

Jens Tenscher (Hrsg.)

Superwahljahr 2009

Vergleichende Analysen
aus Anlass der Wahlen
zum Deutschen Bundestag und
zum Europäischen Parlament



BUNDESTAG GRUNDGESETZ POLITISCHES SYSTEM EUROPÄISCHES PARLAMENT
WAHLEN VERFASSUNG INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN POLITISCHES SYSTEM
DIE PARTEIEN INSTITUTIONEN POLITISCHE KULTUR POLITISCHE ELITEN
PARLAMENTARISMUS DEMOKRATIE MACHT REGIERUNG VERWALTUNG FÖDERALISMUS
POLITISCHE SOZIOLOGIE GLOBALISIERUNG POLITISCHE KOMMUNIKATION

Jens Tenscher (Hrsg.)

Superwahljahr 2009

Jens Tenschler (Hrsg.)

Superwahljahr 2009

Vergleichende Analysen
aus Anlass der Wahlen
zum Deutschen Bundestag und
zum Europäischen Parlament



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

1. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011

Lektorat: Frank Schindler

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, 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.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Umschlagbild: Verena Metzger

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-17139-5

Inhalt

Jens Tenscher

(K)eine wie die andere?

Zur vergleichenden Analyse der Europa- und Bundestagswahlen 2009 7

Parteien, Kandidaten und Kampagnen

Sandra Brunsbach, Stefanie John, Andrea Volkens & Annika Werner

Wahlprogramme im Vergleich 41

Jens Tenscher

Defizitär – und trotzdem professionell?

Die Parteienkampagnen im Vergleich 65

Uta Rußmann

Webkampagnen im Vergleich 97

Heiko Giebler & Andreas M. Wüst

Individuelle Wahlkämpfe bei der Europawahl 2009:

Länderübergreifende und ebenenspezifische Befunde 121

Medienangebote und Medieninhalte

Jürgen Wilke, Christian Schäfer & Melanie Leidecker

Mit kleinen Schritten aus dem Schatten:

Haupt- und Nebenwahlkämpfe in Tageszeitungen am Beispiel

der Bundestags- und Europawahlen 1979-2009 155

Hajo G. Boomgarden, Claes H. de Vreese & Holli A. Semetko

„Hast‘ es nicht gesehen?!“

Haupt- und Nebenwahlkämpfe in deutschen Fernsehnachrichten 181

Andreas Dörner & Ludgera Vogt

Wahlkampf auf dem Boulevard:

Personality-Talkshows, Personalisierung und Prominenzkapital

zwischen Haupt- und Nebenwahl..... 199

Christoph Bieber & Christian Schwöbel

Politische Online-Kommunikation im Spannungsfeld

zwischen Europa- und Bundestagswahl..... 223

Resonanzen und Wirkungen der Kampagnen

Marko Bachl & Frank Brettschneider

Wahlkämpfe in Krisenzeiten:

Ein Vergleich der Medien- und der Bevölkerungsgenda

vor den Europa- und Bundestagswahlen 2009 247

Bertram Scheufele

Effekte von Medien-Framing und Medien-Priming

bei Haupt- und Nebenwahlen: Theoretische Ansätze, empirische Befunde

und konzeptionelle Überlegungen..... 269

Harald Schoen & Rebecca Teusch

Verschiedene Ebenen, verschiedene Wirkungen?

Eine vergleichende Analyse von Wirkungen der Europa-

und Bundestagswahlkampagnen 2009 289

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren..... 313

(K)eine wie die andere?

Zur vergleichenden Analyse der Europa- und Bundestagswahlen 2009

Jens Tenscher

1 Einleitung: das Superwahljahr 2009

Der Wahlkalender des Jahres 2009 ähnelte in frappierender Weise dem des „Superwahljahres“ 1994 (vgl. Bürklin/Roth 1994: 330): Zum zweiten Mal in der Geschichte Deutschlands fanden innerhalb eines Jahres die Bundespräsidentenwahl (23. Mai 2009), die Wahlen zum Europäischen Parlament (7. Juni 2009) und die Bundestagswahlen statt (27. September 2009). Hinzu kamen sechs Landtagswahlen: In Thüringen, Sachsen und im Saarland wurde vier Wochen vor, in Brandenburg und Schleswig-Holstein zusammen mit der Bundestagswahl über die neue Zusammensetzung der Landesparlamente abgestimmt.¹ Der Wahlmarathon wurde schließlich durch acht Kommunalwahlen ergänzt, von denen sieben am Tag der Europawahl² und eine am Tag der Bundestagswahl (Nordrhein-Westfalen) abgehalten wurden. Innerhalb von nur knapp vier Monaten, von Juni bis September 2009, mussten sich also die Abgeordneten und Kandidaten³ der nationalen und supranationalen Volksvertretung, von rund einem Drittel der deutschen Landtage, sowie in den Kommunen der Hälfte aller Bundesländer ihrer (Wieder-)Wahl stellen. Diese in ihrer zeitlichen Dichtheit

-
- 1 Die hessische Landtagswahl fand am 18. Januar 2009 statt. Sie war nötig geworden, nachdem im Anschluss an die Wahl ein Jahr zuvor die von der hessischen Landesvorsitzenden und Spitzenkandidaten Andrea Ypsilanti forcierten Versuche einer von der Linkspartei tolerierten Minderheitsregierung aus SPD und Bündnis 90/Die Grünen gescheitert waren. Schon zu Beginn des Wahljahres 2009 stand so die innerparteiliche Geschlossenheit der Sozialdemokraten, die Führungsstärke der Parteioberen und deren Ankündigung, im Bund nicht mit der Linkspartei koalieren zu wollen, im Fokus parteipolitischer Auseinandersetzungen. Diese intensivierten sich im Verlauf des Bundestagswahlkampfes, in dem diese und andere Koalitionsspekulationen eine so hohe Bedeutung wie selten zuvor zukam (vgl. Korte 2010: 13).
 - 2 Gewählt wurde in Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz, dem Saarland, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen.
 - 3 Allein aus Gründen des Leseflusses wird im Folgenden auf die Verwendung geschlechtsneutraler Begrifflichkeiten bei Bezügen auf Personengruppen verzichtet. Entsprechende Aussagen beziehen sich grundsätzlich auf weibliche und männliche Akteure.

äußerst seltene Häufung von Wahlen auf unterschiedlichen politischen Ebenen stellte die Parteien vor besondere Herausforderungen. Immerhin mussten in einzelnen Regionen bis zu vier Wahlkämpfe entweder zeitgleich oder in dichter Abfolge geplant, koordiniert, ausgeführt und möglichst zu einem in sich stimmigen Gesamtbild zusammengefügt werden (vgl. u.a. Steg 2010). Darüber hinaus galt es, die Parteimitglieder an der Basis für die Unterstützung eines langwierigen Etappen-Wahlkampfes zu mobilisieren, der teilweise in die Sommerferien fallen würde und dessen Finale mit der Bundestagswahl gleichzeitig den Höhepunkt darstellte. Die Europawahl war für die meisten Parteien auf dieser Langstrecke nicht mehr als eine „Zwischenstation“ (Niedermayer 2009a: 716), von dem eine Signalwirkung für die politischen Protagonisten selbst, für Journalisten, Bürger und Wähler erwartet wurde (vgl. auch Holtz-Bacha/Leidenberger 2010: 38).

