

Wahlkämpfe.

Personen, Programme und Kommunikation

Themenreihe:
Bundestagswahl 2017

Landeszentrale für
politische Bildung /
Seminar Stuttgart

Stuttgart
21. Februar 2017



Fragen

1. Wie wirken **Massenmedien** im Wahlkampf?
Was macht einen guten **Wahlkampf** aus?
2. Welche Bedeutung haben **Plakate** und **Wahlprogramme**? Wie nehmen Wählerinnen und Wähler **TV-Duelle** wahr?

Diskussion: Ausblick auf die Bundestagswahl

Wie wirken Massenmedien im Wahlkampf? Was macht einen guten Wahlkampf aus?

eins

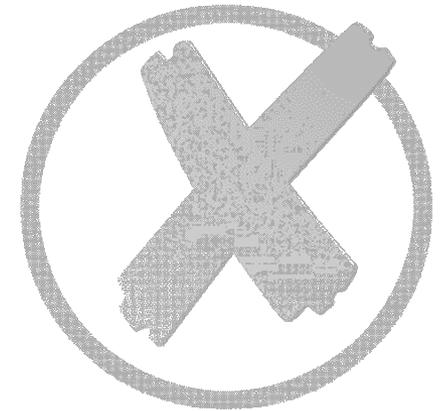


Wahlerfolg

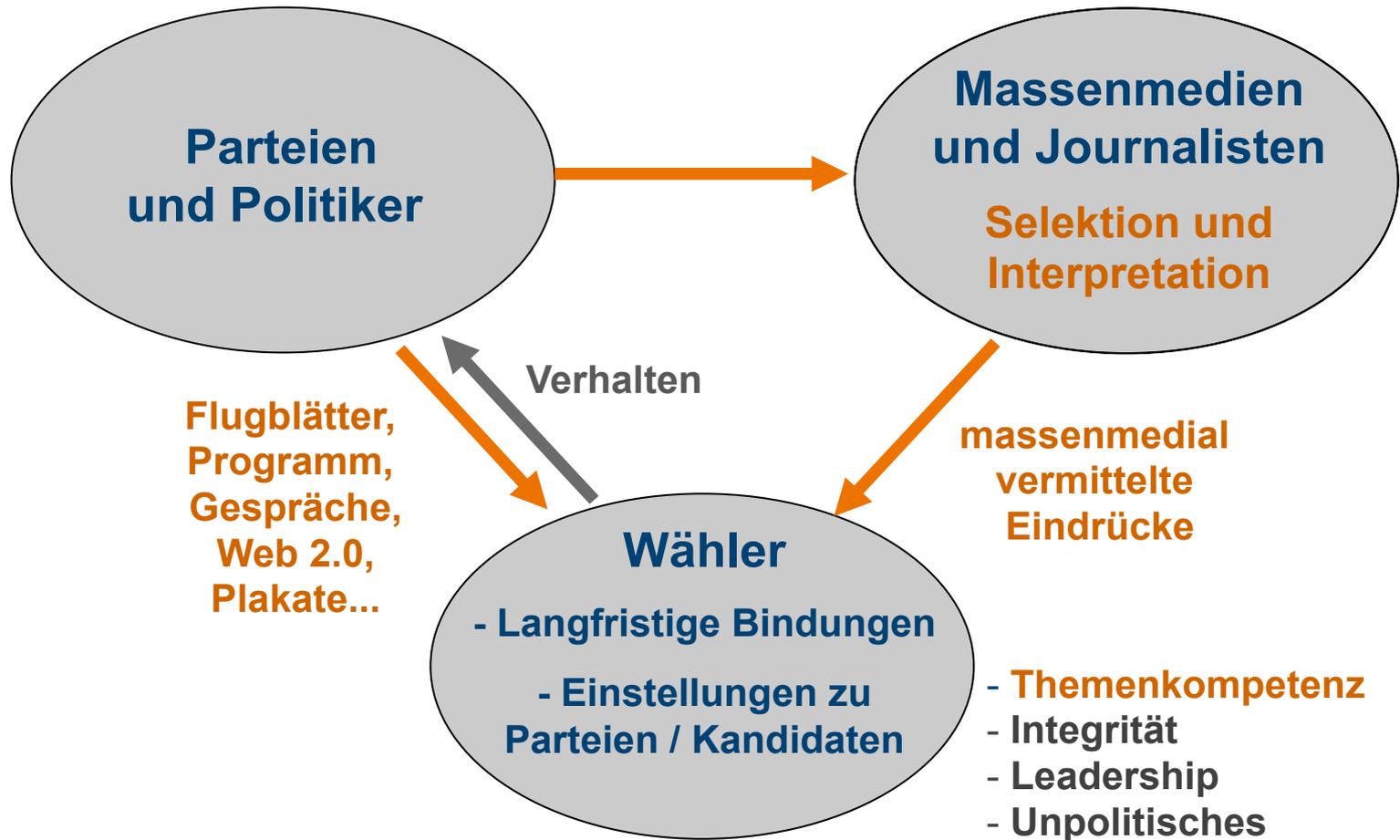
Der Wahlerfolg hängt ab von...

