

Inhaltsverzeichnis

1	Warum der Blick auf gesellschaftliche Wertorientierungen für die Wahlforschung lohnenswert erscheint – eine Einleitung	1
2	Determinanten des Wahlverhaltens: Von Cleavages zu gesellschaftlichen Wertorientierungen	17
2.1	Der Cleavage-Ansatz und die historischen Wurzeln des bundesdeutschen Parteiensystems	18
2.2	Cleavages und Wahlverhalten	35
2.3	Werte und Wertewandel	47
2.3.1	Werte, Wertorientierungen und Einstellungen	48
2.3.2	Wertewandel	54
2.3.3	Die Entstehung der Grünen als Produkt des Wertewandels	64
2.3.4	Das Michigan-Modell und die Wahlentscheidung	79
2.4	Gesellschaftliche Wertorientierungen	86
2.4.1	Gesellschaftliche Wertorientierungen: Eine analytische Annäherung	92
2.4.2	Links-Rechts-Materialismus	101
2.4.3	Religiös-Säkular	113
2.4.4	Postmaterialismus-Materialismus	123
2.4.5	Kosmopolitismus-Nationalismus	131
2.4.5.1	GAL-TAN, libertär-autoritär oder Integration-Abgrenzung – viele Ansätze, ein Ziel?	137
2.4.5.2	Kosmopolitismus – Kommunitarismus – Nationalismus	143

3	Forschungsdesign	159
3.1	Fallauswahl	160
3.2	Daten	168
3.2.1	Messung von Wertorientierungen	169
3.2.2	Datengrundlage	174
3.3	Operationalisierung	182
3.3.1	Abhängige Variablen: Wahlverhalten	183
3.3.2	Unabhängige Variablen: Gesellschaftliche Wertorientierungen	184
3.3.3	Kontrollvariablen: Soziodemographie	191
3.3.4	Ergänzende unabhängige Variablen/Mediatorvariablen: Michigan-Modell	194
3.4	Alternative Datenquellen	197
3.5	Analytische und methodische Vorgehensweise	204
4	Empirische Analyse gesellschaftlicher Wertorientierungen in der Bundesrepublik Deutschland von 2009 bis 2017	217
4.1	Gesellschaftliche Wertorientierungen im Zeitverlauf	219
4.1.1	Wähler, Nichtwähler und Wahlverhalten	220
4.1.2	Gesellschaftliche Wertorientierungen in der Bevölkerung im Wandel	222
4.1.3	Gesellschaftliche Wertorientierungen nach Parteiwählern	225
4.1.3.1	Links-Rechts-Materialismus nach Parteiwählern	226
4.1.3.2	Religiös-Säkular nach Parteiwählern	239
4.1.3.3	Postmaterialismus-Materialismus nach Parteiwählern	253
4.1.3.4	Kosmopolitismus-Nationalismus nach Parteiwählern	264
4.1.3.5	Zusammenfassende Betrachtung	277
4.1.4	Sozio-demographische Kontrollvariablen	279
4.1.5	Parteiidentifikation und Kandidatenorientierung	283
4.2	Bivariate Analyse der Zusammenhänge gesellschaftlicher Wertorientierungen	287
4.3	Effekte gesellschaftlicher Wertorientierungen auf das Wahlverhalten bei den Bundestagswahlen 2009 bis 2017	291
4.3.1	Wahlverhalten zu Gunsten der CDU/CSU	293

4.3.1.1	Bundestagswahl 2009	293
4.3.1.2	Bundestagswahl 2013	298
4.3.1.3	Bundestagswahl 2017	302
4.3.1.4	Zusammenfassung der CDU/CSU-Wahl 2009 bis 2017	307
4.3.2	Wahlverhalten zu Gunsten der SPD	310
4.3.2.1	Bundestagswahl 2009	310
4.3.2.2	Bundestagswahl 2013	314
4.3.2.3	Bundestagswahl 2017	319
4.3.2.4	Zusammenfassung der SPD-Wahl 2009 bis 2017	323
4.3.3	Wahlverhalten zu Gunsten der FDP	324
4.3.3.1	Bundestagswahl 2009	324
4.3.3.2	Bundestagswahl 2013	329
4.3.3.3	Bundestagswahl 2017	334
4.3.3.4	Zusammenfassung der FDP-Wahl 2009 bis 2017	338
4.3.4	Wahlverhalten zu Gunsten der Grünen	339
4.3.4.1	Bundestagswahl 2009	339
4.3.4.2	Bundestagswahl 2013	344
4.3.4.3	Bundestagswahl 2017	348
4.3.4.4	Zusammenfassung der Grünen-Wahl 2009 bis 2017	353
4.3.5	Wahlverhalten zu Gunsten der Linken	355
4.3.5.1	Bundestagswahl 2009	355
4.3.5.2	Bundestagswahl 2013	360
4.3.5.3	Bundestagswahl 2017	364
4.3.5.4	Zusammenfassung der Linken-Wahl 2009 bis 2017	368
4.3.6	Wahlverhalten zu Gunsten der AfD	370
4.3.6.1	Bundestagswahl 2013	370
4.3.6.2	Bundestagswahl 2017	374
4.3.6.3	Zusammenfassung der AfD-Wahl 2013 bis 2017	380
4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse der Analyse	381

5 Zusammenfassung und Fazit: Warum sich der Blick auf gesellschaftliche Wertorientierungen lohnt	397
5.1 Zusammenfassung und Diskussion	397
5.2 Methodische Reflexion	419
5.3 Praktische Schlussfolgerungen	424
5.4 Ausblick und Forschungsdesiderate	428
Literaturverzeichnis	433