen der Responsivität. Einteilung der Gruppen nach Vorzeichen der Debattenresponsivität ($=\Delta r_s$ Wähleragenda W2; Debattenagenda- r_s Wähleragenda W1; Debattenagenda bzw. Δr_s Wähleragenda W2; Agenda [Kandidat]- r_s Wähleragenda W1; Agenda [Kandidat]). Lagereinteilung der Wähler nach Lagern der Parteiidentifikation (CDU/CSU/FDP bzw. SPD/Grüne/PDS/Linke bzw. unentschieden/andere/keine Parteiidentifikation zusammengefasst). Signifikanzniveaus: ***= $p < .001$; **= $p < .01$; *= $p < .05$; #= $p \leq .1$. Quelle: eigene Auswertung.

Anlage 17: Kompetenz- und Umfragewerte der Kandidaten vor TV-Duell

TV-Duell	Amtsinhaber		Herausforderer		Herausforderer 2	
	Kompetenzwert	Umfragewert	Kompetenzwert	Umfragewert	Kompetenzwert	Umfragewert
Hamburg 1997	+1,58	+9,0	-1,92	-9,0		
Niedersachsen 1998	+3,69	+12,0	-3,58	-12,0		
Schleswig-Holstein 2000	-4,13	+8,0	+4,20	-8,0		
Baden-Württemberg 2000	-7,50	+11,0	+7,14	-11,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 1	-7,06	-5,0	+7,14	+5,0		
Bundestagswahl 2002, Duell 2	-7,06	-2,0	+7,14	+2,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2002	+1,66	+4,0	-2,15	-4,0		
Niedersachsen 2003, Duell 1	-23,66	-9,0	+23,66	+9,0		
Niedersachsen 2003, Duell 2	-23,66	-9,0	+23,66	+9,0		
Thüringen 2004	+14,85	+22,0	-14,33	-23,0	-22,31	-22,0
Brandenburg 2004	-2,93	+2,0	+2,46	-6,0	-8,84	-2,0
Sachsen 2004	+26,38	+25,0	-26,39	-30,0	-32,14	-25,0
Schleswig-Holstein 2005	-3,89	+2,0	+3,40	-2,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 1	+1,17	-10,0	-1,56	+10,0		
Nordrhein-Westfalen 2005, Duell 2	-12,10	-6,0	+11,59	+6,0		
Bundestagswahl 2005	-11,78	-11,0	+11,87	+11,0		
Baden-Württemberg 2006	+13,97	+19,0	-13,86	-19,0		
Berlin 2006	-0,77	+11,0	+0,29	-11,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2006	-6,20	-4,0	+6,20	+4,0		
Hessen 2008	+4,15	+5,0	-4,66	-5,0		
Niedersachsen 2008	+13,83	+13,0	-13,83	-13,0		
Hamburg 2008	+10,38	-10,0	-10,89	+10,0		
Bayern 2008	+12,35	+26,0	-12,81	-26,0		
Thüringen 2009	+12,23	+14,0	-12,2	-17,0	-20,24	-14,0
Bundestagswahl 2009	+2,28	-12,0	-2,81	-12,0		
Schleswig-Holstein 2009	+5,04	+3,0	-5,5	-3,0		
Brandenburg 2009	+1,61	+5,0	-1,59	-10,0	-21,37	-3,0
Nordrhein-Westfalen 2010	+3,00	+4,0	-3,46	-4,0		
Hamburg 2011, Duell 1	+3,60	-21,0	-4,03	+21,0		
Hamburg 2011, Duell 2	-12,83	-21,0	+12,29	+21,0		
Sachsen-Anhalt 2011	+2,20	+8,0	-2,71	-8,0	-20,0	-7,0
Baden-Württemberg 2011	+5,97	+20,0	-5,94	-20,0		
Rheinland-Pfalz 2011	+1,70	+5,0	-2,29	-5,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2011	+2,37	+7,0	-2,84	-7,0		
Berlin 2011, Duell 1	+0,10	+9,0	0,00	-9,0		
Berlin 2011, Duell 2	-1,93	+12,0	-15,54	-12,0		
Saarland 2012	+9,88	0,0	-9,84	0,0		
Nordrhein-Westfalen 2012	+3,85	+6,0	-3,77	-6,0		
Schleswig-Holstein 2012	-7,66	-1,0	+7,04	+1,0		
Niedersachsen 2013	-4,59	+6,0	+4,59	-6,0		
Bundestagswahl 2013	+9,07	+16,0	-9,48	-16,0		
Bayern 2013	+17,38	+29,0	-17,89	-29,0		
Hessen 2013	+2,82	+8,0	-3,36	-8,0		
Brandenburg 2014	-0,70	+9,0	+0,31	-13,0	-21,61	-9,0
Hamburg 2015, Duell 1	+7,47	+21,0	-7,91	-21,0		
Hamburg 2015, Duell 2	+7,47	+26,0	-7,91	-26,0		
Baden-Württemberg 2016	-20,25	-7,0	+9,94	+7,0		
Rheinland-Pfalz 2016	+1,46	-4,0	-1,46	+4,0		
Mecklenburg-Vorpommern 2016	+0,99	+3,0	-0,96	-3,0		
Berlin 2016	+2,73	+4,0	-3,80	-4,0		

Anmerkung: Ausgewiesen sind die Zustimmungswerte der Kandidaten in Themenkompetenzen und Umfragen. Kompetenzen: Mittelwert aller prozentualen Anteile an Nennungen für zugesprochene Kompetenz je Themenfeld; Quelle: siehe Tabelle 10 sowie infratest dimap (2017). Umfragen: Vorsprung bzw. Rückstand zum Gegenkandidaten in Prozentpunkten; Quelle: wahlrecht.de (jeweils letzte Umfrage vor dem TV-Duell). Zur Verrechnung der Kompetenz- und Umfragewerte siehe Kapitel 7.2.2. Eigene Darstellung.

13. Literatur

- Abramowitz, A. I. (1978). The Impact of a Presidential Debate on Voter Rationality. *American Journal of Political Science* 22(3), 680.
- Abramson, P. R. (1983). *Political Attitudes in America. Formation and Change*. San Francisco: Freeman.
- Acock, A., Clarke, H. D. & Stewart, M. C. (1985). A New Model for Old Measures. A Covariance Structure Analysis of Political Efficacy. *The Journal of Politics* 47(4), 1062-1084.
- Adam, S. & Maier, M. (2010). Personalization of Politics. A Critical Review and Agenda for Research. *Communication Yearbook* 34(1), 213-257.
- Adler, E. S. (2002). *Why Congressional Reforms Fail. Reelection and the House Committee System*. Chicago: University of Chicago Press.
- Adler, E. S. & Lapinski, J. S. (1997). Demand-Side Theory and Congressional Committee Composition. A Constituency Characteristics Approach. *American Journal of Political Science* 41(3), 895-918.
- Almond, G. A. & Verba, S. (1963). *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.
- Alt, J. E., Särilvik, B. & Crewe, I. (1976). Partisanship and Policy Choice. Issue Preferences in the British Electorate, February 1974. *British Journal of Political Science* 6(3), 273-290.
- Althaus, M. (1998). *Wahlkampf als Beruf*. Frankfurt am Main: Lang.
- Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1994). Riding the Wave and Claiming Ownership Over Issues. The Joint Effects of Advertising and News Coverage in Campaigns. *The Public Opinion Quarterly* 58(3), 335-357.
- Ansolabehere, S., Rodden, J. & Snyder, J. M. (2008). The Strength of Issues. Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting. *American Political Science Review* 102(2), 215-232.
- Ansolabehere, S. & Snyder, J. M. (2002). "The Incumbency Advantage in U.S. Elections. An Analysis of State and Federal Offices, 1942-2000". *Election Law Journal* 1(3), 315-338.
- Ansolabehere, S., Snyder Jr, J. M. & Stewart III, C. (2001). Candidate Positioning in US House Elections. *American Journal of Political Science* 45(1), 136-159.
- Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung. *Fernsehpanel D+EU*. URL: <http://www.agf.de> (letzter Zugriff: 17.12.2012):
- Aristoteles. (übersetzt 2007). *Rhetorik. Drei Bücher der Rhetorik* (Übersetzt und herausgegeben von Gernot Krapinger). Stuttgart: Reclam.
- Arzheimer, K. & Schmitt, A. (2014). Der ökonomische Ansatz. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 331-403). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Atkin, C. & Heald, G. (1976). Effects of Political Advertising. *Public Opinion Quarterly* 40(2), 216-228.
- Auer, J. J. (1962). The Counterfeit Debates. In S. Kraus (Hrsg.), *The Great Debates. Kennedy vs. Nixon, 1960* (S. 142-150). Bloomington: Indiana University Press.
- Avenarius, H. & Armbrrecht, W. (Hrsg.). (1992). *Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M. (2013a). Die Wahrnehmung des TV-Duells. In M. Bachl, F. Brettschneider & S. Ottler (Hrsg.), *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011* (S. 135-170). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M. (2013b). Die Wirkung des TV-Duells auf die Bewertung der Kandidaten und die Wahlabsicht. In M. Bachl, F. Brettschneider & S. Ottler (Hrsg.), *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011* (S. 171-198). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M. (2016). Duett vs. Duell? Rezeption und Wirkung der TV-Duelle vor den Bundestagswahlen 2009 und 2013 im Vergleich. In J. Tenscher & U. Russmann (Hrsg.), *Vergleichende Wahlkampfforschung. Studien anlässlich der Bundestags- und Europawahlen 2013 und 2014* (S. 233-258). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M. (2017). How Attacks and Defenses Resonate with Viewers' Political Attitudes in Televised Debates: An Empirical Test of the Resonance Model of Campaign Effects. In D. Schill, R. Kirk & A. E. Jasperson (Hrsg.), *Political Communication in Real Time. Theoretical and Applied Research Approaches* (Routledge Studies in Global Information, Politics and Society, 225-248). New York: Routledge.

- Bachl, M., Brettschneider, F. & Ottler, S. (Hrsg.). (2013a). *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M., Brettschneider, F. & Ottler, S. (2013b). Einleitung: Die TV-Duell-Studie Baden-Württemberg 2011. In M. Bachl, F. Brettschneider & S. Ottler (Hrsg.), *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011* (S. 7-27). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bachl, M., Käfferlein, K. & Spieker, A. (2013). Die Inhalte des TV-Duells. In M. Bachl, F. Brettschneider & S. Ottler (Hrsg.), *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011* (S. 57-86). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Baker, K. L. (1973). Political Participation, Political Efficacy, and Socialization in Germany. *Comparative Politics* 6(1), 73-98.
- Balch, G. I. (1974). Multiple Indicators in Survey Research: The Concept "Sense of Political Efficacy". *Political Methodology* 1(1), 1-43.
- Barber, J. D. (1972). *Citizen Politics. An Introduction to Political Behavior* (2. Aufl.). Chicago: Markham Publishing Company.
- Bargh, J. A., Bond, R. N., Lombardi, W. J. & Tota, M. E. (1986). The Additive Nature of Chronic and Temporary Sources of Construct Accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology* 50(5), 869.
- Bargh, J. A. & Chartrand, T. L. (2000). The Mind in the Middle. In H. T. Reis & C. M. Judd (Hrsg.), *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (S. 253-285). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bartels, L. M. (2002). Beyond the Running Tally. Partisan Bias in Political Perceptions. *Political Behavior* 24(2), 117-150.
- Bastian, M. & Fengler, S. (2016). Transparenz und Medien. Perspektiven der Kommunikationswissenschaft-Schnittstellen für die Politologie. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 26(2), 211-220.
- Bathelt, S. & Bytzek, E. (2016). "Die sind doch eh alle gleich" - Zum Einfluss von Bewertungsunterschieden der Bundestagsparteien auf die Wahlbeteiligung. *Politische Psychologie* 5(2), 173-193.
- Bean, C. & Mughan, A. (1989). Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain. *American Political Science Review* 83(4), 1165-1179.
- Beck, P. A. (2007). Choice, Context, and Consequence. Beaten and Unbeaten Paths Toward a Science of Electoral Behavior. In H. F. Weisberg (Hrsg.), *Political Science. The Science of Politics* (2. Aufl., S. 241-283). New York: Agathon Press.
- Beck, P. A. & Jennings, M. K. (1975). Parents as "Middlepersons" in Political Socialization. *The Journal of Politics* 37(1), 83-107.
- Behr, R. L. & Iyengar, S. (1985). Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda. *Public Opinion Quarterly* 49(1), 38-57.
- Benney, M. & Geiss, P. (1950). Social Class and Politics in Greenwich. *The British Journal of Sociology* 1(4), 310-327.
- Benney, M., Gray, A. P. & Pear, R. H. (1956). *How People Vote*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Benoit, W. L. (1999). *Let's Put 'Debate' into 'Presidential Debates'*. Paper presented at the 85th Annual Meeting of the National Communication Association, Chicago IL.
- Benoit, W. L. (2007). *Communication in Political Campaigns*. New York: Peter Lang.
- Benoit, W. L., Blanley, J. R. & Pier, P. M. (1998). *Campaign '96. A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking and Defending*. New York: Praeger.
- Benoit, W. L. & Brazeal, L.M. (2002). A Functional Analysis of the 1988 Bush-Dukakis Presidential Debates. *Argumentation and Advocacy* 38(4), 219-233.
- Benoit, W. L. & Hansen, G. J. (2001). Presidential Debate Questions and the Public Agenda. *Communication Quarterly* 49(2), 130-141.
- Benoit, W. L. & Hansen, G. J. (2004). Presidential Debate Watching, Issue Knowledge, Character Evaluation, and Vote Choice. *Human Communication Research* 30(1), 121-144.
- Benoit, W. L., Hansen, G. J. & Verser, R. M. (2003). A Meta-Analysis of the Effects of Viewing U.S. Presidential Debates. *Communication Monographs* 70(4), 335-350.
- Benoit, W. L. & Harthcock, A. (1999). Functions of the Great Debates. Acclaims, Attacks and Defenses in the 1960 Presidential Debates. *Communication Monographs* 66(4), 341-357.
- Benoit, W. L. & Sheafer, T. (2006). Functional Theory and Political Discourse. Televised Debates in Israel and the United States. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(2), 281-297.
- Benoit, W. L. & Wells, W. T. (1996). *Candidates in Conflict. Persuasive Attack and Defense in the 1992 Presidential Debates*. Tuscaloosa: University of Alabama Press.
- Benoit, W. L., Wen, W.-C. & Yu, T.-H. (2007). A Functional Analysis of 2004 Taiwanese Political Debates. *Asian Journal of Communication* 17(1), 24-39.
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner.