... der **Mobilisierung** der eigenen Anhänger

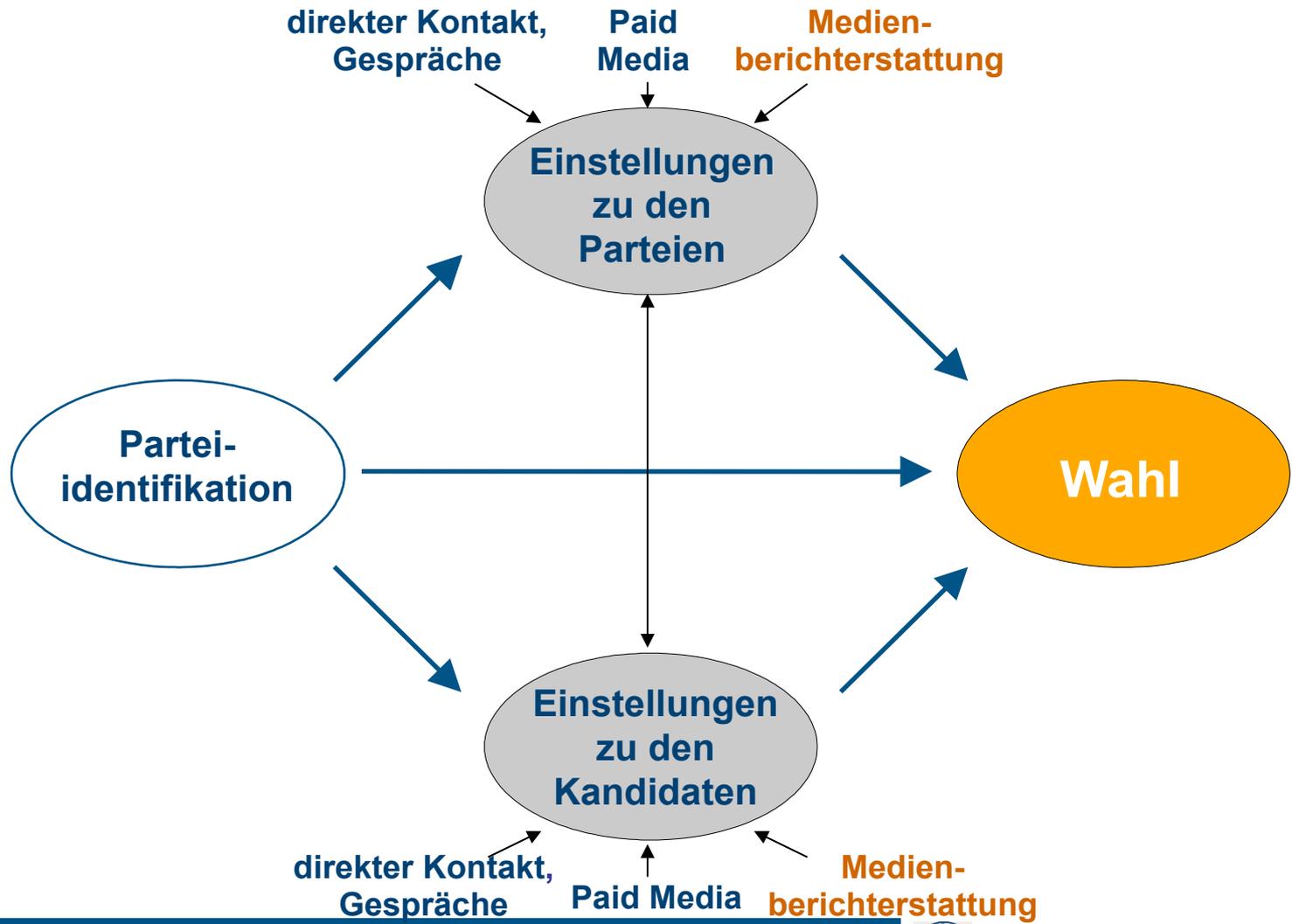
... der **Überzeugung** der unentschiedenen Wähler



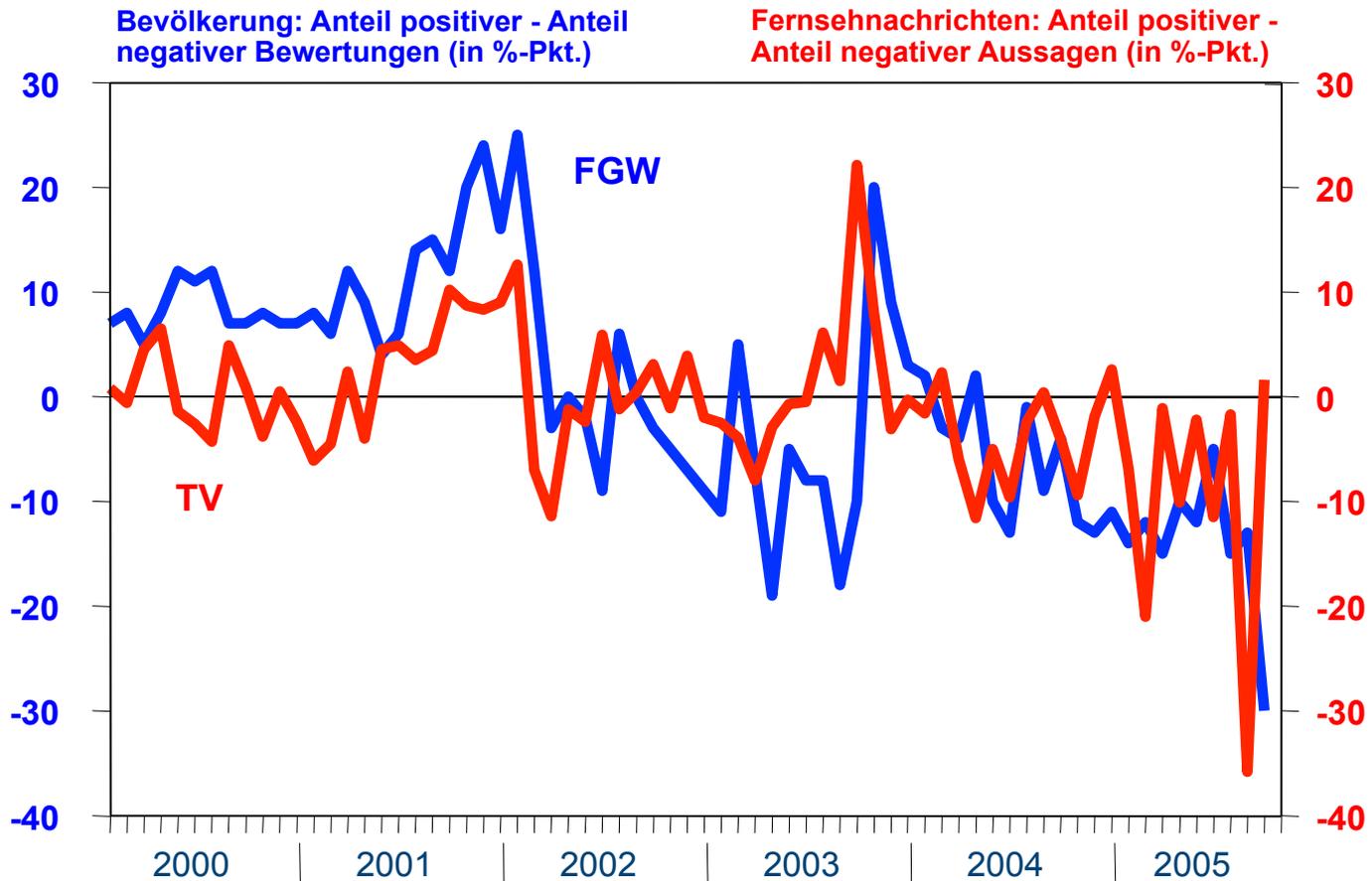
Kommunikation ist für den Wahlerfolg zentral



