

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Das Interesse am Wahlkampf	1
1.2. Wahlkampf im Umbruch?	4
1.3. Forschungsstand	8
1.4. Wahlkampf in der Demokratie	11
1.4.1. Demokratietheoretisches Ideal	13
1.4.2. Ziele und Mittel der Parteien	16
1.4.3. Konstante Prämissen	19
2. „Modernisierter“ Wahlkampf: Positionen	21
2.1. Die These von den „professionalisierten“ Wahlkämpfen	21
2.1.1. Begriffsklärung und Merkmale	21
2.1.2. Entpolitisierung und Legitimationsfrage	33
2.2. Nicht-wissenschaftliche Publizistik: Wie man einen Wahlkampf „professionalisiert“	36
2.3. Zusammenfassung	39
3. Die Akteure Medien und Wähler	41
3.1. Mediale Politikvermittlung	41
3.2. Der flexible Wähler	45
3.2.1. Die Heterogenität der Wählerschaft	45
3.2.2. Konvertierungseffekte	48
3.2.3. Mangelnde Bürgerkompetenz und Apathie?	50
4. Wahlkampfgestaltung in historischer Perspektive	53
4.1. Entwicklung der Rahmenbedingungen	54
4.1.1. Mediennutzung	54
4.1.2. Parteienfinanzierung	57
4.1.3. Parteiensystem	59
4.2. Vom Kanzlerwahlverein zur Wahlkampfmaschine: Die CDU	62
4.2.1. Parteientwicklung	62
4.2.2. Planung und Organisation der Wahlkämpfe	65

4.2.3. Themen, Ziele, Prämissen und Strategien im Wahlkampfverlauf	74
4.2.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	87
4.3. Durch Adaptation zum Wahlerfolg: Die SPD	98
4.3.1. Parteientwicklung	98
4.3.2. Planung und Organisation der Wahlkämpfe	101
4.3.3. Themen, Ziele, Prämissen und Strategien im Wahlkampfverlauf	108
4.3.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	118
4.4. Der „Pragmatismus der Macht“: Die FDP	126
4.4.1. Parteientwicklung	126
4.4.2. Planung und Organisation der Wahlkämpfe	129
4.4.3. Themen, Ziele, Prämissen und Strategien im Wahlkampfverlauf	132
4.4.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	139
4.5. Anti-Wahlkämpfer? Die Grünen im Wahlkampf 1986/87	144
4.5.1. Parteientwicklung	144
4.5.2. Planung und Organisation des Wahlkampfs	145
4.5.3. Themen, Ziele, Prämissen und Strategien im Wahlkampfverlauf	146
4.5.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	148
4.6. Wahlkampfgestaltung 1953 – 1987: unprofessionell?	149
5. Innovationen im Wahlkampf 2002	157
5.1. Ausgangslage	157
5.2. Mittel und Technologien	158
5.3. Professionalisierung, Provokation, Opportunismus: Konzeptionen	163
5.3.1. Die CDU/CSU	163
5.3.2. Die SPD	167
5.3.3. Die FDP	173
5.3.4. Bündnis 90 / Die Grünen	177
5.4. Themen und Inhalte	182
5.5. Zusammenfassung	188
6. Resümee	193
6.1. Kontinuitäten und neue Technologien	193
6.2. Selbstreflexivität und Flexibilisierung der Botschaften	197
6.3. Konsequenzen	202

Anhang	207
1. Verzeichnis der verwendeten Literatur und Quellen	208
1.1. Monographien und Aufsätze	208
1.2. Printmedien	233
1.2.1. Artikel aus Tages- und Wochenpresse	233
1.2.2. Interviews	239
1.3. Zitierte Quellen	239
1.3.1. Veröffentlichte Quellen	239
1.3.2. Unveröffentlichte Quellen	244
1.4. Elektronisch veröffentlichte Quellen und Medien	246
2. Verwendete Abkürzungen	248
3. Glossar	249
4. Experteninterviews	253