Wie die Parteien standen die Medien(vertreter) 2009 vor der großen Herausforderung, in zeitlich dichter Abfolge für unterschiedliche Wahlkämpfe und Wahlen Aufmerksamkeit generieren und über Wahlspezifika informieren zu müssen. Zugleich ging es darum, einen monatelangen Spannungsbogen aufrecht zu erhalten, der sich bis zur Bundestagswahl tragen würde. Im Nachhinein betrachtet, gelang ihnen das nur selten (vgl. Bruns 2010).

Schlussendlich sahen sich aber auch die Bürger und Wähler im Jahr 2009 mit einer ganzen Reihe an unterschiedlichen und – aus ihrer Sicht – unterschiedlich wichtigen Wahlen konfrontiert (vgl. grundlegend Reif/Schmitt 1980). Dabei waren der nationalen „Hauptwahl“, der Bundestagswahl, die Europawahl und eine Reihe von kommunalen und regionalen „Nebenwahlen“ als Stimmungstests für die im Bund Regierenden und Opponierenden vorangestellt. Entsprechend konnte schon zu Beginn des Jahres erwartet werden, dass sich die Bürger und Wähler nicht dauerhaft aktivieren lassen würden. Ihre Aufmerksamkeit würde vorwiegend dem Bundestagswahlkampf gelten. Für Parteien und Medien bedeutete das aber auch, ihre zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen primär auf die letzten Wochen des Wahlmarathons zu konzentrieren. Schließlich hatten sich die letzten Wochen und Tage in den beiden vorangegangenen Bundestagswahlkämpfen als wahlentscheidend herauskristallisiert, was zusätzlich für eine Bündelung aller Kräfte auf den Wahlendspurt sprach (vgl. Tenscher 2005a; Schmitt-Beck 2009; Krewel et al. 2011). Im Endeffekt erstreckte sich die „heiße Phase“ des Bundestagswahlkampfes auf gerade einmal vier Wochen vor der Bundestagswahl. Sie begann mit den Landtagswahlen in Thüringen, Sachsen und im Saarland am 31. August; dem letzten Tag der Sommerferien in fast allen Bundesländern.

Angesichts der schieren Zahl an Wahlen auf unterschiedlichen Ebenen musste ebenfalls zu Jahresbeginn befürchtet werden, dass nicht nur das Involvement der Bürger und Wähler – zumindest bei den „Vorwahlkämpfen“ zur Bundestagswahl – vergleichsweise gering ausfallen würde, sondern auch die Beteiligung an den Wahlen selbst. Diese drohte gerade bei jenen Nebenwahlen stark zu sinken, denen von Seiten der politischen Kontrahenten, der medialen Beobachter und der Bürger die geringste Relevanz zugeschrieben wurde. Dabei zeichnete sich ab, dass die Mobilisierung der Wähler vor allem in jenen Gegenden schwer fallen würde, in denen darauf verzichtet wurde, mehrere Wahlen auf einen Wahltag zu legen. Durch die Bündelung mehrerer Wahlen zu einem Termin hätten quasi „künstlich“ höhere Mobilisierungseffekte und Wahlbeteiligungen erzielt werden können (vgl. van der Eijk et al. 1996; Schneider/Rössler 2005: 218ff.; Vetter 2009).⁴ Hierdurch hätte sich jedoch zugleich die Gefahr erhöht, dass die Wähler bei ihrer Stimmabgabe in geringerem Maße zwischen den verschiedenen Wahlebenen differenziert hätten.

Tatsächlich sank – mit Ausnahme jener Landtagswahlen, die mit der Bundestagswahl am 27. September abgehalten wurden⁵ – die Wahlbeteiligung im Jahr 2009 bei allen regionalen und überregionalen Wahlen: Historische Tiefstände gab es bei der Bundestagswahl (70,8 Prozent) sowie den Landtagswahlen in Sachsen (52,2 Prozent) und Hessen (61,0 Prozent); jeweils die zweitschlechteste Wahlbeteiligung und damit eine nur geringe Steigerung gegenüber den vorherigen Wahlen des Jahres 2004 wurden im Saarland (67,6 Prozent), in Thüringen (56,2 Prozent) und bei der Europawahl (43,3 Prozent) erzielt.

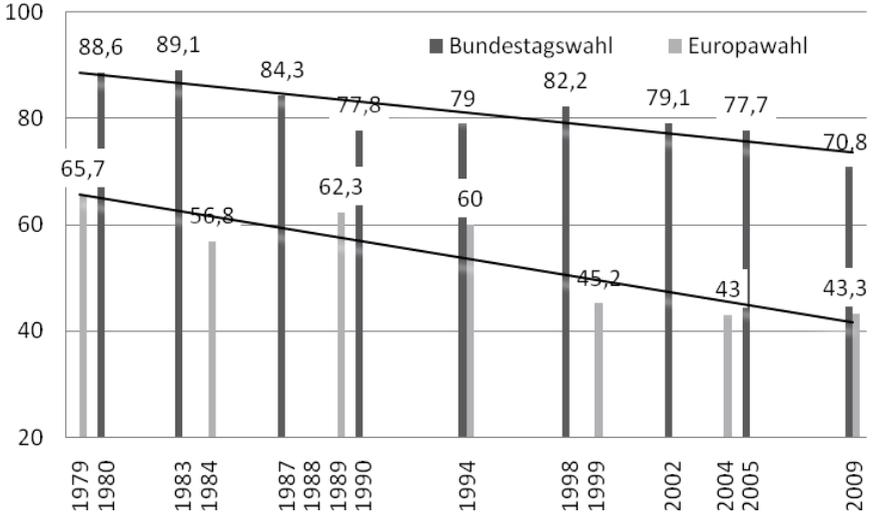
Der seit Jahren anhaltende Trend, wonach immer weniger Deutsche von ihrem Stimmrecht bei Europawahlen Gebrauch machen, konnte 2009 etwas gebremst werden. Dadurch hat sich das sogenannte „Euro-Gap“ (Weßels 2005: 94), also die Kluft der Wahlbeteiligung zwischen nationaler Hauptwahl und supranationaler Nebenwahl, gegenüber den vorangegangenen Bundestags- und Europawahlen in Deutschland etwas verringert (vgl. Tenschler 2005b: 33). Zurückzuführen ist dies jedoch nur auf den Umstand, dass bei noch keiner Bundestagswahl zuvor so viele Wähler zu Hause geblieben waren wie 2009 (vgl. Hilmer 2010a: 147f. sowie Abbildung 1). Rund 30 Prozent oder 18 Millionen Men-

4 Diese Erwartung bestätigte sich: In sechs der sieben Bundesländer, in denen im Jahr 2009 zusammen mit der Europawahl die Kommunalwahl abgehalten wurde, lag die Wahlbeteiligung über dem Bundesschnitt.

5 In Brandenburg konnte sogar eine Rekordbeteiligung für dortige Landtagswahlen erzielt werden (67,5 Prozent). In Schleswig-Holstein gaben am selben Tag 73,5 Prozent der Wähler ihre Stimme ab, was einen leichten Anstieg gegenüber der Wahl des Jahres 2005 darstellte.

schen beteiligten sich nicht an der Bundestagswahl: eine „Zäsur der Wahlgeschichte“ (Korte 2010: 11).