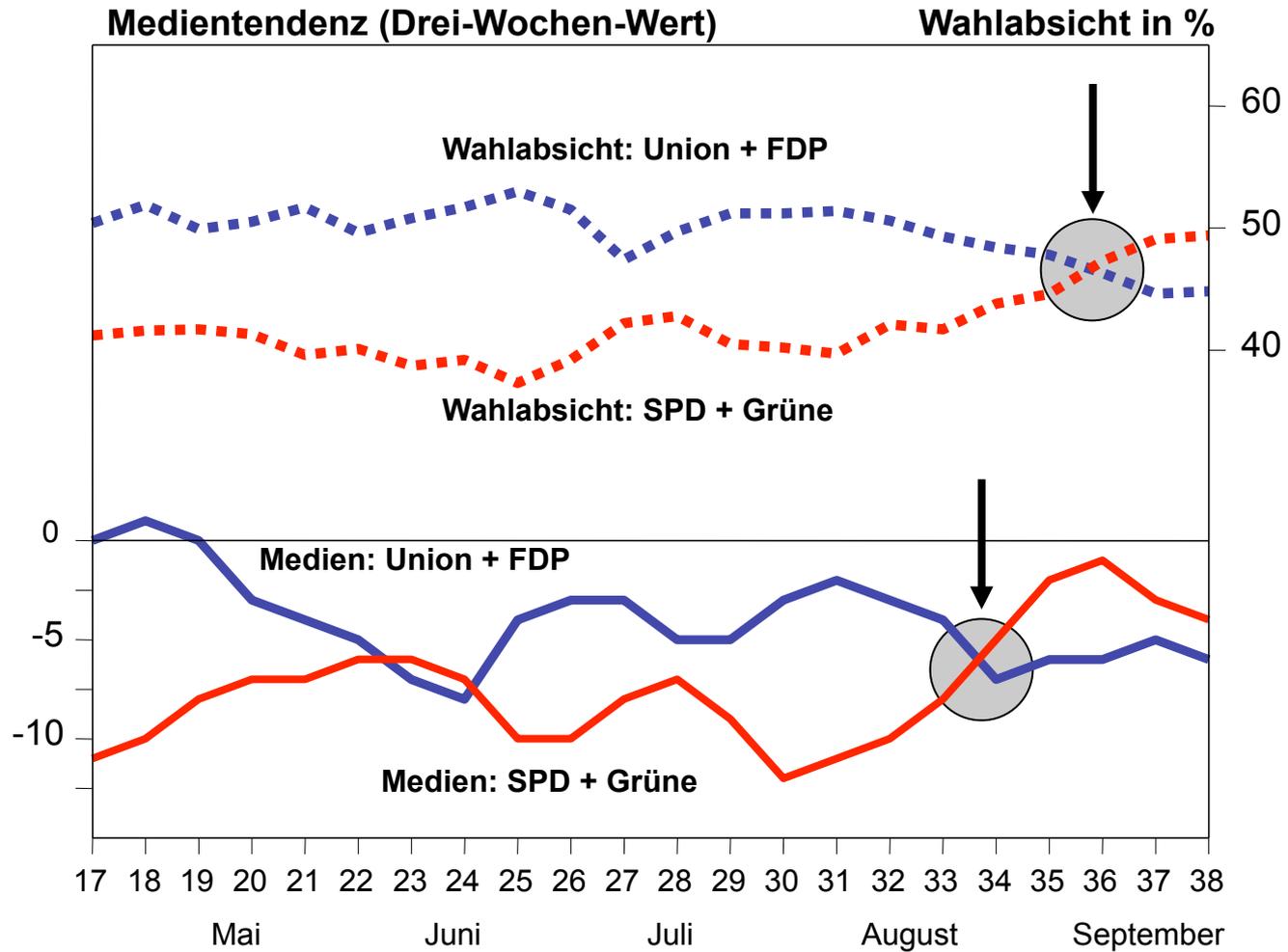
Gründe für den Wahlentscheid



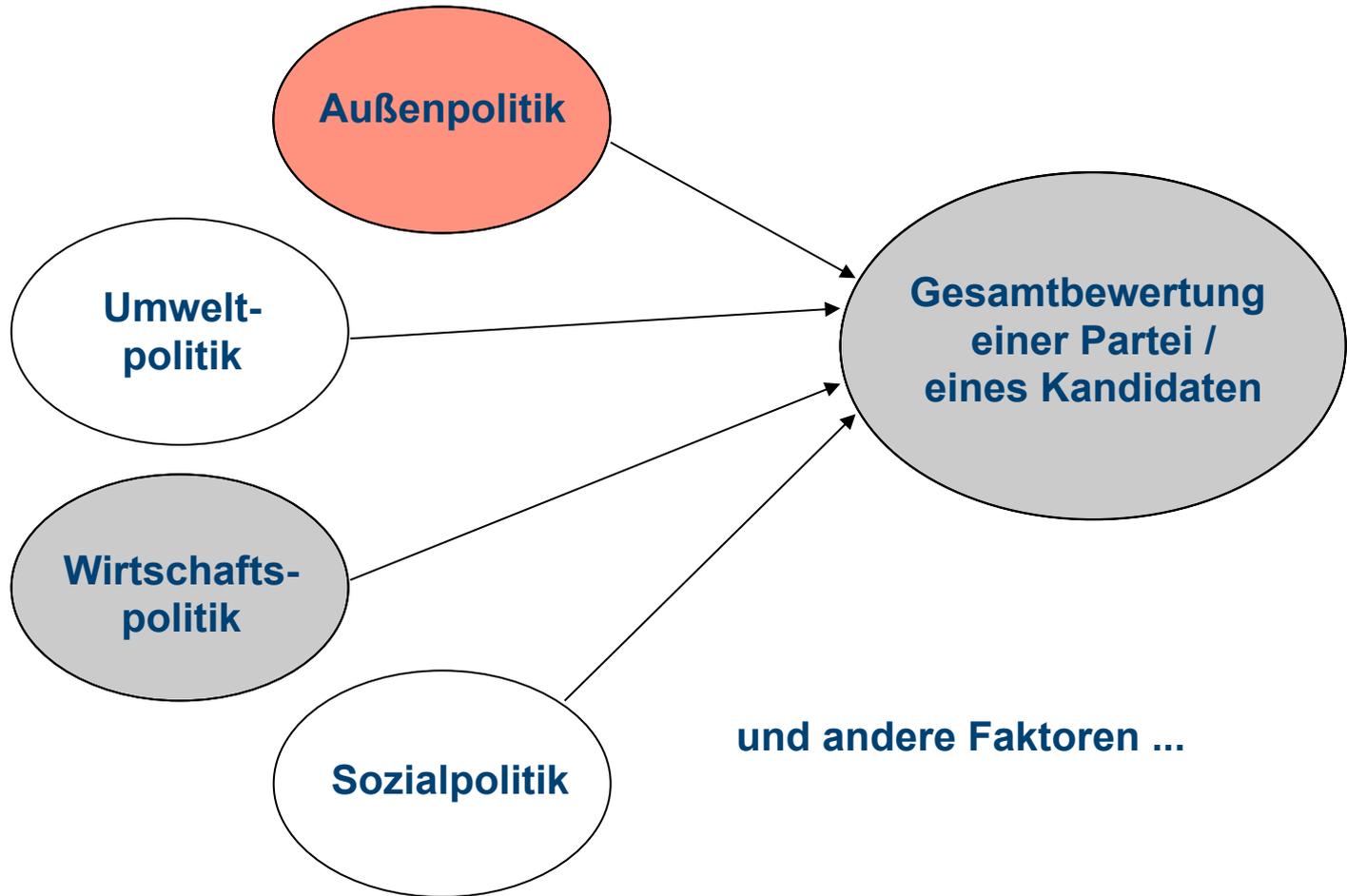
Bewertung von Edmund Stoiber 2002-2005



Medientendenz und Wahlabsicht vor der Bundestagswahl 2002



Warum Themen-Gewichtung wichtig ist...



Themenmanagement im Wahlkampf

Agenda-Setting

- ⇒ Platzieren von Themen, bei denen man als kompetent gilt
- ⇒ Platzieren von Themen, bei denen der Gegner als inkompetent gilt

Agenda-Cutting

- ⇒ Dethematisieren bei eigener Inkompetenz
- ⇒ Dethematisieren von Themen, bei denen der Gegner als kompetent gilt

Agenda-Surfing

- ⇒ Ausnutzen der vorhandenen Agenda

Bedeutung der Themen

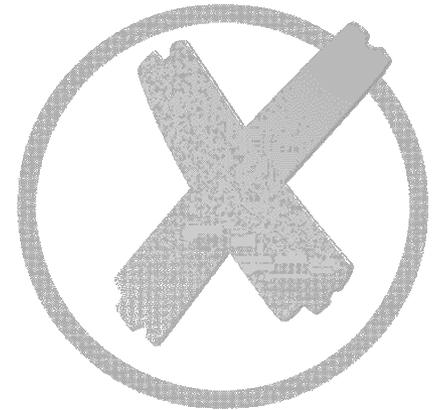
Parteien und Kandidaten werden in erster Linie unter **Themengesichtspunkten** bewertet.

+

Themen werden in erster Linie über die **Medienberichterstattung** transportiert.

↓

Themenmanagement ist eine zentrale Voraussetzung für den Wahlerfolg.

