

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	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 Prämisse	19
<b>2. „Modernisierter“ Wahlkampf: Positionen</b>	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
<b>3. Die Akteure Medien und Wähler</b>	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
<b>4. Wahlkampfgestaltung in historischer Perspektive</b>	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, Prämisse und Strategien im Wahlkampfverlauf	74
4.2.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	87
<b>4.3. Durch Adaptation zum Wahlerfolg: Die SPD</b>	<b>98</b>
4.3.1. Parteientwicklung	98
4.3.2. Planung und Organisation der Wahlkämpfe	101
4.3.3. Themen, Ziele, Prämisse und Strategien im Wahlkampfverlauf	108
4.3.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	118
<b>4.4. Der „Pragmatismus der Macht“: Die FDP</b>	<b>126</b>
4.4.1. Parteientwicklung	126
4.4.2. Planung und Organisation der Wahlkämpfe	129
4.4.3. Themen, Ziele, Prämisse und Strategien im Wahlkampfverlauf	132
4.4.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	139
<b>4.5. Anti-Wahlkämpfer? Die Grünen im Wahlkampf 1986/87</b>	<b>144</b>
4.5.1. Parteientwicklung	144
4.5.2. Planung und Organisation des Wahlkampfs	145
4.5.3. Themen, Ziele, Prämisse und Strategien im Wahlkampfverlauf	146
4.5.4. Verwendete Wahlkampfinstrumente und -mittel	148
<b>4.6. Wahlkampfgestaltung 1953 – 1987: unprofessionell?</b>	<b>149</b>
<b>5. Innovationen im Wahlkampf 2002</b>	<b>157</b>
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
<b>6. Resümee</b>	<b>193</b>
6.1. Kontinuitäten und neue Technologien	193
6.2. Selbstreflexivität und Flexibilisierung der Botschaften	197
6.3. Konsequenzen	202

<b>Anhang</b>	207
<b>1. Verzeichnis der verwendeten Literatur und Quellen</b>	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
<b>2. Verwendete Abkürzungen</b>	248
<b>3. Glossar</b>	249
<b>4. Experteninterviews</b>	253