Abbildung 1: Entwicklung der Wahlbeteiligung bei den Bundestags- und Europawahlen im Vergleich (in Prozent)



Die im Jahr 2009 ausgeprägte Wahlmüdigkeit dürfte nicht allein der ungewöhnlich hohen Anzahl an Wahlterminen geschuldet gewesen sein. Vielmehr muss davon ausgegangen werden, dass die Art und Weise, die Intensität und Tonalität, mit der die Parteien in den Wahlkämpfen aufeinandertrafen, in den Massenmedien wie bei den Wählern nur vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit erzeugten. Dies trifft mehr oder weniger auf alle Nebenwahlen des Jahres 2009 zu (vgl. die Beiträge in Heft 2/2010 der Zeitschrift für Parlamentsfragen). Die aus demokratietheoretischer Sicht Wahlkämpfen zugeschriebene Funktion, durch Quantität und Qualität der Parteienkampagnen und der Medienberichterstattung das Interesse an der Wahl zu steigern, Wähler zu aktivieren und zur Stimmabgabe zu mobilisieren (vgl. u.a. Steinbrecher/Huber 2006; Weßels 2007; Wlezien 2010), blieb folglich relativ schwach (vgl. Neu 2009a: 13; Schoen 2010).⁶ Insbesondere im Vorfeld der Europawahl, aber auch im Bundestagswahlkampf wurden manche Wähler kaum oder gar nicht von der Wahlkampfberichterstattung oder den Parteienkampagnen erreicht (vgl. den Beitrag von Ha-

6 Dieser Effekt konnte, auch für Europawahlen, vielfach empirisch belegt werden (s.u.).

rald Schoen und Rebecca Teusch in diesem Band). Dies deutet im Vergleich zu den beiden vorigen Bundestagswahlkämpfen auf einen sinkenden Bedarf der Wähler an Informationen hin (vgl. Geese et al. 637ff.). Es reflektiert aber auch Wahlkampagnen, die von den Parteien hinsichtlich ihrer Intensität, „Lautstärke“ und Tonlage nur „mit angezogener Handbremse“ (Krewel et al. 2011) bestritten wurden.

Diese Art der reduzierten Kampagnenführung vonseiten der Parteien und der vergleichsweise „flüchtigen“ Wahlkampfberichterstattung war aus früheren Europawahlkämpfen – nicht nur in Deutschland – wohl bekannt (vgl. Tenscher 2005c, 2007; de Vreese et al. 2007; Maier/Maier 2008). Für nationale Hauptwahlen, zumal im multimedialen Zeitalter und unter „Viel-Kanal-Bedingungen“ (Jarren/Krotz 1998), stellte der Bundestagswahlkampf jedoch ein unerwartetes Novum dar. Gerade vor dem Hintergrund der viel umjubelten Wahlkampagne des U.S.-Präsidentenskandidaten Barack Obama im Jahr zuvor (vgl. u.a. Smith 2009) waren die Erwartungen groß, dass auch in Deutschland im Jahr 2009 eine neue Ära hoch professionell geführter, multimedialer und Marketing-orientierter Kampagnen eingeläutet würde (vgl. Holtz-Bacha 2010a: 17). Tatsächlich entwickelte sich aber ein „Valium-Wahlkampf“ (van Rinsum/Grill 2009), der zu keinem Zeitpunkt richtig Fahrt aufnahm, der sich geräuschlos, weithin inhaltsleer und für die Mehrzahl der Beobachter einfach nur „langweilig“ (Bruns 2009: 3) dahinschleppte.

Auch das im Vorhinein medial hochgespielte „Fernsehduell“ zwischen der Kanzlerin Angela Merkel (CDU) und ihrem SPD-Herausforderer Frank-Walter Steinmeier konnte zwei Wochen vor dem Wahltag nicht den erhofften Schwung in die Endphase des Wahlkampfes bringen. Nicht nur, dass sich weniger Zuschauer für die Live-Sendung selbst und die anschließenden Fernsehdiskussionsrunden als noch bei den beiden vorangegangenen Bundestagswahlen interessierten, auch kam das TV-Duell bei den Zuschauern weniger gut an (vgl. Dehm 2009: 651ff.).⁷ In seltener Einigkeit wurde die Sendung von den journalistischen Beobachtern kommentiert: „Wenig Duell, viel Duett“ (Welt online), „Freundschaftsspiel“ (Financial Times Deutschland) und „Yes, wie gähn!“ (Bild) lauteten nur einige der Pressestimmen (vgl. auch Bieber 2010: 244f.). Insofern passte sich das Aufeinandertreffen der Kanzlerin und ihres Herausforderers nahtlos in den insbesondere von der CDU forcierten „Watte- und Einlullwahlkampf“ (Schimmeck 2009) ein. Signifikante Wirkungen auf die Wahlabsicht und die

7 Das TV-Duell wurde zeitgleich und live in den Programmen Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und Phoenix übertragen. Es wurde von 14,26 Millionen Zuschauern verfolgt. Mit einem Marktanteil von 42,5 Prozent war es das mit Abstand reichweitenstärkste Einzelereignis des Bundestagswahlkampfes 2009 (vgl. Geese et al. 2009: 643).

Wahlbereitschaft, wie sie noch anlässlich der „Kanzlerduelle“ der Wahljahre 2002 und 2005 festgestellt werden konnten (vgl. Maier/Faas 2005; Maurer/Reinemann 2007), scheinen von der TV-Debatte 2009 in geringem Maße ausgegangen zu sein. Zurückzuführen ist dies wohl darauf, dass die beiden Kandidaten in der Debatte sowohl in ihrem Auftreten als auch in ihren inhaltlichen Positionen wenig überraschten, sich ähnelten und zudem äußerst konziliant miteinander umgingen.⁸ Entsprechend spielte die für den Wahlscheid besonders relevante Frage nach einem „Sieger“ in der Debattennachberichterstattung eine vergleichsweise geringe Rolle (vgl. Bruns 2010: 9f.).⁹

Im Kanzlerduell kulminierte schließlich das, was als *das* Charakteristikum nicht nur für den Bundestagswahlkampf 2009, sondern auch für die meisten anderen Wahlkämpfe der 16. Legislaturperiode galt (vgl. Tenschler 2008; Hilmer 2010a: 155): antagonistische Konfrontationen zwischen den Großparteien blieben weithin aus. Stattdessen herrschte im „TV-Duell“ über weite Strecken Einigkeit im gemeinsamen Auftreten gegen die Moderatoren (vgl. Bieber 2010: 245f.; Bruns 2010) und im Versuch, sich die Erfolge der durch das Wahlergebnis 2005 „erzwungenen“ Großen Koalition auf die eigenen Fahnen zu schreiben. Dies war ein Grundmuster des gesamten Bundestagswahlkampfes 2009. Teilweise surrealistische Züge bekam dieses gemeinsame Werben für die Erfolge der Großen Koalition aber vor dem Hintergrund der beidseitigen Ankündigung, diese nicht fortsetzen zu wollen (vgl. Korte 2010: 22).¹⁰ Immerhin wirkte dabei das Eintreten der Kanzlerin für eine „bürgerliche“ Koalition aus CDU, CSU und FDP angesichts deren z.T. deutlichen Vorsprungs in den Meinungsumfragen gegenüber etwaigen Bündnissen ohne Unionsbeteiligung (vgl. Neu 2009a: 26f.) noch glaubwürdiger als das Herumlavieren der SPD-Parteioberen inklusive des Spitzenkandidaten. Dieser machte zwar im Verlauf des Wahlkampfes und auch in der TV-Debatte deutlich, *gegen* welche Koalitionen er sei (Schwarz-Gelb, Rot-Rot-Grün), aber nicht *für* welches Regierungsbündnis die Sozialdemokraten realistischerweise einträten: Die „Wunschkoalition“ mit den Grünen erschien

8 Die Ähnlichkeit der beiden Kandidaten verführte manch journalistischen Beobachter zu Namensbildungen wie „Frank-Angela Merkelmeier“ (Krumrey 2009).