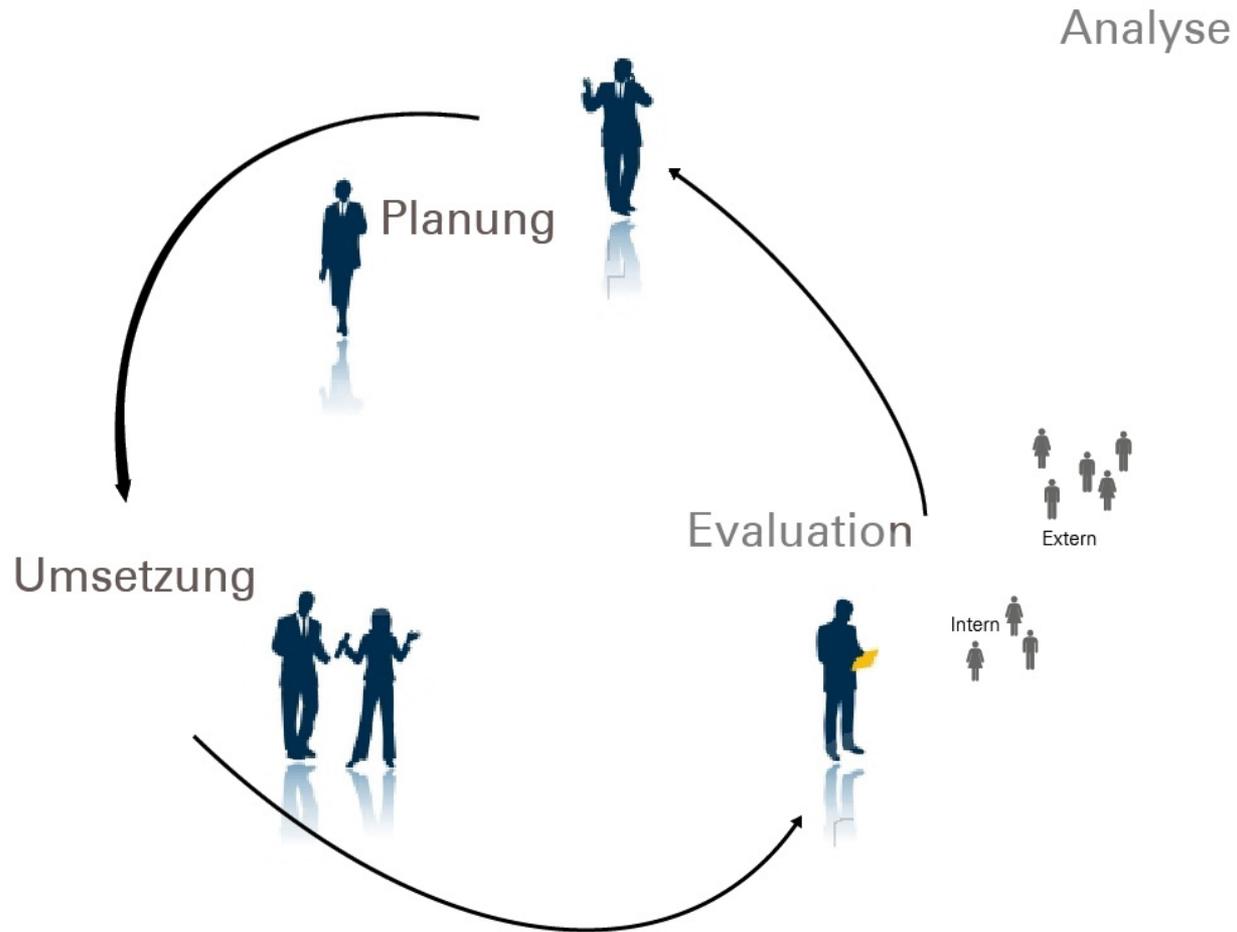


Themenmanagement:
Plakate und Programme

zwei.a



Phasen des Themenmanagement



Analyse

- Wie entwickeln sich unsere Themen?
- Welche neuen Themen tauchen auf?
- Wie sind die Wettbewerber aufgestellt?
- Welche Chance- und Risiko-Themen gibt es?

Identifizieren

Umsetzung



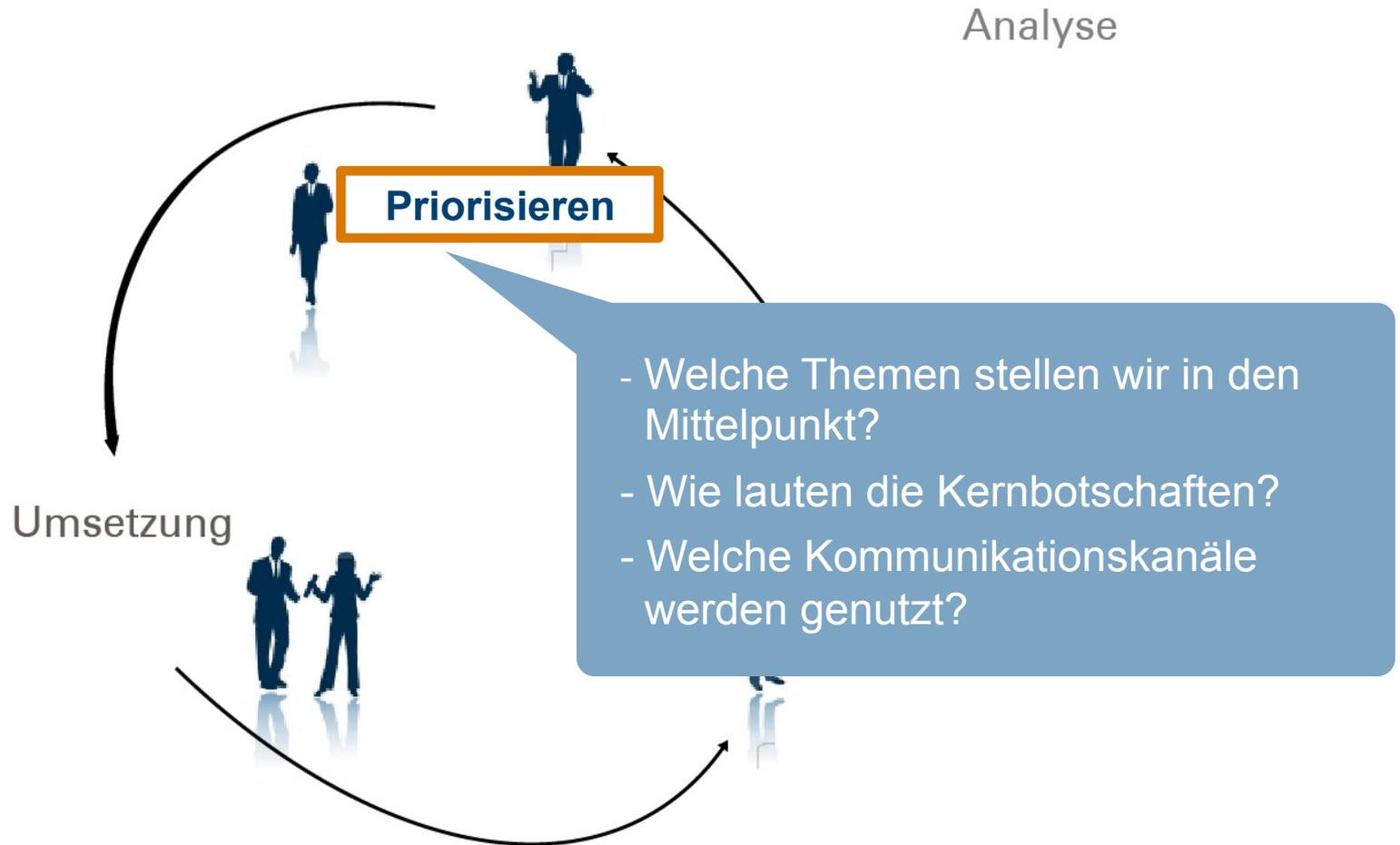
Evaluation

Intern



Extern





Erfolgsfaktoren

- einfach kommunizieren / Soundbites
- durchgängig kommunizieren (message control)
- immer auf Kernbotschaften beziehen
- Botschaften permanent wiederholen
- Botschaften visualisieren
- verständlich kommunizieren

Kommunizieren

Plakatanalysen mit Eyetracking

- Analyse von **Homepages** (Usability-Tests)
- Analyse von **Broschüren** sowie **Info-Mitteln**
- Analyse von **Plakaten** / Entscheidung zwischen **Plakatentwürfen**



Augenblicke



Bundestagswahl 2013: Programm-Schwerpunkte

Die vier umfangreichsten Themen in den Wahlprogrammen der Parteien.



