
Landtagswahlkämpfe

Marcel Lewandowsky

Landtagswahlkämpfe

Annäherung an eine Kampagnenform

Marcel Lewandowsky
Hamburg, Deutschland

Zugl. Dissertation an der Universität Bonn, 2012

Die Publikation dieser Arbeit wurde gefördert durch das Zentrum für Demokratieforschung der Leuphana Universität Lüneburg.

ISBN 978-3-658-01600-5

ISBN 978-3-658-01601-2 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-01601-2

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Für Raphael Biehl
und René Schnitzmeier.

Danksagung

Bei der vorliegenden Arbeit handelte es sich ursprünglich – im Frühjahr 2008 – um den Versuch, an den gängigen Professionalisierungsdiskurs der Wahlkampfforschung anzuschließen. Mit zunehmendem Untersuchungsgang wurde daraus eine Arbeit über ebendiesen Diskurs selbst, eingebettet in eine qualitative Untersuchung der Kampagnen von fünfzehn Landesparteien. Dass die Beschäftigung mit einem chamäleonhaften Gegenstand, der sich sowohl der Definition als auch der Operationalisierung zu entziehen scheint, für sich genommen bereits eine Schwierigkeit darstellt, wurde mir recht schnell klar. In Erinnerung geblieben ist mir die Bemerkung eines Historikers: Als ich ihn am Rande seines Vortrages an der LMU München kennen lernen durfte und von meinem Vorhaben berichtete, deutete ich an, dass es bislang noch keine vergleichende Studie zum Thema „Landtagswahlkämpfe“ gebe. Seine lakonische Antwort lautete: „Zu Recht.“ Inzwischen weiß ich, was er meinte. In der Tat war der Gang meines Projektes von Fallstricken, Hürden und Schlaglöchern gezeichnet, deren Beseitigung einiges an Kreativität und Geduld, aber auch fachlicher und persönlicher Unterstützung bedurfte. Mir liegt daran, hier nun einige Personen und Institutionen zu adressieren. Sie haben in ganz unterschiedlicher Art und Weise eine Menge zur Fertigstellung dieser Publikation beigetragen.

An erster Stelle möchte ich meinem Doktorvater Prof. Dr. Frank Decker danken, und zwar nicht nur für die intensive Betreuung meiner Arbeit, sondern auch für sein ehrliches Interesse an meinem Thema und seine kritische Offenheit gegenüber meinen Ideen. Es ist nicht selbstverständlich, ein so gutes Verhältnis zu seinem Doktorvater zu haben, und ich hoffe sehr, dass dies in Zukunft so bleiben wird. Dasselbe gilt für meinen Zweitgutachter Prof. Dr. Marcus Höreth, dem ich für seine kritische und hilfreiche Sicht auf meine Arbeit danke.

Mein Dank richtet sich ebenso an die Friedrich-Ebert-Stiftung, die mein Dissertationsprojekt mit einem Stipendium förderte. Die Mitarbeiter der Studienförderung, von denen ich besonders Frau Dr. Ursula Bitzegeio hervorheben möchte, haben meine Arbeit wohlwollend und konstruktiv begleitet.

Für die Förderung meiner Publikation bin ich der Leuphana Universität Lüneburg und dem Zentrum für Demokratieforschung zu großem Dank verpflichtet, den ich im Besonderen an Prof. Dr. Florian Grotz richten möchte.

Meiner Mutter schulde ich Dank für ihre Zuneigung und ihren unerschütterlichen Glauben an den Erfolg meines Vorhabens. Nicht zuletzt gab sie sich auch angesichts meiner schlechteren Phasen gelassen. Etwas von dieser Gelassenheit konnte auf mich abfärben.

