

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis.....	13
1. Einleitung	15
2. Grundlagen	19
2.1 Politik und Medien	19
2.1.1 Mediatisierung, Theatralisierung, Inszenierung.....	19
2.1.2 Politik auf Wählermärkten	21
2.1.3 Spannungsverhältnisse politischer Kommunikation	22
2.1.4 Medialer Einfluss und politische Nutzbarmachung	25
2.1.5 Gefahren der Mediendemokratie	30
2.2 Sonderfall Wahlkampf	31
2.2.1 Amerikanisierung, Modernisierung, Medialisierung	32
2.2.2 Wahlkommunikation und Politmarketing.....	35
2.2.3 Professionalisierung	36
2.2.4 Personalisierung.....	38
2.2.5 Themen- und Ereignismanagement.....	40
2.2.6 Ereignisinszenierung.....	42
2.3 Image	44
2.3.1 Begriffsbestimmung	44
2.3.2 Entstehung und Funktionen politischer Images	47
2.3.3 Inhalte politischer Images	51
2.3.4 Verbindung von Selbst- und Fremdbild	54

3. Annäherung an den Kandidaten Roland Koch.....	57
3.1 Persönliche und politische Vita Roland Kochs.....	57
3.2 Selbstbild Roland Kochs	61
3.3 Fremdbild Roland Kochs	64
4. Methode	69
4.1 Begründung des Untersuchungszeitraums	70
4.2 Begründung der Auswahl- und Analyseeinheiten	70
4.3 Begründung der Kategorien.....	72
4.4 Pretest	74
4.5 Forschungsfragen und Hypothesen.....	74
5. Ergebnisse, Hypothesenprüfung und Diskussion der Befunde.....	79
5.1 Strukturmerkmale der Medienberichterstattung.....	79
5.2 Image, Imagedimensionen und Imagewandel (Forschungsfragen 1, 2, 3, 4).....	91
5.3 Tendenziöse Berichterstattung (Forschungsfrage 5)	112
5.4 Amtsbonus (Forschungsfrage 6).....	127
5.5 Koch und die CDU (Forschungsfrage 7)	131
5.6 Themenkontakte und Urheber (Forschungsfrage 8, 9).....	133
6. Schlussbetrachtung	143
Bibliographie	147
Anhang.....	159
Abbildungen.....	159
Codebuch	168
Codebogen	184