9 Während der Ausgang der Debatte bei den meisten Journalisten unmittelbar nach der Sendung als Patt wahrgenommen wurde, verstärkte sich bei Medien und Wählern im Laufe der folgenden Woche der Eindruck, dass Frank-Walter Steinmeier überrascht hätte und als „Sieger“ noch am ehesten von dem TV-Duell profitieren konnte (vgl. Dehm 2009: 644f.).

10 Während sich Union und Sozialdemokraten darin einig waren, die Große Koalition als „Ausnahmemodell“ nicht über den Wahltag hinaus fortsetzen zu wollen, wiesen die Meinungsumfragen bis in den September 2009 hinein darauf hin, dass eben diese Konstellation das von den Wählern favorisierte Bündnis vor einer schwarz-gelben Koalition gewesen wäre. Auch wünschte sich die Mehrheit der Befragten in allen Vorwahlumfragen des Jahres 2009, dass Angela Merkel ihre Kanzlerschaft fortsetzen würde (vgl. Neu 2009a: 21ff.; Hilmer 2010a).

für die Wahlkampfbeobachter eingedenk der konstant schlechten Umfragewerte der Sozialdemokraten genauso utopisch wie die Hinweise auf eine mögliche Ampel-Koalition aus SPD, Grünen und FDP, für die weder die Liberalen noch die Grünen zur Verfügung standen (vgl. Raschke/Tils 2010: 12f.; Machnig 2010: 42). Faktisch mangelte es den Sozialdemokraten also an einer eindeutigen Machtperspektive, mit der sie vermutlich mehr Wahlberechtigte hätten motivieren können, sich an der Wahl zu beteiligen und der SPD ihre Stimme zu geben (vgl. Hilmer 2010b: 31ff.; Blumenberg/Kulick 2010).

Darüber hinaus blieb den gesamten Bundestagswahlkampf über die inhaltliche Auseinandersetzung zwischen „Schwarzen“ und „Roten“ gedämpft. Auf Konfrontation, Polarisierung und Eskalation zwischen den Großparteien und den von ihnen angeführten „Lagern“ wurde weithin verzichtet. Solch öffentlich ausgetragene Antagonismen, denen Kanzlerin und CDU ganz bewusst ausweichen (vgl. Murswieck 2009: 30), hatten jedoch bislang den meisten Wahlkämpfen in Deutschland die nötige Würze gegeben. Sie hatten eine Dramaturgie und „Stories“ geliefert, über die berichtet werden konnte. Zugleich wurden Unterschiede in den politischen Positionierungen der Parteien aufgezeigt, auf die sich die Wähler bei ihrem Wahlentscheid stützen konnten (vgl. Evans 2004: 92ff.; Schoen/Weins 2005: 230f.). Angesichts der Großen Koalition im Bund konnten CDU/CSU und SPD aber 2009 nicht die ihnen normalerweise in Wahlkämpfen zugeordneten Rollen der beiden Hauptkonkurrenten – des Angreifers aus der Opposition und des Verteidigers bzw. Verkäufers aus der Regierung – glaubhaft einnehmen (vgl. Krewel et al. 2011).

Doch nicht nur auf der inhaltlichen Ebene, auch in personeller Hinsicht fehlte es dem Bundestagswahlkampf 2009 an Spannung: Die Kanzlerin und ihr Stellvertreter, der „nebenbei“ Kanzlerkandidat der SPD war und im Wahlkampf niemals an die Popularität Merkmals heranreichte,¹¹ gingen äußerst moderat miteinander um (vgl. Murswieck 2009: 26ff.). Angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise waren die Koalitionäre auch zu Wahlkampfzeiten in besonderem Maße zur konstruktiven Zusammenarbeit gezwungen. Taktische und persönliche Angriffe „unter der Gürtellinie“ des politischen Hauptkontrahenten, wie sie noch vom Bundestagswahlkampf 2005 in Erinnerung waren (vgl. Tenscher 2009), wären vom Wähler nicht nur nicht verstanden, sondern in Zeiten der Krise auch kaum goutiert worden. Sie blieben ebenso weithin aus wie grundsätzliche Debatten über politische Streitfragen in einem insgesamt nur auf weni-

11 In keiner Vorwahlumfrage konnte Steinmeier die „Kanzlerfrage“ für sich entscheiden. Dennoch hielt die SPD an der „Kanzler-Illusion“ (Machnig 2010: 41) fest, was – zusammen mit der äußerst geringen Aussicht, eine Koalition ohne die Unionsparteien bilden zu können, – letztlich auf die eigene Anhängerschaft desillusionierend und demobilisierend wirken musste.

ge Themen (wirtschaftliche Lage, Arbeitsmarktpolitik, Steuern, Finanzen und Haushalt) und stärker auf Koalitionsoptionen zugespitzten Wahlkampf (vgl. Bachl/Brettschneider 2009: 48; Hilmer 2010a: 172f.).

Die Inszenierung von Konflikten, die Kritik an der Leistungsbilanz der Regierungsparteien, emotionalisierte und personalisierte Angriffe, welche die mediale Resonanz und das öffentliche Interesse hätten stimulieren können, blieben somit im Wahljahr 2009 in erster Linie den „kleinen“ im Bundestag vertretenen Parteien vorbehalten. Allerdings erzielten diese bei Weitem nicht die massenmediale Aufmerksamkeit wie die von SPD oder CDU angeführten Oppositionskampagnen früherer Bundestagswahlkämpfe (vgl. den Beitrag von Marko Bachl und Frank Brettschneider in diesem Band). Gleichwohl konnten die im Bund zur Opposition vereinten Parteien bei den meisten Wahlen des Jahres Zuwächse für sich verbuchen.