- Berelson, B., Lazarsfeld, P. F. & McPhee, W. N. (1954). *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Best, S. J. & Hubbard, C. (1999). Maximizing 'Minimal Effects'. The Impact of Early Primery Season Debates on Voter Preferences. *American Politics Research* 27(4), 450-467.
- Bieber, C. (2010). Das „Kanzlerduell“ als Multimedia-Debatte. In K.-R. Korte (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2009. Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung* (S. 239-261). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Birkland, T. A. (1998). Focusing Events, Mobilization, and Agenda Setting. *Journal of Public Policy* 18(1), 53-74.
- Bishop, G. F., Meadow, R. G. & Jackson-Beeck, M. (1978). *The Presidential Debates. Media, Electoral, and Policy Perspectives*. New York: Praeger Publishers.
- Bitzer, L. F. & Rueter, T. (1980). *Carter vs. Ford: The Counterfeit Debates of 1976*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Blais, A. & Perrella, A. M. L. (2008). Systemic Effects of Televised Candidates' Debates. *The International Journal of Press/Politics* 13(4), 451-464.
- Bonfadelli, H. & Friemel, T. N. (2015). *Medienwirkungsforschung* (Bd. 3451, 5. Auflage). Konstanz: UVK.
- Borre, O. & Katz, D. (1973). Party Identification and its Motivational Base in a Multiparty System. A Study of the Danish General Election of 1971. *Scandinavian Political Studies* 8(A8), 69-111.
- Boydston, A. E., Glazier, R. A. & Pietryka, M. T. (2013). Playing to the Crowd. Agenda Control in Presidential Debates. *Political Communication* 30(2), 254-277.
- Brettschneider, F. (1995). *Öffentliche Meinung und Politik. Eine empirische Studie zur Responsivität des deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brettschneider, F. (1998). Kohl oder Schröder: Determinanten der Kanzlerpräferenz gleich Determinanten der Wahlpräferenz? *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 29(3), 401-421.
- Brettschneider, F. (2001). Candidate-Voting. Die Bedeutung von Spitzenkandidaten für das Wählerverhalten in Deutschland, Großbritannien und den USA von 1960 bis 1998. In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998* (S. 351-400). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brettschneider, F. (2002a). Abgehoben oder bürgernah? Die Responsivität des Deutschen Bundestages. In H. Oberreuter, U. Kranenpohl & M. Sebaldt (Hrsg.), *Der Deutsche Bundestag im Wandel: Ergebnisse neuerer Parlamentarismusforschung* (2. Aufl., S. 258-279). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brettschneider, F. (2002b). Die Medienwahl 2002: Themenmanagement und Berichterstattung. In BpB (Hrsg.), *Bundestagswahl 2002* (Aus Politik und Zeitgeschichte, 49-50/2002, S. 36-47). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. URL: <http://www.bpb.de/apuz/26574/die-medienwahl-2002-themenmanagement-und-berichterstattung> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Brettschneider, F. (2002c). *Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung - Kompetenz - Parteien. Ein internationaler Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brettschneider, F. (2009). Massenmedien und Wahlkampf: Amerikanisierung, Kandidaten- oder Themenorientierung? *Der Bürger im Staat* 59(2), 103-111.
- Brettschneider, F. (2014). Massenmedien und Wählerverhalten. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 625-657). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brettschneider, F., Neller, K. & Anderson, C. (2006). Candidate Images in the 2005 German National Election. *German Politics* 15(4), 481-499.
- Brody, R. A. & Brownstein, C. N. (1975). Experimentation and Simulation. In F. I. Greenstein (Hrsg.), *Handbook of political science* (Addison-Wesley series in political science, S. 211-263). Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Brosius, F. (2011). *SPSS 19*. Heidelberg u.a.: mitp.
- Brosius, F. & Esser, F. (1998). Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. *Publizistik* 43(4), 341-361.
- Brosius, H.-B., Kepplinger & Hans-Mathias (1995). Killer and Victim Issues. Issue Competition in the Agenda-Setting Process of German Television. *International Journal of Public Opinion Research* 7(3), 211-231.
- Bundesverfassungsgericht. (2002). Beschluss der 2. Kammer des Zweiten Senats vom 30. August 2002. URL: http://www.bverfg.de/e/rk20020830_2bvr133202.html (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Bundesverfassungsgericht 2014 (2014). *Urteil des Zweiten Senats vom 26. Februar 2014, Aktenzeichen 2 BvE 2/13 - Rn. (1-116)*. URL: http://www.bverfg.de/e/es20140226_2bve000213.html (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Bürklin, W. & Klein, M. (1998). *Wahlen und Wählerverhalten. Eine Einführung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Burrell, B. (1990). The Presence of Women Candidates and the Role of Gender in Campaigns for the State Legislature in an Urban Setting. The Case of Massachusetts. *Women & Politics* 10(3), 85-102.

- Bushman, B. J. (1998). Priming Effects of Media Violence on the Accessibility of Aggressive Constructs in Memory. *Personality and Social Psychology Bulletin* 24(5), 537-545.
- Butler, D. & Stokes, D. E. (1974). *Political Change in Britain. The Evolution of Electoral Choice* (2. Aufl.). London: Palgrave Macmillan UK.
- Bytzek, E. (2008). Ereignisse und ihre Wirkung auf die Themenagenda der Wählerschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 56(3-4), 433-451.
- Bytzek, E., Gschwend, T., Huber, S., Linhart, E. & Meffert, M. F. (2011). Koalitionssignale und ihre Wirkungen auf Wahlentscheidungen. In R. Schmitt-Beck (Hrsg.), *Wählen in Deutschland (=PVS-Sonderheft PVS 45)*. (S. 400-425). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Campbell, A. & Converse, P. E. (Hrsg.). (1972). *The Human Meaning of Social Change*. New York: Russell Sage Foundation.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. & Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. New York: Wiley.
- Campbell, A., Gurin, G. & Miller, W. E. (1954). *The Voter Decides*. Evanston, IL: Row, Peterson and Co.
- Campbell, A. L. (2003). *How Policies Make Citizens. Senior Political Activism and the American Welfare State*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cancik, P. (2013). Referat zum zweiten Beratungsgegenstand "Wahlrecht und Parlamentsrecht als Gelingensbedingungen repräsentativer Demokratie". In C. Walter, K. F. Gärditz, H. Pünder, P. Cancik, M. Möstl, M. Schuler-Harms, K. Waechter & T. Mann (Hrsg.), *Repräsentative Demokratie in der Krise? Referate und Diskussionen auf der Tagung der Vereinigung der Deutschen Staatsrechtslehrer in Kiel vom 3. bis 6. Oktober 2012* (S. 268-322). Berlin: De Gruyter.
- CDU-Bundesgeschäftsstelle. (2002). *Kampagnenbericht 2002. Zum 16. Parteitag der CDU Deutschlands*. Hannover: CDU-Bundesgeschäftsstelle. URL: http://www.kas.de/upload/ACDP/CDU/Bundesparteitage/2002-11-11_Bericht_16.Parteitag_Hannover.pdf (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Chaffee, S. H. (1978). Presidential Debates – Are They Helpful to Voters? *Communication Monographs* 45(4), 330-346.
- Claassen, R. L. (2009). Direction versus proximity. Amassing experimental evidence. *American Politics Research* 37(2), 227-253.
- Clarke, H. D. & Acock, A. (1989). National Elections and Political Attitudes: The Case of Political Efficacy. *British Journal of Political Science* 19(4), 551-562.
- Clausen, A. R. (1973). *How Congressmen Decide. A Policy Focus*. New York: St. Martin's Press.
- Clauss, U. & Gradl, B. (31.08.2013). Strikte Vorgaben lähmen das TV-Duell. *Die Welt*, S. 6.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Coleman, K. M. & Davis, C. L. (1976). The Structural Context of Politics and Dimensions of Regime Performance. Their Importance for the Comparative Study of Political Efficacy. *Comparative Political Studies* 9(2), 189-206.
- Converse, P. E. (1972). Change in American Electorate. In A. Campbell & P. E. Converse (Hrsg.), *The Human Meaning of Social Change* (S. 327-332). New York: Russell Sage Foundation.
- Converse, P. E. (1975). Public Opinion and Voting Behavior. In F. I. Greenstein & N. W. Polsby (Hrsg.), *Handbook of Political Science* (Bd. 4, S. 75-169). Massachusetts: Addison Wesley.
- Cook, E. A. (1994). Voter Response to Women Candidates. In E. A. Cook, S. Thomas & C. Wilcox (Hrsg.), *The Year of the Woman. Myths and Realities* (S. 217-236). Boulder: Westview Press.
- Cook, E. A. & Wilcox, C. (1995). Women Voters in the 'Year of the Woman'. In H. F. Weisberg (Hrsg.), *Democracy's Feast. Elections in America* (S. 195-219). Chatham: Chatham House Publishers.
- Craig, S. C. (1979). Efficacy, Trust, and Political Behavior. An Attempt to Resolve a Lingering Conceptual Dilemma. *American Politics Quarterly* 7(2), 225-239.
- Czerwick, E. (2008). *Systemtheorie der Demokratie. Begriffe und Strukturen im Werk Luhmanns* (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dahl, R. A. (1990). Myth of the Presidential Mandate. *Political Science Quarterly* 105(3), 355-372.
- Dalton, R. J. (2014). *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies* (6. Aufl.). Thousand Oaks: Cq Press.
- Dalton, R. J. & Rohrschneider, R. (1990). Wählerwandel und die Abschwächung der Parteieigungen von 1972 bis 1987. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987* (Schriften des Zentralinstituts für Sozialwissenschaftliche Forschung der Freien Universität Berlin, Bd. 60, S. 297-324). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Dalton, R. J. & Wattenberg, M. P. (1993). The Not So Simple Act of Voting. In A. W. Finifter (Hrsg.), *Political Science. The State of the Discipline II* (S. 193-218). Washington: American Political Science Association.

- Danielian, L. H. & Reese, S. D. (1989). A Closer Look at Intermedia Influences on Agenda Setting: the Cocaine Issue of 1986. In P. J. Shoemaker (Hrsg.), *Communication Campaigns About Drugs. Government, Media, and the Public* (S. 47-66). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Association.
- Debus, M. (2007). Bestimmungsfaktoren des Wahlverhaltens in Deutschland bei den Bundestagswahlen 1987, 1998 und 2002. Eine Anwendung des Modells von Adams, Merrill und Grofman. *Politische Vierteljahresschrift* 48(2), 269-292.
- Debus, M. (2010). Soziale Konfliktlinien und Wahlverhalten. Eine Analyse der Determinanten der Wahlabsicht bei Bundestagswahlen von 1969 bis 2009. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 62(4), 731-749.
- Debus, M. (2012). Sozialstrukturelle und einstellungsbasierte Determinanten des Wahlverhaltens und ihr Einfluss bei Bundestagswahlen im Zeitverlauf. Westdeutschland 1976-2009. *Politische Vierteljahresschrift* 53(Sonderheft 45), 40-62.
- DeGeorge, W. F. (1981). Conceptualization and Measurement of Audience Agenda. In G. C. Wilhoit & H. DeBock (Hrsg.), *Mass Communication Review Yearbook Vol. 2* (S. 219-224). Beverly Hills: Sage Publications.
- Dehm, U. (2002). Fernsehduelle im Urteil der Zuschauer. Eine Befragung des ZDF zu einem neuen Sendungsformat bei der Bundestagswahl 2002. *Media Perspektiven* 33(12), 600-609.
- Dehm, U. (2005). Das TV-Duell 2005 aus Zuschauersicht. Eine Befragung des ZDF zum Wahlduell zwischen Herausforderin Angela Merkel und Kanzler Gerhard Schröder. *Media Perspektiven* 36(12), 627-637.
- Denzin, N. K. (2009). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Somerset: Taylor and Francis.
- Deutscher Bundestag. Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland (GG) vom 23. Mai 1949 (BGBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 23.12.2014 (BGBl. I S. 2438).
- Deutschlandfunk (31.12.2015). Das Lügenpresse-Phänomen. Wie Medien Vertrauen zurückgewinnen können. URL: http://www.deutschlandfunk.de/das-luegenpresse-phaenomen-wie-medien-vertrauen.724.de.html?dram:article_id=341260 (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Donsbach, W. (1982). *Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten*. Freiburg: Alber.
- Donsbach, W. (1983). Comparative Indicators for the Way British and German Journalists Define Their Relations to the Public. *International Communication Gazette* 32(1), 19-36.
- Donsbach, W. (1991). *Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln: Böhlau.
- Donsbach, W. (2002). Sechs Gründe gegen Fernsehduelle. Zur politischen Bewertung einer medialen Inszenierung. *Die politische Meinung* 396(2), 19-25.
- Donsbach, W. & Jandura, O. (2005). Rückkehr des Kanzlerbonus. Redepräsenz der Kanzlerkandidaten in den Fernsehnachrichten. In E. Noelle-Neumann, W. Donsbach & H. M. Kepplinger (Hrsg.), *Wählerstimmungen in der Mediendemokratie: Analysen auf der Basis des Bundestagswahlkampfes 2002* (S. 69-90). Freiburg: Karl Alber.
- Donsbach, W., Jandura, O. & Hastall, M. (2004). Urteile mit Verfallsdatum. Einflüsse auf die Wahrnehmung des ersten Fernsehduells. In H. Oberreuter (Hrsg.), *Der versäumte Wechsel. Eine Bilanz des Wahljahres 2002* (S. 136-156). München: Olzog.
- Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Dörner, A. (2001). *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft* (Edition Suhrkamp, Bd. 2203). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dörner, A. (2002). *Politainment versus Mediokratie*. Thesenvortrag auf der Cologne Conference des Medienforums NRW, 21. Juni 2002 in Köln, Köln.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Political Action in a Democracy*. New York: Harper.
- Drew, D. & Weaver, D. H. (1991). Voter Learning in the 1988 Presidential Election. Did the Debates and the Media Matter? *Journalism Quarterly* 68(1-2), 27-37.
- Druckman, J. N. & Holmes, J. W. (2004). Does Presidential Rhetoric Matter? Priming and Presidential Approval. *Presidential Studies Quarterly* 34(4), 755-778.
- Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*. New York: Wiley.
- Easton, D. (1979). *A Systems Analysis of Political Life* (2. Aufl.). Chicago IL: University of Chicago Press.
- Edelman, M. (1976). *Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Ehrenberg, M. (07.09.2016). Es geht doch: n-tv bringt Duell mit Müller und Henkel. *Der Tagesspiegel*. URL: <http://www.tagesspiegel.de/medien/wahlen-in-berlin-es-geht-doch-n-tv-bringt-duell-mit-mueller-und-henkel/14512422.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018).

