

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung: Wahlkampf gleich Wahlkampf?	1
1.2	Fragestellung, Selbstverständnis und Aufbau der Arbeit	6
2	Theoretische Grundlagen I: Negative Campaigning	15
2.1	Begriffsklärung und Definition von Negative Campaigning	16
2.2	Ausmaß und Entwicklung von Negative Campaigning	20
2.3	Inhalte von Negative Campaigning	33
2.3.1	Befunde zu negativen Kampagneninhalten	34
2.3.2	Erklärungsansätze für (negative) Kampagneninhalte	44
2.3.3	Faktengehalt negativer Kampagneninhalte	52
2.4	Strategische Kalküle für den Einsatz von Negative Campaigning	56
2.4.1	Positionskalküle	57
2.4.2	Zielgruppenkalküle	61
2.4.3	Koalitionskalküle	65
2.4.4	Europäische Forschungsbilanz zum Einsatz von Negative Campaigning	67
2.5	Zusammenfassung der Negative Campaigning-Forschung	73
3	Theoretische Grundlagen II: Prinzipal-Agent-Beziehung	77
3.1	Prinzipal-Agent-Beziehung zwischen Wählern und Repräsentanten	78
3.1.1	Grundannahmen des Prinzipal-Agent-Ansatzes demokratischer Delegation	79
3.1.2	Die Informationsasymmetrie zuungunsten des Wählers	80

3.2	Das Sanktionsmodell der rationalen Wahl	83
3.2.1	Grundgedanke und zentrale Annahmen des Sanktionsmodells...	83
3.2.2	Das Informationsproblem des Wählers aus Sicht des Sanktionsmodells	85
3.2.3	Economic Voting als maßgeblicher Sanktionsmechanismus	87
3.2.4	Das Informationsproblem des Wählers aus Sicht des Economic Voting	89
3.3	Das Selektionsmodell der rationalen Wahl.....	92
3.3.1	Grundgedanke und zentrale Annahmen des Selektionsmodells..	92
3.3.2	Das Informationsproblem des Wählers aus Sicht des Selektionsmodells	95
3.4	Kritische Würdigung des Sanktions- und Selektionsmodells	96
3.4.1	Theorieverständnis rationaler Modelle	97
3.4.2	Kritik am Sanktions- und Selektionsmodell.....	98
3.4.3	Stärken des rationalen Ansatzes, des Sanktions- und Selektionsmodells	101
3.5	Zusammenfassung der Prinzipal-Agent-Perspektive	104
4	Hypothesen über ein rationales Negative Campaigning	107
4.1	Ein Prinzipal-Agent-Modell der rationalen Kampagnenplanung	108
4.2	Sanktions- vs. Selektions-Campaigning	111
4.3	Hypothesen über die Inhalte eines rationalen Negative Campaigning	113
4.4	Hypothesen über den Einsatz eines rationalen Negative Campaigning	117
4.4.1	Trendhypothese.....	117
4.4.2	Begründung des Hypothesensplit.....	118
4.4.3	Sanktionskalküle für den Einsatz von Negative Campaigning..	120
4.4.4	Selektionskalküle für den Einsatz von Negative Campaigning.	123
4.4.5	Differenzierte Sanktions- und Selektionshypothesen für den Einsatz von Negative Campaigning	124

4.5	Zusammenfassung des rationalen Negative Campaigning	129
5	Forschungsdesign und Methodik der Studie	131
5.1	Begründung des Untersuchungsdesigns	131
5.1.1	Fallauswahl auf der Makroebene	133
5.1.2	Fallauswahl auf der Mikroebene	135
5.1.3	Methodenwahl	136
5.1.4	Wahl der Untersuchungsmedien	137
5.2	Inhaltsanalyse der paid media.....	141
5.2.1	Materialakquise.....	142
5.2.2	Codierschema.....	146
5.2.3	Durchführung, Reliabilität und Validität	150
5.2.4	Charakteristika Datensatz I	154
5.3	Analyseverfahren.....	158
5.3.1	Spezifische Anforderungen an die Analyseleistung.....	158
5.3.2	Operationalisierung der abhängigen Variablen.....	163
5.3.3	Quellen und Operationalisierungen der unabhängigen Variablen.....	164
5.3.4	Charakteristika Datensatz II.....	174
5.4	Zusammenfassung der methodischen Vorgehensweise.....	176
6	Ergebnisse.....	179
6.1	Negative Campaigning in deutschen Landtagswahlkämpfen 1998-2013.....	180
6.2	Ergebnisse zu den Inhalten von Negative Campaigning	186
6.2.1	Issue- versus Trait-Attacken	187
6.2.2	Retrospektive versus prospektive Attacken	191
6.2.3	Regierungs- vs. oppositionsbezogene Attacken.....	193
6.2.4	Sanktions- und Selektionsbilanz der Negative Campaigning- Inhalte	196
6.3	Ergebnisse zu den Einsatzkalkülen für Negative Campaigning	198

6.3.1	Context matters: Varianz des Negative Campaigning zwischen Kampagnen und Wahlkontexten	198
6.3.2	Sanktions- und selektionsbasierte partei- und wahlspezifische Einflussfaktoren für den Einsatz von Negative Campaigning...	206
6.3.3	Überprüfung alternativer Einflussfaktoren und Einordnung in den europäischen Forschungsstand	218
6.4	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	225
7	Fazit.....	229
7.1	Zusammenfassung	229
7.2	Ausblick	234
8	Literaturverzeichnis.....	241
9	Anhang.....	259
	Codebuch der Inhaltsanalyse	259