Insgesamt betrachtet, erscheint das „Superwahljahr“ 2009 im Rückblick als eines der unauffälligsten und geräuschlosesten in der Geschichte Deutschlands. Von der dreifachen Sondersituation – einer extremen Dichte an Wahlen in den Sommermonaten, der Großen Koalition im Bund sowie der Finanz- und Wirtschaftskrise – ging offensichtlich eine sedative Wirkung aus, die Parteien, Medien und Wähler gleichermaßen ergriff und an der sich auch im Laufe des Jahres nur wenig änderte (vgl. Neu 2009a: 13). Die Folgen dieser „Lähmung“ hatten historische Ausmaße:

- Noch nie machten bei einer Bundestagswahl so wenige Wähler von ihrem Wahlrecht Gebrauch wie im Jahr 2009. Auch bei den Europawahlen wurde der historische Tiefstwert der vorangegangenen Wahl nur geringfügig übertroffen (vgl. Abbildung 1).
- Bei keiner Bundestagswahl zuvor gab es gegenüber der vorangegangenen Wahl so viele Veränderungen in den Stimmenanteilen: Rund ein Drittel bzw. 13 Millionen Wähler, die sich 2005 an der Bundestagswahl beteiligt hatten, entschieden sich 2009, eine andere Partei zu wählen oder der Wahl fern zu bleiben (vgl. Weßels 2009: 33; Hilmer 2010a: 149).
- Die drei „kleinen“ Oppositionsparteien im Bundestag erzielten sowohl bei der europäischen als auch bei der nationalen Parlamentswahl das beste Resultat ihrer jeweiligen Wahlgeschichte (vgl. Abbildung 2).
- Noch nie gaben bei einer Europawahl oder einer Bundestagswahl so wenige Menschen der SPD ihre Stimme. Allein bei der Bundestagswahl verlor sie gegenüber der Wahl im Jahr 2005 6,2 Millionen Zweitstimmen – ein in diesem Ausmaß noch nie dagewesener Verlust einer deutschen Partei, genauso wie das Minus von 11,2 Prozentpunkten (vgl. Neu 2009a:

2ff.). Mit nur noch 23 Prozent der Wählerstimmen sank die SPD erstmalig bei einer nationalen Hauptwahl in die Nähe der historischen Tiefstwerte, die sie bei den beiden vorangegangenen „Wahldebakeln“ (Niedermayer 2009a; Raschke/Tils 2010), den Europawahlen 2004 (21,5 Prozent) und 2009 (20,8 Prozent), einfuhr (vgl. Abbildung 2).

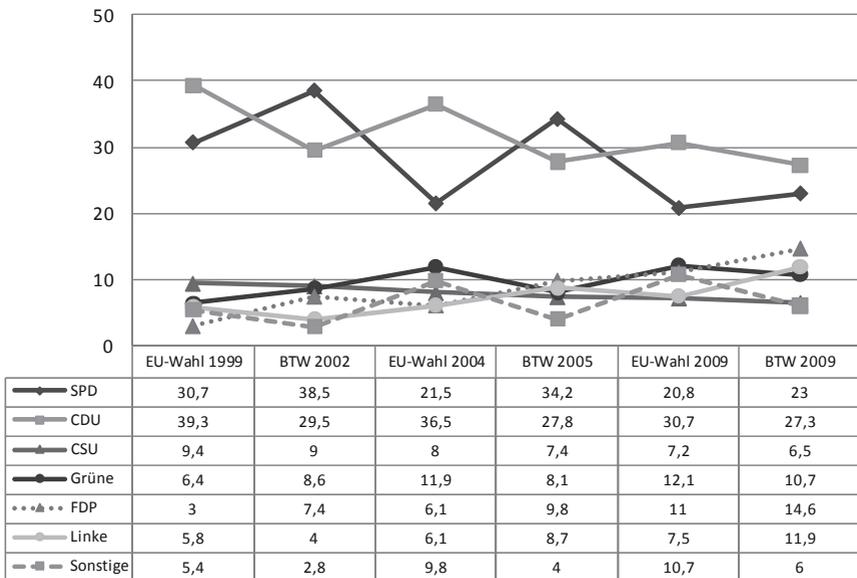
- Auch die beiden anderen Parteien der Großen Koalition, CDU und CSU, verloren sowohl im Vergleich der beiden letzten Europa- als auch der beiden letzten Bundestagswahlen in ungewöhnlichem Maße Wähler. Im Vergleich der Hauptwahlen 2005 und 2009 distanzieren sich mehr als 1,3 Millionen Wähler von der CDU und 660.000 von der CSU. Mit 37,9 Prozent erzielten die Unionsparteien ihr zweitschlechtestes Wahlergebnis bei Europawahlen.¹² Gleiches wiederholte sich dreieinhalb Monate später bei der Bundestagswahl mit nur 33,8 Prozent der Stimmen. Dennoch vergrößerte die Union ihren Vorsprung gegenüber der SPD auf über zehn Prozentpunkte; so viel wie seit 1957 nicht mehr.
- CDU und SPD, die in den 1970er Jahren bei Bundestagswahlen zusammen immer über 90 Prozent der Wähler an sich banden, konnten im Jahr 2009 nur noch 56,8 Prozent der Wähler für sich gewinnen. Dass die beiden Antipoden an Stimmengewicht verlieren, zumal wenn sie in der Regierung sind, und die „kleinen“ zu mittelgroßen Parteien wachsen, ist kein neues Phänomen in Deutschland. Tatsächlich sind gerade diese (temporären) Veränderungen in den Größenverhältnissen der Parteien ein immer wiederkehrendes Kennzeichen von Europawahlen. Dabei gewinnen kleine Parteien, zumal jene in der Opposition, vor allem dann an Stimmen, wenn die Europawahl in der zweiten Hälfte der nationalen Legislaturperiode stattfindet (vgl. Reif/Schmitt 1980: 9; Wüst/Roth 2005: 77f.). Darüber hinaus hatte auch die erste Große Koalition von 1966 bis 1969 zu einem kurzfristigen Erstarren einer kleinen Partei, der NPD, geführt (vgl. Neu 2009a: 14).

Parteienwettbewerb, Koalitionsmöglichkeiten und -prozesse haben sich spätestens mit der Bundestagswahl 2009 fundamental verändert (vgl. Decker 2009). Auch wenn die außergewöhnlich hohen Stimmenverluste von CDU und SPD in Teilen der Großen Koalition geschuldet waren, so ist doch festzuhalten, dass

12 1989 verbuchten CDU (29,5 Prozent) und CSU (8,2 Prozent) zwar 0,2 Prozentpunkte weniger Stimmenanteil, aber rund 690.000 mehr Stimmen als 2009. Bei der Europawahl 2009 konnte die CSU in Bayern 48,1 Prozent der Stimmen gewinnen. Nach der verheerenden Landtagswahl-niederlage des Vorjahres wurde dies als Zeichen der Konsolidierung gewertet (vgl. Niedermayer 2009a: 719).

beide Parteien bei allen national ausgetragenen Wahlen des Millenniums regelmäßig unter der 40-Prozent-Marke geblieben sind. Mindestens ein Fünftel der Wählerschaft hat sich demzufolge dauerhaft von den Großparteien verabschiedet. Dies deutet auf grundlegende und langfristige Strukturverschiebungen in der Wählerschaft hin (vgl. Jesse 2009). Hinzu kommen schließlich noch ein wachsender Anteil von Wechselwählern, unentschlossenen Wählern und Spätentscheidern, die sich erst auf der Zielgerade des Wahlkampfes, in den letzten Wochen oder am Wahltag, für die Wahl einer bestimmten Partei oder die Nichtwahl entscheiden (vgl. Neu 2009a: 61ff.).¹³

Abbildung 2: Entwicklung der Stimmenanteile bei den Bundestags- und Europawahlen, 1999-2009 (in Prozent)



Eine Folge dieser Veränderungen ist, dass sich Wähler, Medien und Parteien zukünftig bereits in Wahlkämpfen auf eine neue Unübersichtlichkeit und koalitionsfähige Offenheit einstellen müssen. Vieles ist denkbar – und nur wenige Bündnisse können vonseiten der nach Macht strebenden Parteien grundsätzlich aus-