- Eichhorn, W. (2005). *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung*. (2., digitale Ausgabe). München: Verlag Reinhard Fischer.
- Enelow, J. M. & Hinich, M. J. (1982). Ideology, Issues, and the Spatial Theory of Elections. *American Political Science Review* 76(3), 493-501.
- Enelow, J. M. & Hinich, M. J. (1984). *The Spatial Theory of Voting. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Enelow, J. M., Mendell, N. R. & Ramesh, S. (1988). A Comparison of Two Distance Metrics Through Regression Diagnostics of a Model of Relative Candidate Evaluation. *The Journal of Politics* 50(4), 1057-1071.
- Erbring, L., Goldenberg, E. N. & Miller, A. H. (1980). Front-Page News and Real-World Cues. A New Look at Agenda-Setting by the Media. *American Journal of Political Science* 24(1), 16-49.
- Erikson, R. S., Luttbeg, N. R. & Tedin, K. L. (1991). *American Public Opinion: Its Origins, Content and Impact* (4. Aufl.). New York: Wiley.
- Ettema, J. S., Whitney, D. C. & Wackman, D. B. (1997). Professional Mass Communicators. In D. A. Berkowitz (Hrsg.), *Social Meanings of News. A Text-Reader* (31-50). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Eulau, H. & Karpis, P. D. (1977). The Puzzle of Representation. Specifying Components of Responsiveness. *Legislative Studies Quarterly* 2(3), 233-254.
- Eveland, W. P. & Hively, M. H. (2009). Political Discussion Frequency, Network Size, and "Heterogeneity" of Discussion as Predictors of Political Knowledge and Participation. *Journal of Communication* 59(2), 205-224.
- Faas, T. (2006). Schröder gegen Merkel - Das TV-Duell 2005. In W. Gellner & M. Reichinger (Hrsg.), *Deutschland nach der Bundestagswahl 2005. Fit für die globalen Aufgaben der erweiterten EU?* (S. 59-68). Baden-Baden: Nomos.
- Faas, T. & Maier, J. (2004a). Chancellor-Candidates in the 2002 Televised Debates. *German Politics* 13(2), 300-316.
- Faas, T. & Maier, J. (2004b). Mobilisierung, Verstärkung, Konversion? Ergebnisse eines Experiments zur Wahrnehmung der Fernsehduelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift* 45(1), 55-72.
- Faas, T. & Maier, J. (2011). Medienwahlkampf. Sind TV-Duelle nur Show und damit nutzlos? In E. Bytzeck & S. Roßteutscher (Hrsg.), *Der unbekannte Wähler? Mythen und Fakten über das Wahlverhalten der Deutschen* (S. 99-114). Frankfurt am Main: Campus.
- Faas, T., Maier, J. & Maier, M. (2017a). Einleitung – TV-Duelle als Forschungsgegenstand. In T. Faas, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013* (S. 1-9). VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer.
- Faas, T., Maier, J. & Maier, M. (Hrsg.). (2017b). *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer.
- Falk, S., Rehfeld, D., Römmele, A. & Thunert, M. (2006). Einführung: Politikberatung - Themen, Fragestellungen, Begriffsdimensionen, Konzepte, Akteure, Institutionen und Politikfelder. In S. Falk, D. Rehfeld, A. Römmele & M. Thunert (Hrsg.), *Handbuch Politikberatung* (S. 11-19). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Falter, J. W. (1977). Einmal mehr: Läßt sich das Konzept der Parteiidentifikation auf deutsche Verhältnisse übertragen? Theoretische, methodologische und empirische Probleme einer Validierung des Konstrukts „Parteiidentifikation“ für die Bundesrepublik Deutschland. *Politische Vierteljahresschrift* 18(2-3), 476-500.
- Falter, J. W., Schoen, H. & Caballero, C. (2000). Dreißig Jahre danach. Zur Validierung des Konzepts 'Parteiidentifikation' in der Bundesrepublik. In M. Klein, W. Jagodzinski, D. Ohr & E. Mochmann (Hrsg.), *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland* (S. 235-271). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Falter, J. W., Schumann, S. & Winkler, J. R. (1990). Erklärungsmodelle von Wahlverhalten. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 40(B37-38), 3-13.
- Farnsworth, S. J. & Lichter, R. S. (2007). *The Nightly News Nightmare. Television's Coverage of U.S. Presidential Elections, 1988-2004*. (2. Aufl.). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Faulbaum, F. (2014). Total Survey Error. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 439-453). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Feldenkirchen, M. (30.09.2017). "Mannomannomann". Der Höhenflug von Martin Schulz war beispiellos, sein tiefer Absturz ebenfalls. Eine Reportage aus dem Innern seiner Kampagne. *Der Spiegel* 40/2017, S. 10-27.
- Feldman, L. & Price, V. (2008). Confusion or Enlightenment? How Exposure to Disagreement Moderates the Effects of Political Discussion and Media use on Candidate Knowledge. *Communication Research* 35(1), 61-87.

- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fielding, N. G. & Fielding, J. L. (1990). *Linking Data* (A Sage University Paper, Vol. 4, 4th ed.). Beverly Hills: SAGE.
- Finkel, S. E. (1985). Reciprocal Effects of Participation and Political Efficacy. A Panel Analysis. *American Journal of Political Science* 29(4), 891-913.
- Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven/London: Yale University Press.
- Fischer, S. (2012). Die letzte Runde in der Atomdebatte? Der Parteienwettbewerb nach Fukushima. In E. Jesse (Hrsg.), *"Superwahljahr" 2011 und die Folgen* (Parteien und Wahlen, Bd. 2, S. 365-385). Baden-Baden: Nomos.
- FORSA, B. (2015). *Forsa-Bus 2014*, GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5996 Datenfile Version 1.0.0. URL: <http://dx.doi.org/10.4232/1.12349> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Forschungsgruppe Wahlen Mannheim (2017). *Politbarometer 1977-2015 (Partielle Kumulation)*, GESIS Datenarchiv, Köln. ZA2391 Datenfile Version 7.0.0. URL: <https://dbk.gesis.org/dbksearch/SDESC2.asp?no=2391&search=Politbarometer&search2=&DB=D> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Fournier, P., Blais, A., Nadeau, R., Gidengil, E. & Nevitte, N. (2003). Issue Importance and Performance Voting. *Political Behavior* 25(1), 51-67.
- Fraenkel, E. (1964). *Deutschland und die westlichen Demokratien*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Franklin, C. H. (1984). Issue Preferences, Socialization, and the Evolution of Party Identification. *American Journal of Political Science* 28(3), 459-478.
- Früh, W. (2015). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (8. überarbeitete Auflage). Konstanz: UTB GmbH.
- Fuchs, D. (1989). *Die Unterstützung des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland* (Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Forschung, Bd. 115). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Fuchs, D. & Kühnel, S. (1994). Wählen als rationales Handeln: Anmerkungen zum Nutzen des Rational-Choice-Ansatzes in der empirischen Wahlforschung. In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1990* (S. 305-364). Opladen, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fuchs, D. & Pfetsch, B. (1996). Die Beobachtung der öffentlichen Meinung durch das Regierungssystem. In W. van den Daele & F. Neidhardt (Hrsg.), *Kommunikation und Entscheidung. Politische Funktionen öffentlicher Meinungsbildung und diskursiver Verfahren* (S. 103-135). Berlin: WZB-Jahrbuch.
- Funkhouser, G. R. (1973). The Issues of the Sixties. An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 37(1), 62-75.
- Gabriel, O. W. (1986). *Politische Kultur, Postmaterialismus und Materialismus in der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gabriel, O. W., Holtmann, E., Jaeck, T., Leidecker-Sandmann, M., Maier, J. & Maier, M. (2015). *Deutschland 25. Gesellschaftliche Trends und politische Einstellungen*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Gabriel, O. W. & Keil, S. I. (2014). Empirische Wahlforschung in Deutschland: Kritik und Entwicklungsperspektiven. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 827-868). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gabriel, O. W. & Vetter, A. (1998). Bundestagswahlen als Kanzlerwahlen? Kandidatenorientierungen und Wahlentscheidungen im parteienstaatlichen Parlamentarismus. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994* (S. 505-536). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond Agenda Setting. Information Subsidies and Public Policy*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Garry, J. (2007). Making 'Party Identification' More Versatile. Operationalising the Concept for the Multiparty Setting. *Electoral Studies* 26(2), 346-358.
- Geer, J. G. (1988). The Effects of Presidential Debates on the Electorate's Preferences for Candidates. *American Politics Quarterly* 16(4), 486-501.
- Geese, S., Zubayr, C. & Gerhard, H. (2005). Berichterstattung zur Bundestagswahl aus Sicht der Zuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der GfK-Fernsehforschung. *Media Perspektiven* 9(12), 613-626.
- Geiling, H. & Vester, M. (2007). Das soziale Kapital der politischen Parteien. Die Akzeptanzkrise der Volksparteien als Frage der Individualisierung oder der sozialen Gerechtigkeit. In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Weßels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse* (S. 457-489). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gerber, A. & Green, D. P. (1999). Misperceptions About Perceptual Bias. *Annual Review of Political Science* 2(1), 189-210.

- Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with Television. The Violence Profile. *Journal of Communication* 26(2), 172-194.
- Gerbner, G., Holsti, O. R., Krippendorff, K., Paisley W. J. & Stone P. J. (1969). *The Analysis of Communication Content. Developments in Scientific Theories and Computer Techniques*. New York u.a.: Wiley.
- Gerhards, J. (1992). Dimensionen und Strategien öffentlicher Diskurse. *Journal für Sozialforschung* 32(3/4), 307-318.
- Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1990). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. *Veröffentlichungsreihe der Abteilung Öffentlichkeit und soziale Bewegung des Forschungsschwerpunkts Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozesse des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung, WZB-Paper FS III 90-101*.
- Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1993). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze. In W. R. Langenbucher (Hrsg.), *Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse* (2. Aufl., S. 52-89). Wien: Braumüller.
- Göhler, G. (2005). Symbolische Politik, symbolische Praxis. Zum Symbolverständnis in der deutschen Politikwissenschaft. In B. Stollberg-Rilinger (Hrsg.), *Was heißt Kulturgeschichte des Politischen* (Zeitschrift für Historische Forschung; Beiheft 35, S. 57-69). Berlin.
- Gordon, A. & Miller, J. L. (2004). Values and Persuasion During the First Bush-Gore Presidential Debate. *Political Communication* 21(1), 71-92.
- Görke, A. (2014). Vom Hasen und vom Igel - oder warum der Journalismus sein Publikum stets erfolgreich und folgenreich verfehlen darf. In W. Loosen & M. Dohle (Hrsg.), *Journalismus und (sein) Publikum: Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung* (S. 35-52). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Graber, D. A. (1993). Political Communication: Scope, Progress, Promise. In A. W. Finifter (Hrsg.), *Political Science. The State of the Discipline II* (Bd. 2, S. 305-332). Washington: American Political Science Association.
- Graber, D. A. & Kim, Y. Y. (1978). Why John Q. Voter Did Not Learn Much from the 1976 Presidential Debates. In B. Ruben (Hrsg.), *Communication Yearbook 2* (S. 407-421). New Brunswick: Transaction Books.
- Graham, E. E., Barbato, C. A. & Perse, E. M. (1993). The Interpersonal Communication Motives Model. *Communication Quarterly* 41(2), 172-186.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78(6), 1360-1380.
- Green, D. P., Palmquist, B. & Schickler, E. (2002). *Partisan Hearts and Minds. Political Parties and the Social Identities of Voters*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Gschwend, T., Schmitt, H., Wüst, A. M. & Zittel, T. *Deutsche Kandidatenumfrage zur Bundestagswahl 2005 (Deutsche Kandidatenstudie 2005). ZA4923 Datenfile Version 1.0.0*. Köln: GESIS Datenarchiv.
- Haake, G., Väth, J. & Klappert, S. (2014). Agenda-Setting in der multimedialen Medienwelt. In K. Kleinen-von Königslöw (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 31, 1. Aufl., S. 147-162). Baden-Baden: Nomos.
- Haas, A. (2014). *Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen. Beurteilung der Themenrelevanz im Zusammenspiel mit Gesprächen und Mediennutzung*. Wiesbaden: Springer.
- Haas, M. (2006). Innovation mit einer neuen bürgerlichen Partei? Die Grünen nach der Bundestagswahl 2005. In U. Jun, H. Kreikenbom & V. Neu (Hrsg.), *Kleine Parteien im Aufwind. Zur Veränderung der deutschen Parteienlandschaft* (S. 201-222). Frankfurt a. M.: Campus.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Haider-Markel, D. P. & Joslyn, M. R. (2001). Gun Policy, Opinion, Tragedy, and Blame Attribution: The Conditional Influence of Issue Frames. *The Journal of Politics* 63(2), 520-543.
- Hammond, T. H. & Humes, B. D. (1993). The Spatial Model and Elections. In B. Grofman (Hrsg.), *Information, Participation, and Choice* (S. 141-159). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Hansen, C. H. & Hansen, R. D. (1988). How Rock Music Videos can Change What is Seen When Boy Meets Girl. Priming Stereotypic Appraisal of Social Interactions. *Sex Roles* 19(5-6), 287-316.
- Hansen, C. H. & Hansen, R. D. (1990). Rock Music Videos and Antisocial Behavior. *Basic and Applied Social Psychology* 11(4), 357-369.
- Hansen, C. H. & Krygowski, W. (1994). Arousal-Augmented Priming Effects. Rock Music Videos and Sex Object Schemas. *Communication Research* 21(1), 24-47.
- Hansen, G. J. & Benoit, W. L. (2001). The Role of Significant Policy Issues in the 2000 Presidential Primaries. *American Behavioral Scientist* 44(12).
- Hardy, B. W. & Scheufele, D. A. (2009). Presidential Campaign Dynamics and the Ebb and Flow of Talk as a Moderator: Media Exposure, Knowledge, and Political Discussion. *Communication Theory* 19(1), 89-101.
- Hayes, B. & Bean, C. S. (1993). Political Efficacy. A Comparative Study of the United States, West Germany, Great Britain and Australia. *European Journal of Political Research* 23(3), 261-280.

