

Inhalt

1. Marktbesuche: Bunte Auswahl	9
Die Orte der Begegnung	9
Die Metapher des Wochenmarktes	11
2. Wählermarkt: Dynamik der Unverbindlichkeit	17
Wahlrecht als Machtfrage	20
Politisch-kulturelle Einordnungen	22
Wählermärkte bei der Bundestagswahl 2021	24
Das Virus entschied den Ausgang der Bundestagswahl	28
Ohne Kanzlerbonus und ohne Wechselstimmung	31
Wahlkampf als Achterbahnfahrt und Umfragekampf	34
Eine Typologie der wählerischen Wähler	38
3. Entscheidungsmarkt: Unberechenbarkeit als Prinzip	53
Der Stoff des Politischen	58
Die Lageeinschätzung des Akteurs	63
Die Komplexität des Geschehens	66
Die Arenen des Politikmanagements	72
Der Gewissheitsschwund auf dem Entscheidungsmarkt	75
4. Parteien- und Koalitionsmarkt: Dominante politische Mitte	79
Bürgerliche Mitten: moderat, mittig, mittelmäßig	84
Die Bundestagswahl 2013: Ein halber Machtwechsel	89

Die Bundestagswahl 2017: Ein Plebiszit über die Flüchtlingspolitik	103
Machtwechsel-Typen in Deutschland	114
5. Medien- und Führungsmarkt: Doppelte Gesprächsstörungen	121
Legitimation durch Kommunikation	122
Die Zeitenwende-Rede des Bundeskanzlers	123
Politische Kommunikation in der Darstellungs- und Entscheidungspolitik	129
Politikmanagement und Kommunikation	133
Gestörte Resonanzbeziehungen	136
Umgang mit Nichtwissen und Wahrheitsmärkten	139
Früh-Digitalisierung als Pluralisierung von Öffentlichkeiten	141
Zwei Kommunikations- und Führungstypen	142
6. Erwartungsmarkt: Mehrheiten für Unpopuläres	153
Der Modus des Veränderns	158
Das Politikmanagement der Transformation	162
Die Agenten des Wandels	166
Die Resilienz als Ressource des Wandels	168
»Lost in Transformation«	169
7. Markteinkäufe: Pragmatische Sicherheitsdeutsche	179
Verdachtsbestimmter Wahlkalender	185
Soziale Infrastruktur und Zumutungsmut	196
Dank	199
Anmerkungen	201
Nachweis der Erstveröffentlichungen	211

Literatur	213
Personenregister	227
Sachregister	229