13 Bei der Bundestagswahl 2009 entschied sich ein Viertel der Wählerschaft erst in den letzten Tagen des Wahlkampfes für eine bestimmte Partei (vgl. Krewel et al. 2011). Für die politischen Kontrahenten heißt das, den Wahlkampf bis zur letzten Minute auszunutzen.

geschlossen werden. Das könnte sich schließlich auch auf die Tonlage komender Wahlkämpfe auswirken: Ideologische Lagerkämpfe, rigide Abgrenzungen, eine offensive Rhetorik und Polarisierungen könnten ja die Wahl- und Koalitionschancen von vorneherein mindern (vgl. Korte 2010: 12ff.). Zugleich scheinen sich aber immer mehr politiker- und parteiverdrossene Wähler „klare Ansagen“ und weniger Ambiguität von den politischen Protagonisten zu wünschen. Davon könnten Klientelparteien wie FDP, Grüne und Linke aufgrund ihrer vergleichsweise homogenen Adressatengruppen, ihrer Ausrichtung auf i.d.R. wenige Politikfelder und eindeutigeren Parteiprofilen in besonderem Maße profitieren. Zwar werden – gerade im Bund – auch auf absehbare Zeit „Traditionskoalitionen“ entlang tradierter Lagergrenzen, also Bündnisse aus CDU, CSU und FDP sowie aus SPD und Bündnis 90/Die Grünen, angestrebt. Auch können Große Koalitionen nicht ausgeschlossen werden. Daneben ist die Wahrscheinlichkeit aber für neue Regierungsvarianten gerade vor dem Hintergrund der nachlassenden Tabuisierung der Linkspartei in den westlichen Bundesländern seit den 1990er Jahren kontinuierlich gestiegen. Möglich geworden und teilweise schon erprobt sind mittlerweile Bündnisse, die z.T. bis vor Kurzem noch undenkbar waren. Dazu zählen:

1. *lagerübergreifende Zusammenschlüsse* aus 1.) SPD und FDP, ein Bündnis, das auf Länderebene nur in Rheinland-Pfalz bis ins neue Jahrtausend fortgeführt wurde (1991-2006), aber auch 2.) aus CDU und Grünen, ein Koalitionsversuch, der bislang nur in Hamburg gewagt (2008-2010) und nach eineinhalb Jahren von den Grünen für beendet erklärt wurde;
2. verschiedene Arten von *Dreierkoalitionen*: 1.) à la Jamaika oder „schwarzer Ampel“ (CDU, Grüne, FDP), wie sie sich im Saarland kurz vor der Bundestagswahl bereits abzeichnete und seit 2009 Bestand hat, 2.) Ampelbündnisse aus SPD, FDP und Grünen, wie sie bereits in Brandenburg und Bremen regierten, oder 3.) „Libanonkoalitionen“¹⁴ aus SPD, Linke und Grünen;
3. und schließlich auch „*Linksbündnisse*“ zwischen SPD und Linken, wie sie in Mecklenburg-Vorpommern und Berlin regieren, und *Minderheitsregierungen*, wie jene aus SPD und Grünen, die sich im Anschluss an die nordrhein-westfälische Landtagswahl 2010 zusammentaten.¹⁵

14 Wie bei der Jamaikakoalition wird hier an die Farbgebung einer Landesflagge, in diesem Fall der libanesischen, erinnert.

15 Der in Hessen zwei Jahre zuvor noch gescheiterte Versuch, in einem westdeutschen Bundesland eine von den Linken tolerierte rot-grüne Minderheitsregierung zu bilden, konnte hier re-

Solche neuen Regierungsvarianten, die in anderen westeuropäischen Ländern schon länger bekannt sind, müssen sich zwar zunächst auf der Länderebene bewähren, bevor sie als strategische Option im Bund in Frage kommen (vgl. Probst 2010: 178f.; Raschke/Tils 2010: 16). Aber auf all diese koalitionsären Möglichkeiten werden sich Wähler, Parteien und Medien zukünftig einstellen müssen. Das erfordert ein Umdenken sowohl auf der Seite der Wahlkampfverantwortlichen und der Journalisten als auch auf Seiten der Bürger. Angesichts der wachsenden Zahl von Koalitionsoptionen droht schließlich insbesondere das strategische Wählen¹⁶ immer mehr zum Lotteriespiel zu werden (vgl. Korte 2009: 3). Wachsende Frustrationen gegenüber wahltaktischen Offenheiten der Parteien und gegenüber „ungewollten“ Regierungsbündnissen sind hier vorprogrammiert.

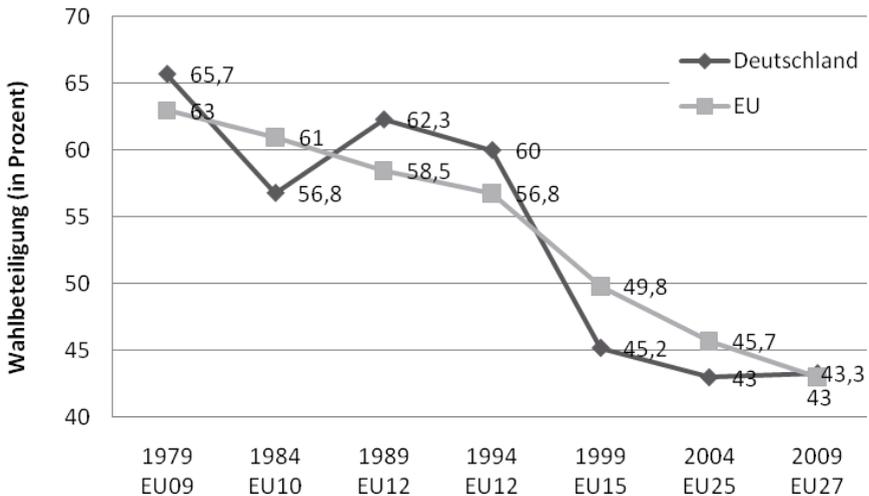
2 Haupt- und Nebenwahlen im Vergleich

Im Vergleich zu den gravierenden Veränderungen, die sich aus dem Bundestagswahlergebnis für die parlamentarischen Kräfteverhältnisse im Bund, den Parteienwettbewerb und zukünftige Koalitionsoptionen ergeben, sorgte das Ergebnis der Wahlen zum Europäischen Parlament nicht nur in Deutschland, sondern EU-weit für keinen anhaltenden politischen oder publizistischen Nachklang. Die Tatsache, dass zum dritten Mal hintereinander weniger als die Hälfte der Wahlberechtigten ihre Stimme abgab und sich damit der Trend einer seit der ersten Direktwahl 1979 kontinuierlich sinkenden Wahlbeteiligung fortsetzte (vgl. Abbildung 3), konnte die Wahlbeobachter kaum überraschen (vgl. u.a. Haller 2009; Niedermayer 2009b: 4). Auch der (Wieder-)Einzug einer Reihe populistischer, rechtsgerichteter und antieuropäisch eingestellter Abgeordneter in das Europäische Parlament war vor dem Hintergrund des Ergebnisses der vorangegangenen Europawahl erwartet worden (vgl. die Beiträge in Tenscher 2005; Maier/Tenscher 2006; van der Brug/van der Eijk 2007). Ebenso wiederholte sich die Stärkung konservativer, bürgerlicher und Mitte-Rechts-Parteien einerseits und die Schwächung sozialdemokratischer, sozialistischer und Mitte-Links-Parteien andererseits (vgl. Trechsel 2010: 9f.).

lativ geräuschlos und zügig umgesetzt werden. Das so genannte „Magdeburger Modell“ ist somit auch in den alten Bundesländern angekommen.