- Heller, J. (2012). *Experimentelle Psychologie. Eine Einführung* (Lehr- und Handbücher der Psychologie). München: Oldenbourg.
- Hellevik, O. (1993). Postmaterialism as a Dimension of Cultural Change. *International Journal of Public Opinion Research* 5(3), 211-233.
- Hellweg, S. (1995). Campaigns and Candidate Images in American Presidential Elections. In K. L. Hacker (Hrsg.), *Candidate Images in Presidential Elections* (S. 21-47). Westport, London: Praeger.
- Hellweg, S. A., Pfau, M. & Brydon, S. R. (1992). *Televised Presidential Debates. Advocacy in Contemporary America*. New York: Praeger Publishers.
- Herzog, D. (1998). Demokratietheoretische Bezugsgrößen: Responsivität. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 298-304). Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Higgins, E. T. (1996). Knowledge Activation. Accessibility, Applicability, and Salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Hrsg.), *Social Psychology. Handbook of Basic Principles* (S. 133-168). New York.
- Higgins, E. T., Rholes, W. S. & Jones, C. R. (1977). Category Accessibility and Impression Formation. *Journal of Experimental Social Psychology* 13(2), 141-154.
- Hillygus, D. S. & Jackman, S. (2003). Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy. *American Journal of Political Science* 47(4), 583-596.
- Hofrichter, J. (2004). Die Rolle der TV-Duelle im Bundestagswahlkampf 2002. In F. Brettschneider, J. van Deth & E. Roller (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes* (S. 51-73). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Holbrook, T. M. (01.01.1999). Political Learning from Presidential Debates. *Political Behavior* 21(1), 67-89.
- Holbrook, T. M. (2002). Presidential Campaigns and the Knowledge Gap. *Political Communication* 19(4), 437-454.
- Holian, D. B. (2006). Trust the Party Line. Issue Ownership and Presidential Approval from Reagan to Clinton. *American Politics Research* 34(6), 777-802.
- Holly, W., Kühn, P. & Püschel, U. (1989). *Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion*. Tübingen: Walter de Gruyter.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- Hüning, W. & Tenscher, J. (2002). Medienwirkungen von Parteistrategien. Agenda-Buildingprozesse im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf 2000. In U. Sarcinelli & H. Schatz (Hrsg.), *Mediendemokratie im Medienland. Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteiliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000* (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, 41 // Bd. 41, S. 289-317). Opladen: Leske + Budrich.
- Hwang, H., Gotlieb, M. R., Nah, S. & McLeod, D. M. (2007). Applying a Cognitive-Processing Model to Presidential Debate Effects: Postdebate News Analysis and Primed Reflection. *Journal of Communication* 57(1), 40-59.
- Infratest dimap (2017). *Umfragen und Analysen. ARD-DeutschlandTREND und LänderTREND: Aktuelle Umfragen und Archiv*, infratest dimap. URL: <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R. & Flanagan, S. C. (1987). Value Change in Industrial Societies. *American Political Science Review* 81(4), 1289-1319.
- Iyengar, S. & Kinder, D. R. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jackson-Beeck, M. & Meadow, R. G. (1979). The Triple Agenda of Presidential Debates. *Public Opinion Quarterly* 43(2), 173-180.
- Jacobs, L. & Shapiro, R. Y. (2000). *Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jacoby, J., Troutman, T. R. & Whittler, T. E. (1986). Viewer Miscomprehension of the 1980 Presidential Debate. A Research Note. *Political Psychology* 7(2), 297-308.
- Jacoby, W. G. (1988). The Impact of Party Identification on Issue Attitudes. *American Journal of Political Science* 32(3), 643-661.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy*. New York: Oxford University Press.
- Jamieson, K. H. (1993). The Subversive Effects of a Focus on Strategy in News Coverage of Presidential Campaigns. In Twentieth Century Fund (Hrsg.), *1-800-President. The Report of the Twentieth Century Fund Task Force on Television and the Campaign* (S. 35-61). New York: The Twentieth Century Fund Press.