1. Euro / Außenpolitik

2. Sozialpolitik

3. Umweltpolitik / Energiewende

4. Bildungspolitik



1. Sozialpolitik

2. Euro / Außenpolitik

3. Umweltpolitik / Energiewende

4. Wirtschaftspolitik



1. Sozialpolitik

2. Euro / Außenpolitik

3. Umweltpolitik / Energiewende

4. Wirtschaftspolitik



1. Euro / Außenpolitik

2. Sozialpolitik

3. Umweltpolitik / Energiewende

4. Rechtspolitik



1. Euro / Außenpolitik

2. Sozialpolitik

3. Umweltpolitik / Energiewende

4. Rechtspolitik

Wahlprogramm-Check 2013: Bundestagswahl

„Hohenheimer Verständlichkeitsindex“

0 (überhaupt nicht verständlich) bis 20 (maximal verständlich)

Lesbarkeitsformeln

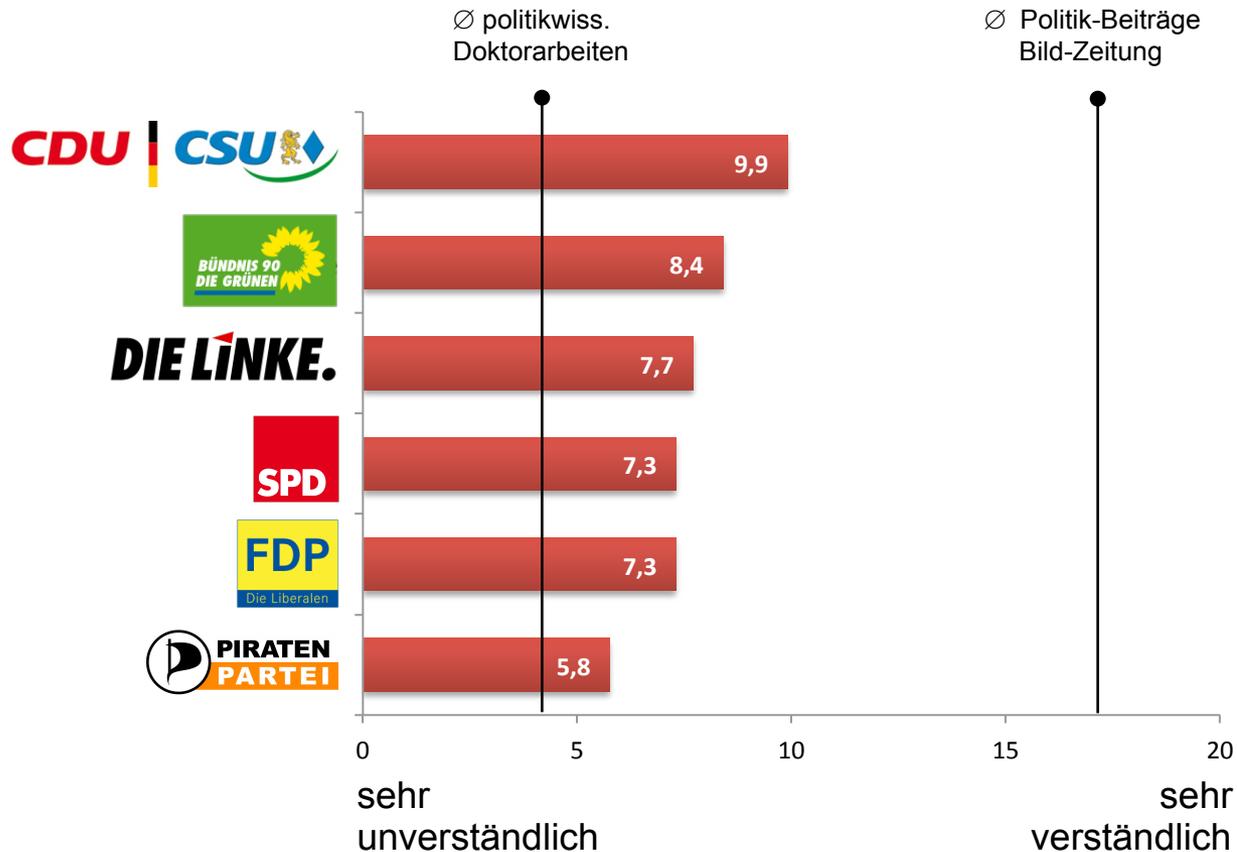
- Amstad-Formel
- 1. Wiener Sachtextformel
- SMOG-Index
- Lix Lesbarkeitsindex

Verständlichkeitsparameter

- durchschnittliche Satzlänge
- Anteil Sätze über 20 Wörter
- Anteil Schachtelsätze
- durchschnittliche Wortlänge
- Anteil Wörter mit mehr als sechs Zeichen
- ... und weitere Merkmale

Wahlprogramm-Check 2013: Bundestagswahl

Die formale Verständlichkeit der Programme zur Bundestagswahl



Beispiele

- „britische Stempelsteuer“ (SPD)
- „energetische Sanierung“ (Die GRÜNEN)
- „Agroenergie-Importe“ (Die Linke)
- „Abflachung des Mittelstandsbauches“ (CDU/CSU)

TV-Duell

zwei.b



TV-Duell: Studien-Design

Stuttgart: 120 Personen, Ravensburg: 80 Personen



Vorher-Befragung

- Kandidaten-Skalometer
- Kandidaten-Image
- Themenkompetenz
- Wahlpräferenz
- Duell-Erwartungen