16 Gemeint ist damit das Splitten von Erst- und Zweitstimme zur Ermöglichung bzw. Verhinderung von Koalitionen bzw. des (Nicht-)Überspringens der 5-Prozent-Hürde durch bestimmte Parteien.

Abbildung 3: Entwicklung der Wahlbeteiligung bei den Europawahlen im Vergleich (in Prozent)



Aus einem europäischen Blickwinkel passte das verheerende Wahlergebnis der deutschen Sozialdemokraten also ins Bild. Für diese hatten nur noch rund ein Fünftel der Wähler und damit so wenige wie noch bei keiner bundesweit abgehaltenen Wahl gestimmt (s.o.). Allerdings wurde das Abschneiden der SPD, wie das der anderen Parteien, in der deutschen Nachwahlberichterstattung (wie auch in anderen EU-Mitgliedsländern) weniger aus einer europäischen, sondern in erster Linie aus einer nationalstaatlichen Perspektive betrachtet. So galt die Europawahl für die einen in erster Linie als *Zwischenetappe* und für die anderen als *Stimmungstest* dreieinhalb Monate vor der Bundestagswahl (vgl. Holtz-Bacha/Leidenberger 2010: 36ff.). Berichte und Kommentare über die originär europapolitischen Konsequenzen der ersten Direktwahl nach der Verabschiedung des Vertrags von Lissabon, der u.a. die Gesetzgebungsbefugnisse des Europäischen Parlaments deutlich ausweitete,¹⁷ waren eine Ausnahme.

Die nicht nur in Deutschland auch aus früheren Europawahlkämpfen bekannte Umdeutung einer supranationalen Wahl zu einer nationalen Angelegen-

17 Ungeachtet der Ausweitung der Haushaltsbefugnisse sowie der Gesetzgebungskompetenzen auf die Mehrzahl der Politikbereiche bleibt dem Europäischen Parlament (ebenso wie dem Europäischen Rat) weiterhin das Initiativrecht im Gesetzgebungsprozess versagt. Hier erfuhr der Primat der EU-Kommission durch den Lissabon-Vertrag eine Stärkung.

heit von nachrangiger Bedeutung (vgl. Tenscher 2005b: 10ff.; de Vreese et al. 2006) wurde jedoch nicht nur von den journalistischen Beobachtern betrieben (vgl. Holtz-Bacha/Leidenberger 2010), sondern ebenso von den politischen Protagonisten selbst.

„Für alle Parteien war die EP-Wahl strategisch eine Zwischenstation auf dem Weg zur wenige Monate danach stattfindenden Bundestagswahl“ (Niedermayer 2009a: 716; vgl. auch Brunsbach et al. 2010: 91).

So hatte sich z.B. die SPD auf einen „Etappen- oder Treppenwahlkampf“ (Stegg 2010: 47) eingestellt, der sie, ausgehend vom erhofften „Wendepunkt“ der Europawahl, Stufe für Stufe, über die Landtagswahlen Ende August bis hin zur Bundestagswahl, in der Wählergunst höher tragen sollte. Im Nachhinein betrachtet, entpuppte sich die erhoffte Treppe jedoch eher als eine „Rutschbahn“ (ebenda), auf der die Sozialdemokraten bis zum 27. September hinab schlitterten. Auch die anderen Parteien planten den Europawahlkampf ressourcentechnisch und strategisch in den Wahlkampfmarathon 2009 mit ein. Exemplarisch hierfür steht die Linkspartei, die, nach einem internen Papier, bereits zweieinhalb Jahre zuvor die Europawahl als drittletzte Etappe eines Wahlzyklus festlegte, der mit der Bremer Bürgerschaftswahl im Mai 2007 begann und mit der Bundestagswahl im September 2009 enden sollte.

Viel originär „Europäisches“ war also im Europawahlkampf 2009 von Vorneherein nicht zu erwarten – und wurde letztlich auch kaum geboten (vgl. Niedermayer 2009a 716; Holtz-Bacha/Leidenberger 2010). Damit unterschied sich Deutschland kaum von den anderen EU-Mitgliedsstaaten (vgl. Gagatsek 2010). Angesichts des außerordentlich kurzen Schattens, den die Bundestagswahl auf die Europawahl in Deutschland vorauswarf,¹⁸ konnte hier aber in besonderem Maße a priori davon ausgegangen werden, dass sich das Engagement der Parteien und Massenmedien, die „Lautstärke“ und Visibilität der Kampagnen, das Ausmaß der Berichterstattung und deren „Europeanness“ sogar noch unter dem bereits niedrigen Level des Europawahlkampfes 2004 bewegen würde

18 Diese Annahme knüpft an so genannte *Wahlzykluseffekte* an: Demnach ist das Wahlverhalten umso mehr von nationalen Aspekten geprägt, je näher die Europawahl zeitlich an einer nationalen Hauptwahl liegt (vgl. Neu 2009b: 4). Dies bedeutet erstens auch, dass die Wahrscheinlichkeit für eine hohe Wahlbeteiligung steigt, je näher die Europawahl vor der nächsten Hauptwahl stattfindet. Zweitens ähneln Europawahlergebnisse den Hauptwahlergebnissen, je näher die beiden Wahltermine beieinander liegen. Drittens fallen die Verluste der Regierungsparteien und die Gewinne „kleiner“ Parteien bei so genannten „mid-term-elections“ am stärksten aus (vgl. Reif/Schmitt 1980: 10; Marsh 2005; Wüst/Roth 2005: 72ff.).

(vgl. grundlegend Reif/Schmitt 1980: 13f.). Dass dies nicht ohne Folgen für das Interesse an der Wahl und die Wahlbeteiligung bleiben würde, war zu erwarten.

In welchem Maße sich diese Erwartungen gegenüber Parteien, Medien und Wählern im Superwahljahr 2009 schließlich realisierten, will der vorliegende Band auf empirischer Grundlage klären. Hierzu wird in allen Beiträgen systematisch eine *vergleichende Perspektive* eingenommen. Zentraler Gegenstand des Vergleichs sind die Bundestags- und Europawahlen 2009, mithin also jene beiden Wahlen, die vor rund vierzig Jahren, im Nachklang zur ersten Direktwahl des Europäischen Parlaments, als nationale *Hauptwahl* und supranationale *Nebenwahl* klassifiziert wurden (vgl. ebenda).¹⁹ Die damals aufgeworfene „Nebenwahlthese“, an die auch mehrere Beiträge des vorliegenden Bandes anknüpfen, hat mittlerweile vielfache empirische Bestätigung gefunden. Dabei war der Fokus lange Zeit primär auf die Wahlbeteiligung und das Wahlverhalten gerichtet (vgl. u.a. Reif 1987; Marsh 1998; van der Brug/van der Eijk 2007). Im Zuge der vermehrten Zuwendung zu politischen Kommunikationsfragen seit den 1990er Jahren ist aber gerade in jüngster Zeit die Aufmerksamkeit zusehends auch auf die Entscheidungsprozesse im Vorfeld des Wahlaktes und auf den *Wahlkampf* gerichtet worden.