- Jamieson, K. H. (1996). *Packaging the Presidency. A History and Criticism of Presidential Campaign Advertising* (3. Aufl.). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Jamieson, K. H. & Birdsell, D. S. (1988). *Presidential Debates. The Challenge of Creating an Informed Electorate*. New York: Oxford University Press.
- Jandura, O. (2013). Kommunikationsverhalten und genutzte Medieninhalte. In C. Reinemann, M. Maurer & T. Zerback (Hrsg.), *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen* (S. 139-169). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Janowitz, M. (1975). Professional Models in Journalism. The Gatekeeper and the Advocate. *Journalism Quarterly* 52(4), 618-626.
- Jansen, C. & Glogger, I. (2017). Von Schachteln im Schaufenster, Kreisverkehren und (keiner) PKW-Maut: Kandidatenagenda,- strategien und ihre Effekte. In T. Faas, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013* (S. 31-58). VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer.
- Jarren, O. & Donges, P. (2006). Medienpolitik zwischen Politikverzicht, parteipolitischer Interessenwahrung und transnationalen Einflüssen. In M. G. Schmidt & R. Zohlnhöfer (Hrsg.), *Regieren in der Bundesrepublik Deutschland. Innen- und Außenpolitik seit 1949* (S. 385-403). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jesse, E. (2006). Parteiensystem im Wandel? In E. Jesse & R. Sturm (Hrsg.), *Bilanz der Bundestagswahl 2005: Voraussetzungen, Ergebnisse, Folgen* (S. 21-41). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Johnston, R. J. (2006). Party Identification. Unmoved Mover or Sum of Preferences? *Annual Review of Political Science* 9(1), 329-351.
- Johnston, R. J. & Pattie, C. J. (1999). Aspects of the Interrelationships of Attitudes and Behaviour as Illustrated by a Longitudinal Study of British Adults. 1. Interactions among Attitudes and Changing Voting Intentions. *Environment and Planning* 31(7), 899-923.
- Jun, U. (2007). Parteiensystem und Koalitionskonstellationen vor und nach der Bundestagswahl 2005. In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Weßels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse* (S. 491-515). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jung, M. (2017). Stopp dem Domsokopenbashing! Warum Umfrageergebnisse doch nicht so schlecht sind. *Die politische Meinung* 62(543).
- Kaase, M. (1986). Das Mikro-Makro-Puzzle der empirischen Sozialforschung: Anmerkungen zum Problem der Aggregatstabilität bei individueller Instabilität in Panelbefragungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 38(2), 209-222.
- Kaase, M., Ott, W. & Scheuch, E. K. (1983). *Empirische Sozialforschung in der modernen Gesellschaft* (Beiträge zur empirischen Sozialforschung). Frankfurt/Main: Campus.
- Kahn, K. F. (1994). Does Gender make a Difference? An Experimental Examination of Sex Stereotypes and Press Patterns in Statewide Campaigns. *American Journal of Political Science* 38(1), 162-195.
- Kahn, K. F. (1996). *The Political Consequences of Being a Woman. How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. New York: Columbia University Press.
- Kahn, K. F. & Kenney, P. J. (1999). *The Spectacle of US Senate Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kaid, L. L. (Hrsg.). (2004). *Political Communication Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Katz, E. (1962). The Debates in the Light of Research: A Survey of Surveys. In S. Kraus (Hrsg.), *The Great Debates. Kennedy vs. Nixon, 1960* (S. 173-222). Bloomington: Indiana University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevich, M. (1974). *The Uses and Gratification Approach to Mass Communication*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Katz, E. & Feldman, J. J. (1962). The Debates in the Light of Research. A Survey of Surveys. In S. Kraus (Hrsg.), *The Great Debates. Kennedy vs. Nixon, 1960* (S. 173-223). Bloomington: Indiana University Press.
- Katz, R. S. (1979). The Dimensionality of Party Identification: Cross-National Perspectives. *Comparative Politics* 11(2), 147-163.
- Kelle, U. (2008). *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung. Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte* (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kelle, U. (2014). Mixed Methods. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 153-166). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kellermann, C. & Rattinger, H. (2005). "Round up the usual suspects". Die Bedeutung klassischer Bestimmungsfaktoren der Wahlentscheidung bei den Bundestagswahlen 1994 bis 2002. In J. W. Falter, O. W. Gabriel & B. Weßels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002* (S. 189-212). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Kellermann, C. & Rattinger, H. (2007). Wirtschaftslage, Arbeitslosigkeit und zugeschriebene Regierungsverantwortung als Bestimmungsfaktoren des Wahlverhaltens bei den Bundestagswahlen 2002 und 2005. In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Weßels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse* (S. 369-393). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kelley, S. J. (1983). *Interpreting Elections*. Princeton: Princeton University Press.
- Kennemar, J. D. (1987). Debate Viewing and Debate Discussion as Predictors of Campaign Cognition. *Journalism Quarterly* 64(1), 114-118.
- Kennemar, J. D. (1990). Political Discussion and Cognition. A 1988 Look. *Journalism Quarterly* 67(2), 348-352.
- Kepplinger, H. M. (1998). Prozesse, Dimensionen, Strategien politischer Kommunikation: Politische Kommunikation als Persuasion. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 362-368). Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H. M., Brosius, H.-B. & Dahlem, S. (1994a). Charakter oder Sachkompetenz von Politikern: Woran orientieren sich die Wähler? In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1990* (S. 472-505). Opladen, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kepplinger, H. M., Brosius, H.-B. & Dahlem, S. (1994b). Partei- oder Kandidatenkompetenz? Zum Einfluß der wahrgenommenen Sachkompetenzen auf die Wahlabsichten bei der Bundestagswahl 1990. In H. Rattinger, O. W. Gabriel & W. Jagodzinski (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland* (S. 153-188). Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Kepplinger, H. M., Brosius, H.-B. & Dahlem, S. (1994c). *Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst: theoretische Modelle und empirische Analysen*. München: Fischer.
- Kepplinger, H. M. & Maurer, M. (2005). *Abschied vom rationalen Wähler. Warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden*. Freiburg: Alber.
- Kercher, J. & Brettschneider, F. (2013). Wahlprogramme als Pflichtübung? Typen, Funktionen und Verständlichkeit der Bundestagswahlprogramme 1994–2009. In B. Weßels, H. Schoen & O. W. Gabriel (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 2009* (S. 269-290). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kern, M. (1989). *30-Second Politics. Political Advertising in the Eighties*. New York: Praeger Publishers.
- Kevenhörster, P. (1998). Repräsentation. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 292-297). Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*. New York: Vintage.
- Key, V. O. & Munger, F. J. (1959). Social Determinism and Electoral Decision. The Case of Indiana. In E. Burdick, Brodbeck & A. J. (Hrsg.), *American Voting Behavior* (S. 281-299). New York: Free Press.
- Kiefer, M.-L. (1996). Massenkommunikation 1995. *Media Perspektiven* 5(96), 234-248.
- Kinder, D. R. (1986). Presidential character revisited. In R. R. Lau & D. O. Sears (Hrsg.), *Political Cognition* (S. 233-255). Hillsdale: Erlbaum.
- Kinder, D. R., Peters, M. D., Abelson, R. P. & Fiske, S. T. (1980). Presidential Prototypes. *Political Behavior* 2(4), 315-337.
- Kintsch, W. & van Dijk, T. A. (1978). Toward a Model of Text Comprehension and Production. *Psychological Review* 85(5), 363-394.
- Klein, J. (1990). *Elefantenrunden 'Drei Tage vor der Wahl'. Die ARD-ZDF-Gemeinschaftssendung 1972-1987*. Baden-Baden: Nomos.
- Klein, M. (2005a). Der Einfluss der beiden TV-Duelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002 auf die Wahlbeteiligung und die Wahlentscheidung. Eine log-lineare Pfadanalyse auf der Grundlage von Paneldaten. *Zeitschrift für Soziologie* 34(3), 207-222.
- Klein, M. (2005b). Der professionalisierte Wahlkampf: Die strategische Positionierung der Parteien. In M. Güllner, H. Dülmer, M. Klein, D. Ohr, M. Quandt & U. Rosar (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik* (S. 57-66). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, M. (2005c). Die Wahlprogramme: Wahrnehmung und Bewertung durch die Bürger. In M. Güllner, H. Dülmer, M. Klein, D. Ohr, M. Quandt & U. Rosar (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik* (S. 67-83). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, M. & Ohr, D. (2000). Gerhard oder Helmut? ‚Unpolitische‘ Kandidateneigenschaften und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. *Politische Vierteljahresschrift* 41(2), 199-224.
- Klein, M. & Ohr, D. (2001). Die Wahrnehmung der politischen und persönlichen Eigenschaften von Helmut Kohl und Gerhard Schröder und ihr Einfluß auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998* (S. 91-132). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Klein, M. & Pötschke, M. (2005). Wirkungen des TV-Duells im Vorfeld der Bundestagswahl 2002 auf die Wahlentscheidung. Eine empirische Analyse unter besonderer Berücksichtigung von Medieneinflüssen auf die Siegerwahrnehmung und subjektive Erwartungshaltung an die Debattenperformance der Kandidaten. In J. W. Falter, O. W. Gabriel & B. Weßels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002* (S. 357-370). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, M. & Rosar, U. (2005). Die Wähler ziehen Bilanz: Determinanten der Wahlteilnahme und der Wahlentscheidung. In M. Güllner, H. Dülmer, M. Klein, D. Ohr, M. Quandt & U. Rosar (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik* (S. 181-198). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, M. & Rosar, U. (2007). Wirkungen des TV-Duells im Vorfeld der Bundestagswahl 2002 auf die Wahlentscheidung. Eine empirische Analyse unter besonderer Berücksichtigung von Medieneinflüssen auf die Siegerwahrnehmung und subjektive Erwartungshaltung an die Debattenperformance der Kandidaten. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 59(1), 81-104.
- Klingemann, H.-D. (1989). Die programmatischen Profile der politischen Parteien in der Bundesrepublik Deutschland. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Wahlprogramme von SPD, FDP und CDU von 1949 bis 1987. In D. Herzog & B. Weßels (Hrsg.), *Konfliktpotentiale und Konsensstrategien: Beiträge zur politischen Soziologie der Bundesrepublik* (S. 99-115). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Klingemann, H.-D. (1998). Parteien im Urteil der Bürger: Eine Längsschnittanalyse 1969-2004. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994* (S. 391-462). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klingemann, H.-D. & Volkens, A. (1997). Struktur und Entwicklung von Wahlprogrammen in der Bundesrepublik Deutschland 1949 – 1994. In O. W. Gabriel, O. Niedermayer & R. Stöss (Hrsg.), *Parteiendemokratie in Deutschland* (S. 517-536). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Knochel, M. & Lindgens, M. (1990). Fünf-Prozent-Hürde und Medienbarriere. Die Grünen im Bundestagswahlkampf 1987: Politik, Medienpräsenz und Resonanz in der Wählerschaft. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987* (Schriften des Zentralinstituts für Sozialwissenschaftliche Forschung der Freien Universität Berlin, Bd. 60, S. 569-618). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Koch, J. W. (1997). Candidate Gender and Women's Psychological Engagement in Politics. *American Politics Quarterly* 25(1), 118-133.
- Koch, J. W. (1999). Candidate Gender and Assessments of Senate Candidates. *Social Science Quarterly* 80(1), 84-96.
- Koch, J. W. (2000). Do Citizens Apply Gender Stereotypes to Infer Candidates' Ideological Orientations? *The Journal of Politics* 62(2), 414-429.
- Kolb, M. (17.01.2017). US-Zeitungen rüsten gegen Trump auf. *Süddeutsche Zeitung*. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/medien-us-zeitungen-ruesten-gegen-trump-auf-1.3334128> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Korte, K.-R. (2008). Neue Formeln zur Macht. *Die politische Meinung* 53(465), 5-9.
- Korte, K.-R. & Bianchi, M. (2014). Haben die Medien die Wahl entschieden? Besonderheiten der medialen Wahlkampfkommunikation. In E. Jesse & R. Sturm (Hrsg.), *Bilanz der Bundestagswahl 2013. Voraussetzungen, Ergebnisse, Folgen*. Baden-Baden: Nomos.
- Koschnick, W. J. (1995). *Standard-Lexikon für Mediaplanung und Mediaforschung in Deutschland*. München: Saur.
- Kosicki, G. M. (1993). Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. *Journal of Communication* 43(2), 100-127.
- Krafft, A. & Zaiss, V. (2013). Das TV-Duell aus Sicht der Wahlkämpfer – Ein Blick in die Kampagnenpraxis. In M. Bachl, F. Brettschneider & S. Ottler (Hrsg.), *Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011* (S. 237-250). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krämer, J. (1996). Räumliche Modelle sachfragenorientierten Wahlverhaltens. Ein Vergleich zwischen Richtungs- und Distanzmodell. In O. W. Gabriel & J. W. Falter (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen in westlichen Demokratien* (S. 371-387). Frankfurt a. M.: Lang.
- Krämer, J. & Rattinger, H. (1997). The Proximity and the Directional Theories of Issue Voting. Comparative results for the USA and Germany. *European Journal of Political Research* 32(1), 1-29.
- Kraus, S. (Ed.). (1962). *The Great Debates. Kennedy vs. Nixon, 1960*. Bloomington: Indiana University Press.
- Kraus, S. (2000). *Televised Presidential Debates and Public Policy* (2. Aufl.). Mahwah: Routledge.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: SAGE.
- Kubbe, I. (2016). *Experimente in der Politikwissenschaft. Eine methodische Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Küchler, M. (1994). Politische Streitfragen und Wahlentscheidung: Vereinigung als "neue" Frage? In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1990* (S. 422-452). Opladen, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kühnel, S. & Krebs, D. (2006). *Statistik für die Sozialwissenschaften. Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (Rowohlt's Enzyklopädie, Bd. 55639, 2., durchges. Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Kunczik, M. (1988). *Journalismus als Beruf*. Böhlau: Köln; Wien.
- Kunz, V. & Thaidigsmann, S. I. (2005). Die Relevanz von Themenorientierungen für das Wählerverhalten bei der Bundestagswahl 2002. In J. W. Falter, O. W. Gabriel & B. Weßels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 2002* (S. 50-76). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lane, R. E. (1959). *Political Life: Why People Get Involved in Politics*. Toronto, Ontario: The Free Press.
- Lange, D., Onken, H. & Slopinski, A. (Hrsg.). (2013). *Politisches Interesse und Politische Bildung. Zum Stand des Bürgerbewusstseins Jugendlicher und junger Erwachsener* (Bürgerbewusstsein. Schriften zur Politischen Kultur und Politischen Bildung, Bd. 6). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lanoue, D. J. (1992). One that Made a Difference. Cognitive Consistency, Political Knowledge, and the 1980 Presidential Debate. *The Public Opinion Quarterly* 56(2), 168-184.
- Lanoue, D. J. & Schrott, P. R. (Hrsg.). (1991). *The Joint Press Conference: The History, Impact, and Prospects of American Presidential Debates* (Bd. 26). New York: Greenwood Publishing Group.
- Lass, J. (1995). *Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten: Zur Diskussion um die Personalisierung von Politik*. München: DUV.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Hrsg.), *The Communication of Ideas. A Series of Addresses* (S. 37-51). New York: Institute for Religious and Social Studies.
- Lasswell, H. D. (1963). The Structure and Function of Communication in Society. In W. Schramm (Hrsg.), *Mass Communication* (2. Aufl., S. 117-130). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Lau, R. R. (1986). Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behavior. In R. R. Lau & D. O. Sears (Hrsg.), *Political Cognition* (S. 95-126). Hillsdale: Erlbaum.
- Lau, R. R. & Redlawsk, D. P. (2006). *How Voters Decide. Information Processing in Election Campaigns*. New York: Cambridge University Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Leeper, M. S. (1991). The Impact of Prejudice on Female Candidates. An Experimental Look at Voter Inference. *American Politics Quarterly* 19(2), 248-261.
- Lemert, J. B. (1993). Do Televised Presidential Debates Help Inform Voters? *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 37(1), 83-94.
- Lemert, J. B., Elliott, W. R., Nestvold, K. J. & Rarick, G. R. (1983). Effects of Viewing a Presidential Primary Debate. An Experiment. *Communication Research* 10(2), 155-173.
- Lettner, M. (2010). *TV-Duelle: Vorspiel, Nachspiel, Mittendrin. Analyse der parteiinternen Vorbereitung, Durchführung durch den ORF und medialen Nachbereitung der Fernsehkonfrontationen 2006 und 2008*. Wien: Universität Wien.
- Lichter, S. R. & Noyes, R. (1996). *Good Intentions Make Bad News. Why Americans Hate Campaign Journalism*. London: Rowman & Littlefield.
- Lindenberg, S. (1985). An Assessment of the New Political Economy. Its Potential for the Social Sciences and for Sociology in Particular. *Sociological Theory* 3(1), 99.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace, and Company.
- Lipset, S. M. & Rokkan, S. (1967). Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction. In S. M. Lipset & S. Rokkan (Hrsg.), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (S. 1-64). New York, London: Collier-Macmillan.
- Lisch, R. & Kriz, J. (1978). *Grundlagen und Modelle der Inhaltsanalyse. Bestandsaufnahme und Kritik* (Rororo-Studium, Bd. 117). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Listhaug, O., Macdonald, S. E. & Rabinowitz, G. (1994). Ideology and Party Support in Comparative Perspective. *European Journal of Political Research* 25(2), 111-149.
- Luhmann, N. (1975). Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In O. Schatz (Hrsg.), *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?* (S. 13-30). Graz: Verlag Styria.
- Luhmann, N. (1981). *Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat*. München: Olzog.
- Luhmann, N. (1984). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie* (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft, Bd. 666). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Luhmann, N. (2000). *Die Politik der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lühmann, H. (06.05.2013). Zukunft der Zeitung. Das Geheimnis der Echokammer. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/zukunft-der-zeitung-das-geheimnis-der-echokammer-12173291.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Macdonald, S. E., Rabinowitz, G. & Brown, K. J. (1999). Comparing Theories of Issue Voting: A Test with Randomized Candidate Placements. In H. M. Narud & T. Aalberg (Hrsg.), *Challenges to Representative Democracy. Parties, Voters and Public Opinion* (S. 299-325). Bergen: Fagbokforlaget.
- MacKuen, M. B. (1981). Social Communication and the Mass Policy Agenda. In M. B. MacKuen & S. L. Coombs (Hrsg.), *More than news: Media power in public affairs* (S. 19-144). Beverly Hills: Sage Publications.
- MacKuen, M. B., Erikson, R. S., Stimson, J. A., Abramson, P. R. & Ostrom, C. W. (1992). Question Wording and Macropartisanship. *American Political Science Review* 86(2), 475-486.
- Madsen, D. (1987). Political Self-Efficacy Tested. *American Political Science Review* 81(2), 571-581.
- Maier, J. (2000). *Politikverdrossenheit in Deutschland: Dimensionen - Determinanten - Konsequenzen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Maier, J. (2007a). Eine Basis für rationale Wahlentscheidungen? Die Wirkungen des TV-Duells auf politische Kenntnisse. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 129-143). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J. (2007b). Erfolgreiche Überzeugungsarbeit. Urteile über Debattensieger und Veränderung der Kanzlerpräferenz. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 91-109). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J. (2009). "Frau Merkel wird doch noch Kritik ertragen können ...". Inhalte, Struktur, Wahrnehmung und Wirkung des wirtschaftspolitischen Teils der Fernsehdebatte 2005. In O. W. Gabriel, B. Weßels & J. W. Falter (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005* (S. 177-201). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J., Bretschneider, F., Maier, M. & Faas, T. (2010). *One, Two, or Three Agendas? Exploring the Interdependence between Televised Debates, Media Coverage, and Public Opinion in the 2009 German National Election Campaign*. Paper präsentiert auf der 3. European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Hamburg.
- Maier, J. & Faas, T. (2003). The Affected German Voter. Televised Debates, Follow-Up Communication and Candidate Evaluations. *Zeitschrift für Medienpsychologie* 28(4), 383-404.
- Maier, J. & Faas, T. (2004). Debattenwahrnehmung und Kandidatenorientierung. Eine Analyse von Real-Time-Response- und Panel-Daten zu den Fernsehduellen im Bundestagswahlkampf 2002. *Zeitschrift für Medienpsychologie* 16(1), 26-35.
- Maier, J. & Faas, T. (2005). Schröder gegen Stoiber. Wahrnehmung, Verarbeitung und Wirkung der Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 2002. In J. W. Falter, O. W. Gabriel & B. Weßels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002* (S. 77-101). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J. & Faas, T. (2011a). Das TV-Duell 2009 - langweilig, wirkungslos, nutzlos? Ergebnisse eines Experiments zur Wirkung der Fernsehdebatte zwischen Angela Merkel und Frank-Walter Steinmeier. In H. Oberreuter (Hrsg.), *Am Ende der Gewissheiten. Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung* (S. 147-166). München: Olzog.
- Maier, J. & Faas, T. (01.01.2011). 'Miniature Campaigns' in Comparison: The German Televised Debates, 2002-09. *German Politics* 20(1), 75-91.
- Maier, J., Faas, T. & Maier, M. (2013). Mobilisierung durch Fernsehdebatten. Zum Einfluss des TV-Duells auf die politische Involvierung und Partizipationsbereitschaft. In B. Weßels, H. Schoen & O. W. Gabriel (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009* (S. 79-96). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J., Faas, T. & Maier, M. (2014). Aufgeholt, aber nicht aufgeschlossen: Wahrnehmungen und Wirkungen von TV-Duellen am Beispiel von Angela Merkel und Peer Steinbrück 2013. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 45(1), 38-54.
- Maier, J. & Jansen, C. (2016). Zerstört Negative Campaigning das Vertrauen in Kanzlerkandidaten? *Politische Psychologie* 5(1), 45-65.
- Maier, J. & Jansen, C. (2017a). When Do Candidates Attack in Election Campaigns? Exploring the Determinants of Negative Candidate Messages in German Televised Debates. *Party Politics* 23(5), 549-559.
- Maier, J. & Jansen, C. (2017b). Wortlaut der Fernsehdebatte zur Landtagswahl in Niedersachsen am 15. Oktober 2017. Working Paper 6/2017 (Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwer-

- punkts KoMePol). Landau. URL: <http://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/working-paper-nr.-6-2017> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Maier, J. & Maier, M. (2013). Serving Different Agendas. How Journalists, Candidates, and the Mass Media Failed to Meet Citizens' Interests in the 2009 German Televised Debate. In E. Czerwick (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland. Festschrift für Ulrich Sarcinelli* (S. 149-164). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J., Maier, M., Faas, T. & Jansen, C. (2013). Wortlaut der Fernsehdebatte zur Bundestagswahl am 22. September 2013. Working Paper 40/2013 (Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwerpunkts KoMePol). Landau. URL: <https://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/working-paper-nr.-40-2013> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Maier, J., Maurer, M., Reinemann, C. & Faas, T. (2007). Reliability and Validity of Real-Time-Response Measurement. A Comparison of Two Studies of a Televised Debate in Germany. *International Journal of Public Opinion Research* 19(1), 53-73.
- Maier, M. (2007). Verstärkung, Mobilisierung, Konversion. Wirkungen des TV-Duells auf die Wahlabsicht. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 145-165). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, M., Marschall, J. & Stengel, K. (2010). *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Maier, M. & Strömbäck, J. (2009). Advantages and Limitations of Comparing Audience Responses to Televised Debates. A Comparative Study of Germany and Sweden. In J. Maier, M. Maier, M. Maurer, C. Reinemann & V. Meyer (Hrsg.), *Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Methodological Perspectives and Applications* (S. 97-116). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Manza, J. & Cook, F. L. (2002). The Impact of Public Opinion on Public Policy. The State of the Debate. In J. Manza, F. L. Cook & B. I. Page (Hrsg.), *Navigating Public Opinion. Polls, Policy, and the Future of American Democracy* (S. 17-32). Oxford: Oxford University Press.
- Marcinkowski, F. (1998). *Massenmedien und Politikinhalt. Empirische Fallstudie auf einem unterbelichteten Forschungsfeld*. Duisburg: Gerhard-Mercator-Universität Duisburg.
- Martin, J.-C. & Voss, P. (2001). Für eine Typologie der "Ereignisse": Das Beispiel des Vendéekrieges. *Geschichte und Gesellschaft. Sonderheft 19*, 208-223.
- Mathes, R. & Pfetsch, B. (1991). The Role of the Alternative Press in the Agenda-Building Process. Spill-over Effects and Media Opinion Leadership. *European Journal of Communication* 6(1), 33-62.
- Matland, R. E. (1994). Putting Scandinavian Equality to the Test. An Experimental Evaluation of Gender Stereotyping of Political Candidates in a Sample of Norwegian Voters. *British Journal of Political Science* 24(2), 273-292.
- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten* (Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 13). München: Fischer.
- Maurer, M. (2003). *Politikverdrossenheit durch Medienberichte. Eine Paneluntersuchung*. Konstanz: UVK.
- Maurer, M. (2007). Themen, Argumente, rhetorische Strategien. Die Inhalte des TV -Duells. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 33-52). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, M. (2010). *Agenda-Setting* (Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 1). Baden-Baden: Nomos.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2003). *Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung von TV-Duellen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2006). Learning versus Knowing. Effects of Misinformation in Televised Debates. *Communication Research* 33(6), 489-506.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2007). Personalisierung durch Priming. Die Wirkungen des TV-Duells auf die Urteilkriterien der Wähler. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 111-128). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, M., Reinemann, C., Maier, J. & Maier, M. (Hrsg.). (2007). *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mayer, S. J. (2016). *Die Parteiidentifikation. Eine Konstruktvalidierung neuer Maße auf Basis des Ansatzes sozialer Identität*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- McCombs, M., Danielian, L. & Wanta, W. (1995). Issues in the News and the Public Agenda. The Agenda-Setting Tradition. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Hrsg.), *Public Opinion and the Communication of Consent* (S. 281-300). New York: Guilford Press.
- McCombs, M. E. (1977). Newspaper vs. Television. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Hrsg.), *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press* (S. 89-105). St. Paul: West Group.