Von unschätzbarem Wert war und ist die Unterstützung meiner lieben Freundin Dr. Jasmin Siri, deren kritische und leidenschaftliche Einwürfe mir halfen, Zugang zu meinem Thema und Freude an meiner Arbeit zu finden. Ihr soziologischer Blickwinkel erwies sich als äußerst inspirierend. Ähnliches gilt auch für den Kreis meiner Kolleginnen und Kollegen am Institut für Politische Wissenschaft und Soziologie der Universität Bonn, die sich mehr als einmal bereit erklärten, meine Überlegungen kritisch zu diskutieren. Nennen möchte ich Sandra Fischer, Marcel Solar, Jared Sonnicksen und Stefan Thierse. Zu großem Dank verpflichtet bin ich auch der Sekretärin der Professur, Frau Gabriele von Hagen. Ich bin überzeugt, dass der morgendliche Kaffee bei ihr und meine Motivation bei der Fertigstellung der Arbeit in einem Zusammenhang stehen.

Eine Arbeit, die am Organisationskorpus von Landesparteien ansetzt, bringt es mit sich, dass man auf viele Kontakte, Fürsprecher und Unterstützer angewiesen ist. Das ist kein leichtes Unterfangen. Umso mehr möchte ich den unzähligen Menschen danken, die sich für mich einsetzten, mir Gesprächspartner vermittelten und mehr als einmal ein gutes Wort für mich einlegten. Die Anonymisierung der Interviews führt leider dazu, dass ich viele, die es verdient hätten, nicht namentlich nennen kann. Stellvertretend danken möchte ich jedoch Prof. Dr. Volker Kronenberg und Stephan Masseling, ohne deren Hilfe einige Kontakte – und damit große Teile meiner Arbeit – gar nicht erst zustande gekommen wären.

Es waren jedoch vor allem meine engen Freunde, deren Gehör und Rat mir zuweilen half, den langen Atem, der für ein solches Projekt notwendig ist, nicht zu verlieren. Namentlich nennen möchte ich zuvorderst Bernadette Sophie Mäker, deren liebevolle Unterstützung mir ein wichtiger Halt war, zudem Christian Reinhold, Dominik Rudolf, Rafael Struwe und Denise Undorf. Besonders hervorheben will ich Raphael Biehl und René Schnitzmeier, denen dieses Buch gewidmet ist.

Marcel Lewandowsky
Hamburg, 11. April 2013

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	13
2	Wahlkampf als Forschungsfeld: Gegenstand, Probleme, Diskurse.....	17
2.1	Gegenstand und Zugänge der Forschung.....	18
2.1.1	Parteien und Kandidaten im Wahlkampf.....	21
2.1.2	Wahlsoziologie.....	25
2.1.3	Massenmediale Kommunikation.....	26
2.2	Richtungen der Wahlkampfforschung.....	28
2.3	Wahlkampfforschung und Professionalisierungsdiskurs.....	30
2.4	Landtagswahlkämpfe als Forschungsdesiderat.....	35
3	Dimensionen von Landtagswahlkämpfen.....	39
3.1	Ein parteienzentriertes Wahlkampfmodell.....	39
3.2	Umweltfaktoren und ihre Deutung durch die Parteien.....	41
3.3	Parteiensysteme und politische Kultur auf Landesebene.....	51
3.4	Wahlkampfstrategien unter der Voraussetzung der Unsicherheit.....	55
3.5	Wahlkampforganisation.....	61
3.5.1	Parteien und ihre Handlungsziele.....	61
3.5.2	Zeitgenössische Parteientypologien.....	65
3.5.3	Parteiorganisationen auf Landesebene.....	69
3.5.4	Wahlkampfzentralen auf Landesebene.....	73
3.6	Programmatik.....	78
3.6.1	Bedeutung der Bundespolitik.....	79
3.6.2	Negativwahlkampf.....	84
3.7	Instrumente.....	85
3.7.1	Zeitgenössische Instrumente der Wahlkampfführung.....	86
3.7.2	Online-Wahlkampf.....	88
4	Darlegung der gegenstandsorientierten Untersuchung.....	93
4.1	Konstruktion eines Analyserasters.....	94
4.2	Auswahl des Materials und Erhebung der Daten.....	97