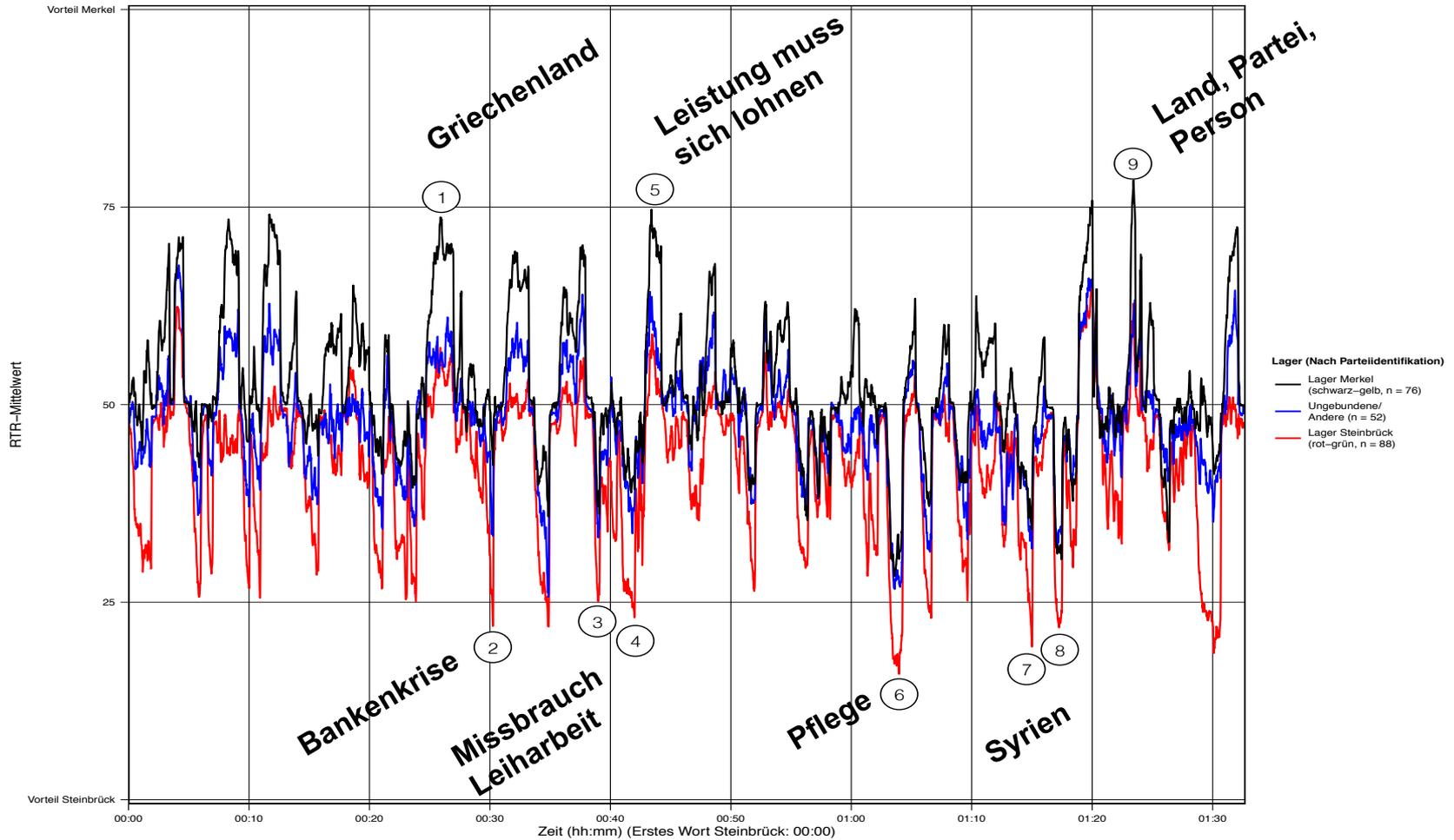
RTR-Messung



Nachher-Befragung

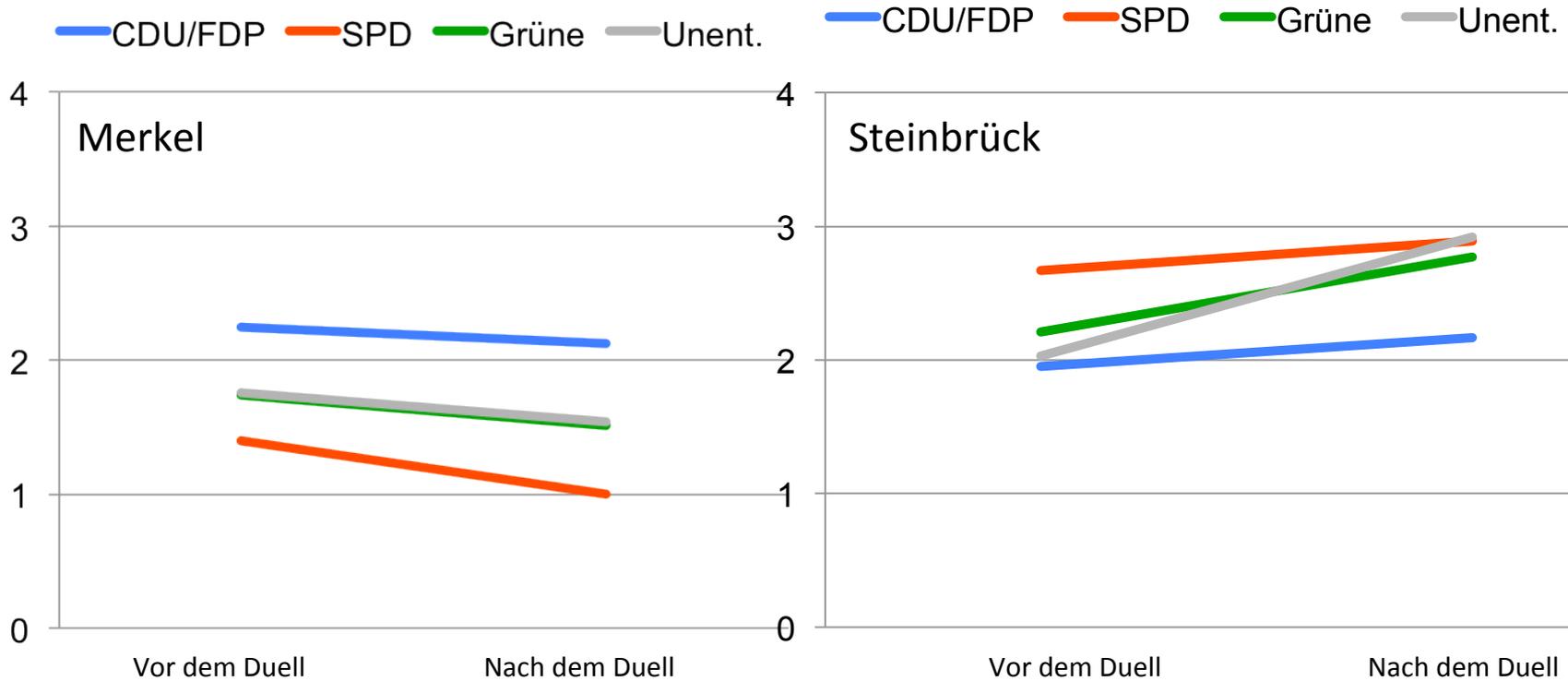
- Kandidaten-Skalometer
- Kandidaten-Image
- Themenkompetenz
- Wahlpräferenz
- Duell-Gewinner