- McCombs, M. E. (1981). The Agenda-Setting Approach. In D. Nimmo, K. R. Sanders & D. L. Swanson (Hrsg.), *Handbook of Political Communication: New Directions in Political Communication. A Resource Book* (S. 121-140). Beverly Hills: Sage Publications.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36(2), 176-187.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (01.01.1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication* 43(2), 58-67.
- McCombs, M. E. & Weaver, D. H. (1973). Voters' Need for Orientation and Use of Mass Communication. Unpublished Report prepared for presentation to International Communication Association. Montreal, Canada.
- McDonald, M. D., Mendes, S. M. & Budge, I. (2004). What are Elections for? Conferring the Median Mandate. *British Journal of Political Science* 34(1), 1-26.
- McKinney, M. S. & Carlin, D. B. (2004). Political Campaign Debates. In L. L. Kaid (Hrsg.), *Political Communication Research* (S. 203-234). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- McLeod, J. M., Becker, L. B. & Byrnes, J. E. (1974). Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press. *Communication Research* 1(2), 131-166.
- McLeod, J. M., Bybee, C. R. & Durall, J. A. (1979). Equivalence of Informed Political Participation. The 1976 Presidential Debate as a Source of Influence. *Communication Research* 6(4), 463-487.
- Meadow, R. G. (1983). Televised Campaign Debates as Whistle Stop Speeches. In W. C. Adams (Hrsg.), *Television Coverage of the 1980 Presidential Campaign* (S. 89-102). Norwood, NJ: Praeger.
- Meckling, W. H. (1976). Values and the Choice of the Model of the Individual in the Social Sciences. *Swiss Journal of Economics and Statistics* 112(4), 545-560.
- Media Tenor (2017). *Diskrepanz zwischen Medienberichterstattung und Wählerinteressen. Themenanalyse der Berichterstattung über den Wahlkampf 2017*. URL: <http://de.mediatenor.com/de/bibliothek/newsletter/1112/diskrepanz-zwischen-medien-berichterstattung-und-waehlerinteressen> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Medien Tenor (2002). Zwiespältige Bilanz der Duelle. Analyse der Doppelinterviews mit Schröder und Stoiber und ihrer Nachbetrachtung 07-09/2002. *Forschungsbericht Nr. 124*, 33-37.
- Merten, K. (1991). Django und Jesus. Verbal-nonverbales Verhalten der Kanzlerkandidaten Kohl und Rau im Bundestagswahlkampf 1987. In M. O. de Hipt & E. Latniak (Hrsg.), *Sprache statt Politik? Politikwissenschaftliche Semantik- und Rhetorikforschung* (S. 188-210). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Merten, K. (1999). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1, Grundlagen der Kommunikationswissenschaft*. Münster: LIT Verlag.
- Merten, K. & Teipen, P. (1991). *Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung, Kritik, Evaluation* (Bd. 6). München: Ölschläger.
- Merz, N. & Regel, S. (2013). Die Programmatik der Parteien. In O. Niedermayer (Hrsg.), *Handbuch Parteienforschung* (S. 211-238). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meyer, T. (2001). *Mediokratie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Milic, L. T. (1979). Grilling the Pols. Q & A at the Debates. In S. Kraus (Hrsg.), *The Great Debates. Carter vs. Ford, 1976* (S. 187-208). Bloomington: Indiana University Press.
- Miller, A. H., Wattenberg, M. P. & Malanchuk, O. (1986). Schematic Assessments of Presidential Candidates. *American Political Science Review* 80(2), 521-540.
- Miller, J. M. & Krosnick, J. A. (2000). News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations. Politically Knowledgeable Citizens Are Guided by a Trusted Source. *American Journal of Political Science* 44(2), 301-315.
- Miller, W. E. & Shanks, J. M. (1996). *The New American Voter*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Miller, W. E. & Stokes, D. E. (1963). Constituency Influence in Congress. *American Political Science Review* 57(1), 45-56.
- Min, Y., Ghanem, S. I. & Evatt, D. (2007). Using a Split-Ballot Survey to Explore the Robustness of the 'MIP' Question in Agenda-Setting Research: A Methodological Study. *International Journal of Public Opinion Research* 19(2), 221-236.
- Mochmann, E. (2014). Quantitative Daten für die Sekundäranalyse. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 233-244). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Monroe, A. D. (1979). Consistency Between Public Preferences and National Policy Decisions. *American Politics Quarterly* 7(1), 3-19.
- Morton, R. B. & Williams, K. C. (2010). *Experimental Political Science and the Study of Causality: From Nature to the Lab*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Mueller, C. (1982). *Nurturance and Mastery. Competing Qualifications for Women's Access to High Public Office?* Wellesley College: Center for Research on Women.
- Mulder, R. D. (1978). The Political Effects of the Carter-Ford Debate. An Experimental Analysis. *Sociological Focus* 11(1), 33-45.
- Müller, M. G. (2006). Politikberatung aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. In S. Falk, D. Rehfeld, A. Römmele & M. Thunert (Hrsg.), *Handbuch Politikberatung* (S. 88-95). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mutz, D. C. (1994). Contextualizing Personal Experience. The Role of Mass Media. *The Journal of Politics* 56(3), 689-714.
- Niedermayer, O. (2003). Die Entwicklung des deutschen Parteiensystems bis nach der Bundestagswahl 2002. In O. Niedermayer (Hrsg.), *Die Parteien nach der Bundestagswahl 2002* (S. 9-41). Opladen: Leske + Budrich.
- Niedermayer, O. (2005). *Bürger und Politik. Politische Orientierungen und Verhaltensweisen der Deutschen* (Studienbücher Politisches System der Bundesrepublik Deutschland, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut*. München: Piper.
- Noelle-Neumann, E. (1974). Die Schweigespirale. Über die Entstehung der öffentlichen Meinung. In A. Gehlen, E. Forsthoff & R. Hörstel (Hrsg.), *Standorte im Zeitstrom. Festschrift für Arnold Gehlen zum 70. Geburtstag am 29. Januar 1974* (299-230). Frankfurt a. M.: Athenäum-Verlag.
- Noelle-Neumann, E. (1983). The Effect of Media on Media Effects Research. *Journal of Communication* 33(3), 157-165.
- Noelle-Neumann, E. (1996). *Öffentliche Meinung: die Entdeckung der Schweigespirale* (4. und erweiterte Auflage). Berlin: Ullstein.
- Norpoth, H. (1977). Kanzlerkandidaten. Wie sie vom Wähler bewertet werden und seine Wahlentscheidung beeinflussen. *Politische Vierteljahresschrift* 18(2/3), 551-572.
- Nyhuis, D. & Friederich, J. (2017). Begleitung des TV-Duells auf Twitter. In T. Faas, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013* (S. 157-172). VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer.
- Oberreuter, H. (1987). *Stimmungsdemokratie. Strömungen im politischen Bewußtsein* (Texte + Thesen, Bd. 205). Zürich: Ed. Interfrom.
- Oberreuter, H. (1989). Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. In F. E. Böckelmann (Hrsg.), *Medienmacht und Politik. Medieatisierte Politik und politischer Wertewandel* (S. 31-41). Berlin: Spiess.
- Ogletree, S. M., Coffee, M. C. & May, S. A. (1992). Perceptions of Female/Male Presidential Candidates. Familial and Personal Situations. *Psychology of Women Quarterly* 16(2), 201-208.
- Paasch-Colberg, S. (2017). *Die Bedeutung politischer Themen im Wahlkampf. Mediale Thematisierungswirkungen im Bundestagswahlkampf 2009*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Page, B. I. (2002). The Semi-Sovereign Public. In J. Manza, F. L. Cook & B. I. Page (Hrsg.), *Navigating Public Opinion. Polls, Policy, and the Future of American Democracy* (S. 325-344). Oxford: Oxford University Press.
- Page, B. I. & Shapiro, R. Y. (1983). Effects of Public Opinion on Policy. *American Political Science Review* 77(1), 175-190.
- Palmgreen, P. & Clarke, P. (1977). Agenda-Setting with Local and National Issues. *Communication Research* 4(4), 435-452.
- Palonen, K. (2003). Four Times of Politics. Policy, Polity, Politicking, and Politicization. *Alternatives: Global, Local, Political* 28(2), 171-186.
- Pancer, S. M., Brown, S. D. & Barr, C. W. (1999). Forming Impressions of Political Leaders. A Cross-National Comparison. *Political Psychology* 20(2), 345-368.
- Paolino, P. (1995). Group-Salient Issues and Group Representation. Support for Women Candidates in the 1992 Senate Elections. *American Journal of Political Science* 39(2), 294-313.
- Pappi, F. U. & Shikano, S. (2001). Sachpolitik und Kompetenz als Beurteilungskriterien von großen und kleinen Wettbewerbern in deutschen Bundestagswahlkämpfen. In H.-D. Klingemann & M. Kaase (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998* (S. 309-350). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pappi, F. U. & Shikano, S. (2004). Ideologische Signale in den Wahlprogrammen der deutschen Bundestagsparteien 1980 bis 2002. *Arbeitspapiere des Mannheimer Zentrums für Europäische Sozialforschung* 76.
- Pappi, F. U. & Shikano, S. (2005). Regierungsabwahl ohne Regierungsneuwahl. *Politische Vierteljahresschrift* 46(4), 513-526.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding From You*. New York, NY: Penguin Press.

- Patterson, T. E. (1991). More Style Than Substance. Television News in US National Elections. *Political Communication* 8(3), 145-161.
- Patterson, T. E. (1993a). Let the Press Be the Press. Principles of Campaign Reform. In K. H. Jamieson, K. Auletta & T. E. Patterson (Hrsg.), *1-800-President. The Report of the Twentieth Century Fund Task Force on Television and the Campaign of 1992* (S. 91-109). New York: The Twentieth Century Fund Press.
- Patterson, T. E. (1993b). *Out of Order*. New York: Vintage.
- Patterson, T. E. (2005). Of Polls, Mountains. U.S. Journalists and Their Use of Election Surveys. *The Public Opinion Quarterly* 69(5), 716-724.
- Patterson, T. E. & McClure, R. D. (1976). *The Unseeing Eye. The Myth of Television Power in National Politics*. New York: Putnam.
- Peter, J. (2002). Medien-Priming. Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. *Publizistik* 47(1), 21-44.
- Petrocik, J. R. (1996). Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. *American Journal of Political Science* 40(3), 825-850.
- Pfau, M. (1987). The Influence of Intraparty Debates on Candidate Preference. *Communication Research* 14(6), 687-697.
- Pfetsch, B. & Schmitt-Beck, R. (1994). Amerikanisierung von Wahlkämpfen? Kommunikationsstrategien und Massenmedien im politischen Mobilisierungsprozeß. In M. Jäckel & P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation* (S. 231-252). Berlin: Vistas Verlag.
- Phillips, D. L. (1971). *Knowledge from What? Theories and Methods in Social Research*. Chicago IL: Rand McNally.
- Pitkin, H. F. (1972). *The Concept of Representation*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Poole, K. T. & Rosenthal, H. (1984). US Presidential Elections 1968-80. A Spatial Analysis. *American Journal of Political Science* 28(2), 282-312.
- Popkin, S. L. (1994). *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns* (2. Aufl.). Chicago: University of Chicago Press.
- Porten-Cheé, P. (2017). *Anschlusskommunikation als Medienwirkung. Der Einfluss von Relevanz und Qualität von Medieninhalten auf das Gesprächsverhalten*. Baden-Baden: Nomos.
- Prewitt, K. (1968). Political Efficacy. In D. L. Sills (Hrsg.), *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan.
- Price, V. & Cappella, J. N. (2002). Online Deliberation and its Influence: The Electronic Dialogue Project in Campaign 2000. *IT & Society* 1(1), 303-329.
- Rabinowitz, G. & Macdonald, S. E. (1989). A Directional Theory of Issue Voting. *American Political Science Review* 83(1), 93-121.
- Rabinowitz, G., Prothro, J. W. & Jacoby, W. G. (1982). Salience as a Factor in the Impact of Issues on Candidate Evaluation. *The Journal of Politics* 44(1), 41-63.
- Radunski, P. (1980). *Wahlkämpfe: moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation*. München: Olzog.
- Radunski, P. (1996). Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung von Wahlkämpfen. In Stiftung Bertelsmann (Hrsg.), *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analysen und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten* (S. 33-52). Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Raschke, J. & Tils, R. (2013). *Politische Strategie. Eine Grundlegung* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rattinger, H. (1994). Parteieigungen, Sachfragen- und Kandidatenorientierungen in Ost- und Westdeutschland 1990 bis 1992. In H. Rattinger, O. W. Gabriel & W. Jagodzinski (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland (Empirische und methodologische Beiträge zur Sozialwissenschaft, Bd. 13)* (S. 267-315). Frankfurt a. M.: Lang.
- Rattinger, H., Roßteutscher, S., Schmitt-Beck, R., Weßels, B., Brettschneider, F., Faas, T., Maier, J. & Maier, M. (2011). TV-Duell-Analyse, Befragung (GLES 2009).
- Rattinger, H., Roßteutscher, S., Schmitt-Beck, R., Weßels, B., Gschwend, T., Schmitt, H., Wüst, A., Zittel, T. et al. (2012). *Kandidatenstudie, Befragung (GLES). ZA5319 Datenfile Version 2.0.0*. Köln: GESIS Datenarchiv.
- Rattinger, H., Roßteutscher, S., Schmitt-Beck, R., Weßels, B., Wolf, C., Faas, T., Maier, J. & Maier, M. (2015). TV-Duell-Analyse Befragung (GLES 2013).
- Rattinger, H., Roßteutscher, S., Schmitt-Beck, R., Weßels, B., Wolf, C., Wagner, A. & Giebler, H. (2014). *Kandidatenstudie 2013, Befragung, Wahlergebnisse und Strukturdaten (GLES). ZA5716 Datenfile Version 3.0.0*. Köln: GESIS Datenarchiv.
- Reichert, F. (01.01.2016). How Internal Political Efficacy Translates Political Knowledge Into Political Participation: Evidence From Germany. *Europe's Journal of Psychology* 12(2), 221-241.