4.2.1	Experteninterviews	100
4.2.2	Mediale Daten.....	105
5	Auswahl der Fallbeispiele: Drei Landtagswahlen.....	111
5.1	Nordrhein-Westfalen 2010.....	112
5.1.1	Strukturelle Faktoren	112
5.1.2	Situative Faktoren.....	121
5.2	Sachsen-Anhalt 2011	125
5.2.1	Strukturelle Faktoren	125
5.2.2	Situative Faktoren.....	131
5.3	Baden-Württemberg 2011.....	135
5.3.1	Strukturelle Faktoren	135
5.3.2	Situative Faktoren.....	144
6	Organisation von Landtagswahlkämpfen.....	149
6.1	Zusammensetzung und Struktur	150
6.1.1	CDU.....	150
6.1.2	SPD.....	151
6.1.3	Bündnis 90/Die Grünen	154
6.1.4	FDP.....	155
6.1.5	DIE LINKE.....	157
6.2	Externe Akteure.....	158
6.2.1	CDU.....	159
6.2.2	SPD.....	160
6.2.3	Bündnis 90/Die Grünen	161
6.2.4	FDP.....	162
6.2.5	DIE LINKE.....	163
6.3	Beteiligung der Landespartei	164
6.3.1	CDU.....	164
6.3.2	SPD.....	166
6.3.3	Bündnis 90/Die Grünen	168
6.3.4	FDP.....	169
6.3.5	DIE LINKE.....	170
6.4	Landes- und Bundespartei.....	173
6.4.1	CDU.....	173
6.4.2	SPD.....	174
6.4.3	Bündnis 90/Die Grünen	177
6.4.4	FDP.....	178
6.4.5	DIE LINKE.....	180

7	Programmatik in Landtagswahlkämpfen.....	183
7.1	Themenstrategie.....	184
7.1.1	CDU.....	184
7.1.2	SPD.....	188
7.1.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	190
7.1.4	FDP.....	193
7.1.5	DIE LINKE.....	195
7.2	Bedeutung der Bundespolitik.....	198
7.2.1	CDU.....	198
7.2.2	SPD.....	201
7.2.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	203
7.2.4	FDP.....	206
7.2.5	DIE LINKE.....	209
7.3	Negativwahlkampf.....	212
7.3.1	CDU.....	213
7.3.2	SPD.....	215
7.3.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	219
7.3.4	FDP.....	222
7.3.5	DIE LINKE.....	225
8	Instrumente in Landtagswahlkämpfen.....	229
8.1	Erfassung und Ansprache der Zielgruppen.....	230
8.1.1	CDU.....	230
8.1.2	SPD.....	235
8.1.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	239
8.1.4	FDP.....	242
8.1.5	DIE LINKE.....	246
8.2	Online-Wahlkampf.....	250
8.2.1	CDU.....	251
8.2.2	SPD.....	253
8.2.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	255
8.2.4	FDP.....	258
8.2.5	DIE LINKE.....	259
8.3	Gegnerbeobachtung.....	261
8.3.1	CDU.....	262
8.3.2	SPD.....	262
8.3.3	Bündnis 90/Die Grünen.....	263
8.3.4	FDP.....	265
8.3.5	DIE LINKE.....	266

9	Landtagswahlkämpfe: Versuch einer Typisierung.....	269
9.1	Organisation.....	270
9.1.1	Zentralistisches Modell.....	272
9.1.2	Inklusives Modell	274
9.1.3	Externe Akteure	276
9.1.4	Wahlkampforganisation und Bundespartei.....	278
9.2	Programmatik	281
9.2.1	Themenstrategien der Regierungsparteien auf Landesebene	282
9.2.2	Themenstrategien der Oppositionsparteien auf Landesebene	283
9.2.3	Begründungen von Themenstrategien.....	284
9.2.4	Bedeutung der Bundespolitik.....	286
9.2.5	Negativwahlkampf.....	294
9.3	Instrumente	298
9.3.1	Erfassung und Ansprache der Zielgruppen.....	298
9.3.2	Bedeutung des Online-Wahlkampfes in den Kampagnen.....	302
9.3.3	Gegnerbeobachtung	304
9.4	Professionalisierung und Strategien in Landtagswahlkämpfen.....	306
9.4.1	Professionalisierung.....	306
9.4.2	Strategie	308
10	Schlussbetrachtung.....	317
	Literatur	329