Das TV-Duell vom 1.9.2013 in der Echtzeit-Messung

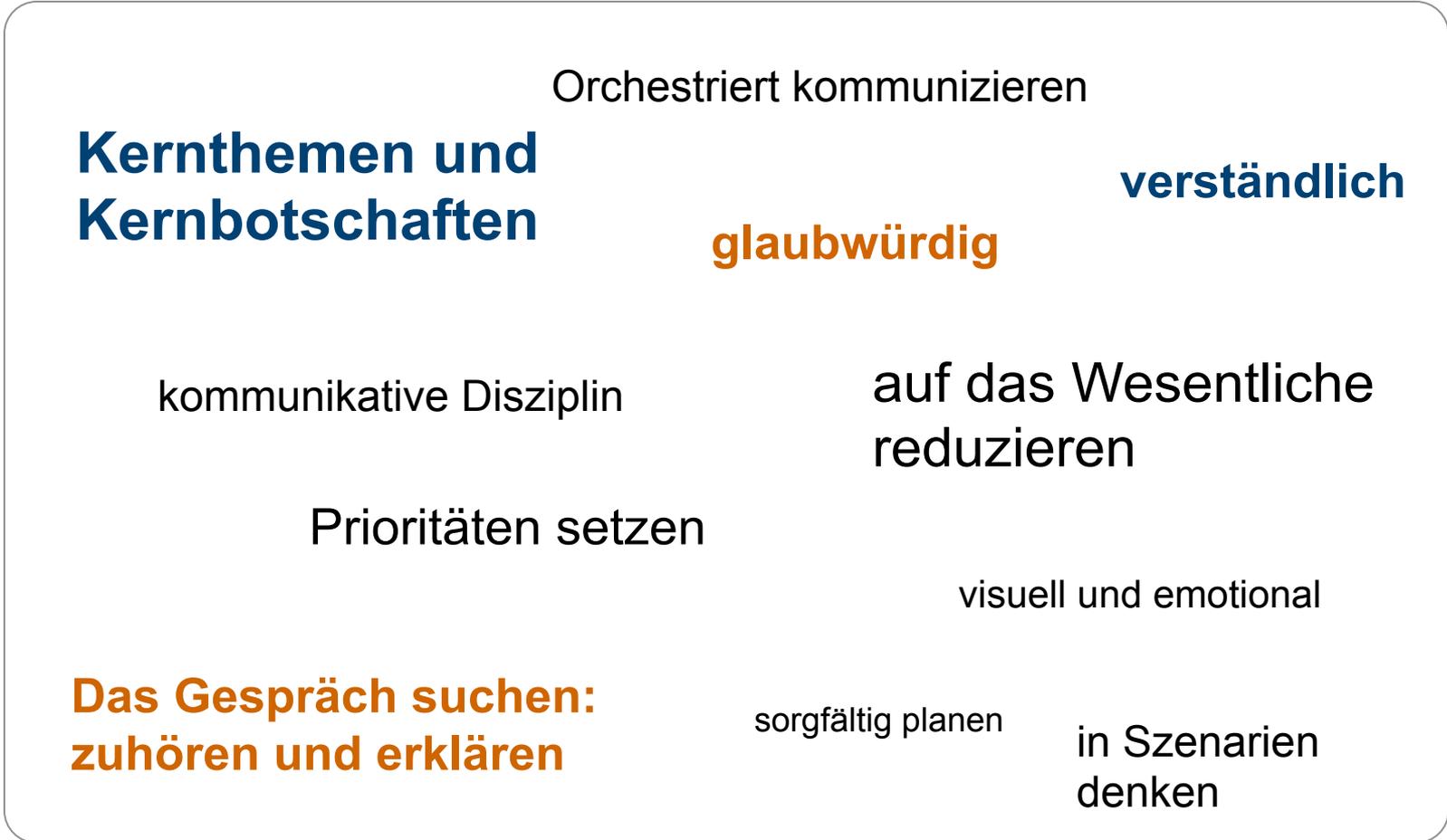


Gesundheitspolitik/Pflegeversicherung: Steinbrück deutlich vor Merkel

Frage: Bitte geben Sie an, wie Sie die Konzepte von Angela Merkel / Peer Steinbrück in den folgenden Politikfeldern bewerten. | 0 (sehr schlecht) bis 4 (sehr gut)



Erfolgsfaktoren für den Wahlkampf



Ansprechpartner Wahlkampfforschung

Prof. Dr. Frank Brettschneider

Universität Hohenheim
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft
Fruwirthstraße 46
70599 Stuttgart

Tel. 0711-459-24030

frank.brettschneider@uni-hohenheim.de
www.uni-hohenheim.de/komm/



- **Frank Brettschneider: Bundestagswahlkampf und Medienberichterstattung.** In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 2005, B51-52, S. 19-26.
Volltext unter: http://www1.bpb.de/publikationen/VDL87V,0,Bundestagswahlkampf_und_Medienberichterstattung.html
- **Frank Brettschneider: Massenmedien und Wahlkampf. Amerikanisierung, Kandidaten- oder Themenorientierungen?** In: *Der Bürger im Staat* 59, 2/2009, S. 103-111.
Volltext unter: http://www.buergerimstaat.de/2_09/bundestagswahl09.htm
- **Frank Brettschneider, Marko Bachl: Die Bundestagswahl 2009 und die Medien.** In: *Politische Studien* 428, 2009, S. 46-55.
Volltext unter: http://www.hss.de/uploads/tx_ddceventsbrowser/PS-428.pdf
- **Frank Brettschneider: Wahlkampf: Funktionen, Instrumente und Wirkungen.** In: *Der Bürger im Staat* 63, 3/2013, S. 190-198.
Volltext unter: http://www.buergerimstaat.de/3_13/bundestagswahl_2013.htm