- Reinemann, C., Maier, J., Faas, T. & Maurer, M. (2005). Reliabilität und Validität von RTR-Messungen. Ein Vergleich zweier Studien zur zweiten Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2002. *Publizistik* 50(1), 56-73.
- Reinemann, C. & Maurer, M. (2007a). Populistisch und unkonkret. Die unmittelbare Wahrnehmung des TV-Duells. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 53-89). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reinemann, C. & Maurer, M. (2007b). Schröder gegen Merkel. Das TV-Duell im Bundestagswahlkampf 2005. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 7-17). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reinemann, C. & Maurer, M. (2010). Leichtgläubig und manipulierbar? Die Rezeption persuasiver Wahlkampfbotschaften durch politisch Interessierte und Desinteressierte. In T. Faas, K. Arzheimer & S. Roßteutscher (Hrsg.), *Information – Wahrnehmung – Emotion. Politische Psychologie in der Wahl- und Einstellungsforschung* (S. 239-257). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reinemann, C. & Wilke, J. (2007). It's the Debates, Stupid! How the Introduction of Televised Debates Changes the Portrayal of German Chancellor Candidates in the German Press 1949-2005. *Harvard International Journal of Press/Politics* 12(4), 92-111.
- Rhomberg, M. (2008). *Mediendemokratie. Die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Rhomberg, M. (2009). *Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwissenschaftler*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Riker, W. (1983). Political Theory: The Art of Heresthetics. In A. W. Finifter (Hrsg.), *Political Science. The State of the Discipline* (S. 47-68). Washington: American Political Science Association.
- Riker, W. H. (1996). *The Strategy of Rhetoric. Campaigning for the Ratification of the Constitution*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Rogers, E. M. & Dearing, J. W. (1988). Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? In J. H. Anderson (Hrsg.), *Communication Yearbook 11* (S. 555-594). Beverly Hills: Sage Publications.
- Rohe, K. (1994). *Politik: Begriffe und Wirklichkeiten. Eine Einführung in das politische Denken* (2. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Roller, E. (1998). Positions- und performanzbasierte Sachfragenorientierungen und Wahlentscheidung: Eine theoretische und empirische Analyse aus Anlaß der Bundestagswahl 1994. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994* (S. 173-219). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ronneberger, F. (1977). *Legitimation durch Information*. Wien: Econ-Verlag.
- Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P. & Brehm, J. W. (1960). *Attitudes Organization and Change*. New Haven: Yale University Press.
- Rosenwasser, S. M. & Seale, J. (1988). Attitudes Toward a Hypothetical Male or Female Presidential Candidate. A Research Note. *Political Psychology*, 591-598.
- Roskos-Ewoldsen, D. R. (1997). Attitude Accessibility and Persuasion. Review and a Transactive Model. *Annals of the International Communication Association* 20(1), 185-225.
- Roskos-Ewoldson, D. R., Klinger, M. R. & Roskos-Ewoldsen, B. (2002). Media Priming: A Meta-Analysis. In J. Bryant & R. A. Carveth (Hrsg.), *Meta-Analysis of Media Effects*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Roskos-Ewoldson, D. R., Roskos-Ewoldsen, B. & Carpentier, F. R. (2002). Media Priming: A Synthesis. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media Effects*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rössler, P. (1997). *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Röttger, U. (2001). PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit (2. überarbeitete und ergänzte Auflage). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rucht, D. (1994). Politische Öffentlichkeit und Massenkommunikation. In O. Jarren (Hrsg.), *Medienwandel - Gesellschaftswandel? 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland* (S. 161-177). Berlin: Vistas Verlag.
- Rudi, T. & Schoen, H. (2014). Ein Vergleich von Theorien zur Erklärung von Wählerverhalten. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 405-433). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M. & Diehlmann, N. (2003). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren* (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, Bd. 45). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ruß-Mohl, S. (2010). *Journalismus*. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Buch.

- Sanbonmatsu, K. (2002). *Democrats, Republicans and the Politics of a Women's Place*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Sängerlaub, A. (2017). Deutschland vor der Bundestagswahl: Überall Fake News?! (Stiftung Neue Verantwortung, Hrsg.). Berlin.
- Sapiro, V. (1983). *The Political Integration of Women. Roles, Socialization, and Politics*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sarcinelli, U. (1989). Symbolische Politik und politische Kultur. Das Kommunikationsritual als politische Wirklichkeit. *Politische Vierteljahresschrift* 30(2), 292-309.
- Sarcinelli, U. (1991). Massenmedien und Politikvermittlung. Eine Problem- und Forschungsskizze. *Rundfunk und Fernsehen* 39(4), 469-486.
- Sarcinelli, U. (Hrsg.). (1998a). *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sarcinelli, U. (1998b). Politikvermittlung und Demokratie: Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur. In U. Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft* (S. 11-23). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sarcinelli, U. (2011). *Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Politikvermittlung im demokratischen System* (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sarcinelli, U. & Schatz, H. (2002). Von der Parteien- zur Mediendemokratie. Eine These auf dem Prüfstand. In U. Sarcinelli & H. Schatz (Hrsg.), *Mediendemokratie im Medienland. Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000* (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, 41 // Bd. 41, S. 9-32). Opladen: Leske + Budrich.
- Sartori, G. (2005). *Parties and Party Systems. A Framework for Analysis* (2. Aufl.). Colchester: ECPR press.
- Schatz, R. (Media Tenor, Hrsg.). (2017). *Diskrepanz zwischen Medien-Berichterstattung und Wählerinteressen. Themenanalyse der Berichterstattung über den Wahlkampf 2017*. URL: <http://de.mediatenor.com/de/bibliothek/newsletter/1112/diskrepanz-zwischen-medien-berichterstattung-und-waehlerinteressen> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Schenk, M. (1995). *Soziale Netzwerke und Massenmedien: Untersuchungen zum Einfluss der persönlichen Kommunikation*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scheufele, B. (2016). *Priming* (Konzepte, Band 14). Baden-Baden: Nomos.
- Scheufele, B., Schünemann, J. & Brosius, H.-B. (2005). Duell oder Berichterstattung? Die Wirkung der Rezeption des ersten TV-Duells und der REzeption der Nachberichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002. *Publizistik* 50(4), 399-421.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication* 49(1), 103-122.
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited. Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society* 3(2-3), 297-316.
- Schmitt, H. (1998). Issue-Kompetenz oder Policy-Distanz? Zwei Modelle des Einflusses politischer Streitfragen auf das Wahlverhalten und die empirische Evidenz aus drei Nachwahlumfragen zur Bundestagswahl 1994. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994* (S. 145-172). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schmitt, H., Wüst, A. M., Semetko, H. A. & Karp, J. A. *Deutsche Kandidatenumfrage zur Bundestagswahl 2002 (Deutsche Kandidatenstudie 2002). ZA4225 Datenfile Version 1.0.0*. Köln: GESIS Datenarchiv.
- Schmitt-Beck, R. (2002). Das Nadelöhr am Ende: Die Aufmerksamkeit der Wähler für die Wahlkampfkommunikation als Voraussetzung wirksamer Kampagnen. In M. Machnig (Hrsg.), *Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter* (S. 21-48). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2008). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (Lehrbuch, 8., unveränd. Aufl.). München: Oldenbourg.
- Schoen, H. (1998). Stimmensplitting bei Bundestagswahlen. Eine Form taktischer Wahlentscheidung? *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 29(2), 223-244.
- Schoen, H. (2014a). Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 169-239). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schoen, H. (2014b). Wahlkampfforschung. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schoen, H. & Weins, C. (2014). Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 241-329). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schoenbach, K. (1987). The Role of Mass Media in West German Election Campaigns. *Legislative Studies Quarterly* 12(3), 373-394.

- Schoenbach, K. (2016). Agenda-Setting Effects of Print and Television in West Germany. In D. Protesch & M. E. McCombs (Hrsg.), *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* (S. 128-130). London: Routledge.
- Schönbach, K. (1992). Einige Gedanken zu Public Relations und Agenda-Setting. In H. Avenarius & W. Armbrrecht (Hrsg.), *Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung* (S. 325-333). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schrott, P. R. (1990). Wahlkampfdebatten im Fernsehen von 1972 bis 1987: Politikerstrategien und Wählerreaktion. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987* (S. 647-674). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schubert, T. (2014). Politikfloskeln oder Bündnissignale? Koalitionsaussagen zwischen Wahlkampfstrategie und Bündnispolitik. In E. Jesse & R. Sturm (Hrsg.), *Bilanz der Bundestagswahl 2013. Voraussetzungen, Ergebnisse, Folgen* (S. 75-93). Baden-Baden: Nomos.
- Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Eine Analyse der aktuellen Berichterstattung* (Alber-Borschur Kommunikation, Bd. 4, 1. Aufl.). Freiburg [Breisgau]: Alber.
- Schulz, W. (Hrsg.). (2011). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (3., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schumann, S. (2001). *Persönlichkeitsbedingte Einstellungen zu Parteien: Der Einfluß von Persönlichkeitseigenschaften auf Einstellungen zu politischen Parteien*. München: Oldenbourg Verlag.
- Schumann, S. & Schoen, H. (2003). Köpfe machen Stimmung. Eine Analyse der Determinanten von Parteisympathien. *Zeitschrift für Politische Psychologie* 11(4), 325-343.
- Schütz, A. (1994). Politik oder Selbstdarstellung? Beispiele von Politikerauftritten. In M. Jäckel & P. Winterhoff-Spurk (Hrsg.), *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation* (S. 193-209). Berlin: Vistas Verlag.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sears, D. O. & Chaffee, S. H. (1962). Uses and Effects of the 1976 Debates. An Overview of Empirical Studies. In S. Kraus (Hrsg.), *The Great Debates. Kennedy vs. Nixon, 1960* (S. 223-261). Bloomington: Indiana University Press.
- Sears, D. O. & Funk, C. L. (1999). Evidence of the Long-Term Persistence of Adults' Political Predispositions. *The Journal of Politics* 61(1), 1-28.
- Sears, D. O. & Valentino, N. A. (1997). Politics Matters. Political Events as Catalysts for Preadult Socialization. *American Political Science Review* 91(1), 45-65.
- Sellers, P. J. (1998). Strategy and Background in Congressional Campaigns. *American Political Science Review* 92(1), 159-171.
- Semetko, H. A., Blumler, J. G., Gurevitch, M., Weaver, D. H. & Barkin, S. (1991). *The Formation of Campaign Agendas. A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent American and British Elections*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shanks, J. M. & Miller, W. E. (1991). Partisanship, Policy and Performance: The Reagan Legacy in the 1988 Election. *British Journal of Political Science* 21(2), 129-197.
- Shapiro, R. Y. & Mahajan, H. (1986). Gender Differences in Policy Preferences. A Summary of Trends from the 1960s to the 1980s. *Public Opinion Quarterly* 50(1), 42-61.
- Shaw, D. L. & McCombs, M. E. (Hrsg.). (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West Group.
- Shingles, R. D. (1981). Black Consciousness and Political Participation: The Missing Link. *American Political Science Review* 75(1), 76-91.
- Sides, J. (2006). The Origins of Campaign Agendas. *British Journal of Political Science* 36(3), 407-436.
- Soroka, S. N. (2002). *Agenda-Setting Dynamics in Canada*. Vancouver: UBC Press.
- Sorzano, J. S. (1975). David Easton and the Invisible Hand. *American Political Science Review* 69(1), 91-106.
- Spier, T. (2010). Das Ende der Lagerpolarisierung? Lagerübergreifende Koalitionen in den deutschen Bundesländern 1949-2009. In K.-R. Korte (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2009. Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung* (S. 298-319). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Strull, T. K. & Wyer, R. S. (1979). The Role of Category Accessibility in the Interpretation of Information About Persons. Some Determinants and Implications. *Journal of Personality and Social Psychology* 37(10), 1660.
- Stein, P. (2014). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 135-151). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Stokes, D. E. (1963). Spatial Models of Party Competition. *American Political Science Review* 57(2), 368-377.

- Stokes, D. E. (1966). Some Dynamic Elements of Contests for the Presidency. *American Political Science Review* 60(1), 19-28.
- Süddeutsche Zeitung (31.01.2013a). *Merkel will nur ein TV-Duell gegen Steinbrück*. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/bundestagswahlkampf-merkel-will-nur-ein-tv-duell-gegen-steinbrueck-1.1587808> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Süddeutsche Zeitung (03.02.2013b). *Seehofer - bereit zum Duell*, Süddeutsche Zeitung. URL: <http://www.sueddeutsche.de/bayern/tv-duell-vor-landtagswahl-seehofer-bereit-zum-duell-1.1590255> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Suter, A. (2001). Ereignisse als strukturbrechende und strukturbildende Erfahrungs-, Entscheidungs- und Lemprozesse. Der schweizerische Bauernkrieg von 1653. *Geschichte und Gesellschaft. Sonderheft 19*, 175-207.
- Swers, M. L. (2002). *The Difference Women Make. The Policy Impact of Women in Congress*. Chicago: University of Chicago Press.
- SWR (2016a). Nach Appell des SWR: Elefantenrunde mit allen relevanten Parteien im SWR Fernsehen in Rheinland-Pfalz (Pressemitteilung vom 27. Januar 2016). URL: <https://www.swr.de/unternehmen/nach-appell-des-swr-elefantenrunde-mit-alen-relevanten-parteien-im-swr-fernsehen-in-rheinland-pfalz/-/id=3586/did=16817798/nid=3586/x7pdz7/index.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- SWR. (2016b). *Hilfestellung für die Wahlentscheidung. TV-Duell zwischen Malu Dreyer und Julia Klöckner am 1. März live im SWR Fernsehen bot Schlagabtausch zwischen den Spitzenkandidatinnen von SPD und CDU*. Mainz. URL: <http://www.presseportal.de/pm/7169/3265719> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- SWR (2016c). Die Wahl bei uns: Das Duell. Die Spielregeln. URL: <http://www.swr.de/swraktuell/diewahlbeiuns/rp/die-wahl-bei-uns-das-duell-die-spielregeln/-/id=13075562/did=17005072/nid=13075562/ib1c8h/index.html> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Tapper, C. & Quandt, T. (2003). „Herr Bundeskanzler, es geht von Ihrem Zeitkonto ab, wenn Sie ungefragt antworten.“. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2002* (S. 243-263). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tapper, C. & Quandt, T. (2006). „Trotzdem nochmal nachgefragt, Frau Kirchhof ...“. Eine dialoganalytische Untersuchung des Fernseh-Duells im Wahlkampf 2005. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2005* (S. 246-276). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tapper, C. & Quandt, T. (2010). „Ich beantworte die Fragen so, wie ich mir das vorgenommen habe...“. Eine dialoganalytische Untersuchung des Fernseh-Duells im Wahlkampf 2009. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf: Das Wahljahr 2009* (S. 283-312). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tapper, C. & Quandt, T. (2015). „Frau Bundeskanzlerin, der Herausforderer ist in einer gewissen Dysbalance...“. Eine dialoganalytische Untersuchung des TV-Duells im Bundestagswahlkampf 2013. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2013* (S. 121-144). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tardy, C. H., Gaughan, B. J., Hemphill, M. R. & Crockett, N. (1981). Media Agendas and Political Participation. *Journalism Quarterly* 58(4), 624-627.
- Tenscher, J. (1998). *Showdown im Fernsehen. Eine Analyse des Diskussions- und Rollenverhaltens der Moderatoren in den deutschen Wahlkampfdebatten*. Stuttgart: Ed. 451.
- Tenscher, J. (2000). Politikvermittlungsexperten. Die Schaltzentralen politischer Kommunikation. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen – Online* 13(3), 7-16. URL: <http://www.fjnsb.org/jahrgaenge/2000heft3> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Tenscher, J. (2007). Professionalisierung nach Wahl. Ein Vergleich der Parteienkampagnen im Rahmen der jüngsten Bundestags- und Europawahlkämpfe in Deutschland. In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Weßels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Turner, P. W., Mauerer, I. & Binder, M. (2012). Parteienspezifisches Issue-Voting bei den Bundestagswahlen 2002 bis 2009. *Politische Vierteljahresschrift*. (Sonderheft 45), 302-320.
- Turner, P. W. & Pappi, F. U. (1998). Retrospektives und prospektives Wählen in Mehrparteiensystemen mit Koalitionsregierungen. In M. Kaase & H.-D. Klingemann (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1994* (S. 113-144). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Trenaman, J. & McQuail, D. (1961). *Television and the Political Image*. London: Methuen.
- Uppendahl, H. (1981). Repräsentation und Responsivität. Bausteine einer Theorie responsiver Demokratie. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 12(1), 123-134.
- Verba, S. & Nie, N. H. (1972). *Participation in America. Political Democracy and Social Equality*. London: Evanston.

- Vetter, A. (1997). *Political Efficacy - Reliabilität und Validität. Alte und neue Meßmodelle im Vergleich*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Vetter, A. & Brettschneider, F. (1998). "Idealmaße" für Kanzlerkandidaten. *ZUMA Nachrichten* 22(43), 90-115.
- Wald, K. D. & Lupfer, M. B. (1978). The Presidential Debate As a Civics Lesson. *Public Opinion Quarterly* 42(3), 342-353.
- Walgrave, S. & van Aelst, P. (2016). *Political Agenda Setting and the Mass Media*. Oxford Research Encyclopedia of Politics. URL: <http://politics.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-46> (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Wanta, W. (1992). The Influence of the President on the News Media and Public Agendas. *Mass Communication Review* 19(3), 14-21.
- Wattenberg, M. P. (1991). *The Rise of Candidate-Centered Politics. Presidential Elections of the 1980s*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weaver, D. H. (1984). Media Agenda-Setting and Public Opinion: Is There a Link? *Annals of the International Communication Association* 8(1), 680-691.
- Weaver, D. H. (2016). Political Issues and Voter Need for Orientation. In D. Protesse & M. E. McCombs (Hrsg.), *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* (S. 131-139). London: Routledge.
- Weaver, D. H. & Drew, D. (1995). Voter Learning in the 1992 Presidential Election. Did the 'Nontraditional' Media and Debates Matter? *Journalism & Mass Communication Quarterly* 72(1), 7-17.
- Weaver, D. H. & Drew, D. (2001). Voter Learning and Interest in the 2000 Presidential Election. Did the 'Non-traditional' Media and Debates Matter? *Journalism & Mass Communication Quarterly* 78(4), 787-798.
- Weaver, D. H., Drew, D. & Wu, W. (1998). Voter Interest and Participation in the 1996 Presidential Election. Did the Debates Matter? In T. J. Johnson, C. E. Hays & S. P. Hays (Hrsg.), *Engaging the Public. How Government and the Media Can Reinvigorate American Democracy* (S. 87-95). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Weaver, D. H. & Wilhoit, G. C. (1986). *The American Journalist. A Portrait of US News People and their Work*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weimann, G. (1994). *The Influentials: People Who Influence People*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Weischenberg, S. (1989). Der enttarnte Elefant. Journalismus in der Bundesrepublik–und die Forschung, die sich ihm widmet. *Media Perspektiven* 4(1989), 227-239.
- Weischenberg, S. (1994). Konzepte und Ergebnisse der Kommunikatorforschung. In O. Jarren (Hrsg.), *Medien und Journalismus I. Eine Einführung* (Bd. 1, S. 227-266). Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006a). *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S., Malik, M. & Scholl, A. (2006b). Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. Journalismus in Deutschland 2005. *Media Perspektiven*, o. Jg 7, 346-361.
- Weiß, H.-J. (1976). *Wahlkampf im Fernsehen. Untersuchung zur Rolle der großen Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 1972*. Berlin: Volker Spiess.
- Wells, W. T. (1999). *An Analysis of Attacking, Acclaiming, and Defending Strategies in the 1976-1984 Presidential Debates*. Columbia: University of Missouri.
- Weßels, B. (2004). Sachfragen, generalisierte politische Positionen und Leistungsbewertungen. Zur Konditionierung präferenzorientierten Wählens. In F. Brettschneider, J. Deth & E. Roller (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes* (S. 143-165). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Westholm, A. (1997). Distance versus Direction. The Illusory Defeat of the Proximity Theory of Electoral Choice. *American Political Science Review* 91(4), 865-883.
- Westle, B. (1989). *Politische Legitimität: Theorien, Konzepte, empirische Befunde*. Baden-Baden.
- Westley, B. H. (1976). What Makes It Change? *Journal of Communication* 26(2), 43-47.
- Wilke, J. & Reinemann, C. (2000). *Kanzlerkandidaten in der Wahlberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949-1998*. Köln: Böhlau.
- Williams, W. & Smlak, W. (1978). Campaign '76. Agenda Setting During the New Hampshire Primary. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 22(4), 531-540.
- Wright, J. D. (1981). Political Disaffection. In S. L. Long (Hrsg.), *The Handbook of Political Behavior* (S. 1-79). New York, NY: Springer.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zhu, J.-H. (1992). Issue Competition and Attention Distraction. A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 69(4), 825-836.

- Zhu, J.-H., Milavsky, R. & Biswas, R. (1994). Do Televised Debates Affect Image Perception More than Issue Knowledge. *Communication Research* 20(3), 302-333.
- Zubayr, C. & Heinz, G. (2016). Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbeurteilung 2015. *Media Perspektiven* 20(3/2016), 142-155.
- Zubayr, C. & Heinz, G. (2017). Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbeurteilung 2016. *Media Perspektiven – Online* 21(3/2017). URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0317_Zubayr_Gebhard.pdf (letzter Zugriff: 28.02.2018).
- Zucker, H. G. (1978). The Variable Nature of News Media Influence. In B. Ruben (Hrsg.), *Communication Yearbook* 2 (S. 225-240). New Brunswick: Transaction Books.

Lebenslauf der Autorin

CAROLIN JANSEN

Persönliche Daten

Geburtsdatum 22.08.1986
Geburtsort Oberhausen

Bildungsweg

2013-2018 Doktorandin der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau
2006-2011 Studentin der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau
Studium der Diplom-Sozialwissenschaften
1997-2006 Schülerin des Heinrich-Heine-Gymnasiums, Bottrop
Allgemeine Hochschulreife/Abitur

Berufliche Stationen

seit 09/2017 Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Hochschule der Medien Stuttgart
(Fakultät Electronic Media, Studiengang Crossmedia Redaktion/Public Relations)

2012-2017 Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Universität Koblenz-Landau,
Campus Landau (Institut für Sozialwissenschaften, Abt. Politikwissenschaft)

2008-2011 Wissenschaftliche Hilfskraft der Universität Koblenz-Landau, Campus
Landau

12/2011 am Institut für Sozialwissenschaften, Abteilung Politikwissenschaft
(Prof. Dr. Jürgen Maier; Arbeitseinheit Politische Kommunikation)

05-10/2011 am Medienzentrum Landau (Dr. Ines Vogel)

02/2008-02/2009 im Forschungsprojekt zur wissenschaftlichen Begleitung der Bürgerbeteili-
gung im Rahmen der Kommunal- und Verwaltungsreform in Rheinland-
Pfalz (Prof. Dr. Ulrich Sarcinelli)

10-12/2010 Praktikantin des Deutschen Bundestags, Berlin

07-09/2010 Hospitantin des Westdeutschen Rundfunks, Düsseldorf

10/2008-06/2010 Praktikantin und Freie Mitarbeiterin Funkhaus Pfalz, Landau

06-10/2006 Praktikantin und Freie Mitarbeiterin der NRW-Lokalradios, Gelsenkirchen

Publikationen

- Maier, J. & Jansen, C. (2018). Steigert die Rezeption von TV-Duellen das Vertrauen in die Spitzenkandidaten? Ein Vergleich von Fernsehdebatten auf Bundes- und Landesebene. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 28(1), 1-30.
- Jansen, C. & Glogger, I. (2017). Von Schachteln im Schaufenster, Kreisverkehren und (keiner) PKW-Maut: Kandidatenagenda, Strategien und ihre Effekte. In Faas, T., Maier, M. & Maier, J. (Hrsg.), *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013* (S. 31-58). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J. & Jansen, C. (2016). Zerstört Negative Campaigning in TV-Duellen das Vertrauen in die Kanzlerkandidaten? *Politische Psychologie* 5(1), 46-65.
- Maier, J. & Jansen, C. (2015). When Do Candidates Attack in Election Campaigns? Exploring the Determinants of Negative Candidate Messages in German Televised Debates. *Party Politics* 23(5), 549-559.
- Jansen, C. & Maier, J. (2012). Die Causa zu Guttenberg im Spiegel der Printmedien. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse zur Berichterstattung führender deutscher Tageszeitungen über den Plagiatskandal. *Zeitschrift für Politikberatung* 5(1), 3-12.
- Dokumentation von TV-Duellen auf Bundes- und Landesebene in Deutschland, veröffentlicht über *Working-Paper-Reihe des Forschungsschwerpunkts „KoMePol“* der Universität Koblenz-Landau. Verfügbar unter https://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/publikationen/working_paper_series (letzter Zugriff: 28.02.2018).

Vorträge

- Jansen, C. (2017). *Der Einfluss von TV-Duellen auf politisches Vertrauen*. Vortrag auf der Tagung „Talkshows und TV-Duelle der Konrad-Adenauer-Stiftung. Bad Honnef.
- Jansen, C. (2016). *Increasing Trust by Closing the Policy Distance Gap? Experimental Results of TV-Debates in Germany*. Vortrag auf der Jahrestagung der International Political Science Association (IPSA). Poznan.
- Maier, J. & Jansen, C. (2015). *Fernsehdebatten und politisches Vertrauen*. Vortrag auf der Science to Mayence-Tagung „Vertrauen in der politischen Kommunikation“. Mainz.
- Jansen, C. (2015). *Building Trust by TV Debates? Empirical Results from 2002 to 2013*. Vortrag auf der 9. General Conference des European Consortium for Political Research (ECPR). Montréal.
- Jansen, C. (2013). „Do they reflect the public interest?“ *Zum Agenda-Setting in deutschen TV-Debatten, 1997-2013*. Vortrag im Rahmen des 4. Workshops des Netzwerks Medienstrukturen. München.
- Jansen, C. & Maier, J. (2013). *Negativity in German Televised Debates, 1997-2012. A Content Analysis of Candidate Messages*. Vortrag im Rahmen des Workshops Going Dirty. Negative Campaigning in Elections and Referenda and Its Effects on Citizens' Attitudes and Behaviour der 41. Joint Sessions des European Consortium of Political Research (ECPR). Mainz.
- Jansen, C. & Maier, J. (2012). *Framing the Scandal. How the Press Covered the Plagiarism Scandal of the German Ministry of Defense*. Vortrag auf der 35. Jahrestagung der International Society of Political Psychology (ISPP). Chicago.
- Jansen, C. (2012). *Die Causa Guttenberg in den Printmedien*. Vortrag auf der 8. Nachwuchstagung des Düsseldorfer Forums Politische Kommunikation (DFPK). Düsseldorf.
- Maier, J. & Jansen, C. (2012). *Negativity in German Televised Debates, 1997-2009. A Content Analysis of Candidate Messages*. Vortrag auf der 4. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA). Istanbul.