Allerdings stellt die empirische Auseinandersetzung mit Wahlkämpfen in sub- und supranationalen Kontexten im Vergleich zur Beschäftigung mit nationalen Hauptwahlkämpfen immer noch eine Seltenheit dar (vgl. Tenscher 2005b, 2008: 109ff.; de Vreese 2009: 8). Mittlerweile liegt zwar eine Vielzahl an Studien vor, die sich im Rahmen von Fallanalysen oder Langzeitstudien den Hauptakteuren der Kampagnen, sprich den Parteien und Kandidaten, oder deren Resonanzen in der Wahlkampfberichterstattung *in einem Land* zuwenden (vgl. für Deutschland die Beiträge in Holtz-Bacha 2005, 2010b; Tenscher 2005c). Rar sind jedoch Untersuchungen, die sich aus einer *ländervergleichenden, zumal EU-weiten Perspektive* den Hauptakteuren des Wahlkampfes zuwenden: Nach einem anfänglichem Interesse anlässlich der ersten Direktwahl des Europäischen Parlaments (vgl. Schulz 1983; Brants et al. 1983) haben die Parteien- und Kandidatenkampagnen (vgl. Gerstlé et al. 2002; Bicchi et al. 2003; de Vreese 2009) ebenso wie die Wahlkampfberichterstattung (vgl. u.a. Kevin 2001;

19 Angesichts der unterschiedlichen Involvierung von Parteien, Massenmedien und Wählern kann auch zwischen Nebenwahlen erster Ordnung (Landtagswahlen) und zweiter Ordnung (Europawahl) unterschieden werden (vgl. Tenscher 2008: 113f.). Andernorts wird vorgeschlagen, die Europawahlen als „Third-Order Elections“ (Reif 1997: 121) oder als „Fourth-Order Elections“ (Wagner 2003: 303) hinter Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen zu klassifizieren. Unterstützt wird diese Reihung durch die Wichtigkeit, die die Bürger den unterschiedlichen Parlamentsebenen zuordnen (vgl. Wüst/Roth 2005: 69).

Lauf/Peter 2004; de Vreese et al. 2006, 2007) erst mit den Europawahlen 1999 wieder deutlich an komparativer Beachtung im EU-weiten Maßstab gewonnen.²⁰ All diese Studien untermauern zwei grundlegende Annahmen der „Nebenwahlthese“ im – zumeist indirekten – Vergleich zu Hauptwahlkämpfen:

1. Für Parteien, Massenmedien und Wähler geht es bei Europawahlen schlichtweg um nicht so viel wie bei nationalen Hauptwahlen; für sie steht unisono „weniger auf dem Spiel“ (Reif/Schmitt 1980: 9). Dies hat Folgen für das Commitment bzw. Involvement der Hauptakteure, das Ausmaß der Wahlbeteiligung und das Wahlverhalten.
2. Für die Art und Weise, wie Europawahlkämpfe ausgetragen werden, wie über sie berichtet wird und wie sie wahrgenommen werden, spielen genauso wie für die Frage, an welchen Faktoren sich die Wähler bei ihrer Stimmabgabe orientieren, *nationale Aspekte* eine wesentliche Rolle.

So populär diese Annahmen sind, beruhen sie doch, zumindest was die Parteienkampagnen und Medienberichterstattung angeht, zumeist auf *mittelbaren Vergleichen* bzw. Analogschlüssen. Befunde zum Europawahlkampf werden hierbei in Bezug zu Studien gesetzt, die zur Bundestagswahl durchgeführt wurden.²¹ Demgegenüber sind direkte Vergleiche zwischen den unterschiedlichen Wahlen bzw. Wahlkämpfen nicht zuletzt aufgrund z.T. abweichender Erkenntnisinteressen und Untersuchungsdesigns Mangelware. Sie bleiben bislang vor allem der auf Umfragen fokussierten Wahlforschung überlassen. Hier möchte der vorliegende Band einen neuen Impuls setzen, in dem er die unterschiedlichen Facetten der Europa- und Bundestagswahlkämpfe 2009 unter jeweils ein und demselben Mikroskop betrachtet.

²⁰ Die unterschiedlich starke Zuwendung zu den Wahlkampagnen und der Wahlkampfberichterstattung kann kaum mit der stetig steigenden Zahl an EU-Mitgliedsstaaten und damit forschungspragmatischen Gründen erklärt werden. Schließlich haben sich gerade in jüngster Zeit unterschiedliche Forschergruppen um EU-weit-vergleichende Inhaltsanalysen (z.B. der Medienberichterstattung, der Parteienprogramme und der Parteienwerbung) und Kandidatenbefragungen anlässlich der Europawahlen bemüht. Zu erwähnen sind hier insbesondere die Forschergruppen an der *Amsterdam School of Communication* und die länderübergreifenden Gemeinschaftsprojekte *European Election Study 2004* und *PIREDEU* (vgl. auch Kaid et al. 2010; Maier et al. 2011).

²¹ Die isolierte Beschäftigung mit Europa- oder Bundestagswahlkämpfen mag sicherlich auch forschungspragmatischen Zeitpunkten geschuldet sein. Gleichwohl stellen Beiträge, die den direkten Vergleich zwischen den beiden Wahlen *innerhalb eines Landes* anstellen, in der Wahlkampfforschung, im Unterschied zur Wahlforschung, noch eine Ausnahme dar (vgl. z.B. Wilke/Reinemann 2005; Tenscher 2007).

Ungeachtet dieses methodischen Einwands verdeutlichen die vorliegenden Studien zu den Europawahlkämpfen, dass sich Parteien, Massenmedien und Wählerschaft in einem „unseligen Teufelskreis wechselseitiger Einstellungen und Erwartungen“ (Niedermayer 2009a: 712) befinden. Dieser ist durch rationales Handeln auf Basis eigener Prioritäten und unter Berücksichtigung der wahrgenommenen Möglichkeiten und Notwendigkeiten gekennzeichnet. So prägen einerseits die seitens der Parteien und Massenmedien *wahrgenommenen* Publikumerwartungen, neben ihren eigenen Handlungsmotiven, in hohem Maße das Ausmaß und die Art ihrer jeweiligen Kampagnenbemühungen. Andererseits wirken die Art und Weise der Kampagnenführung und -berichterstattung auf die Wähler zurück und verstärken deren Prädispositionen in Bezug auf eine „zweit-rangige“ Wahl und einen eben solchen Wahlkampf. Ursache und Wirkung sind hier nur schwer auseinander zu halten. Die empirisch belegten Manifestationen dieses Zusammenspiels von Parteien, Massenmedien und Wählern lassen sich jedoch auf zwei Wesensmerkmale verdichten:

Erstens schenken Parteien wie Massenmedien den Europawahlen im Vergleich zu nationalen Wahlen eine geringere Aufmerksamkeit und engagieren sich in reduziertem Maße. Ihr geringeres *Commitment* bringen die Parteien in Form von „low key campaigns“ (Bicchi et al. 2003: 38) bzw. *Kampagnen zweiter Ordnung* zum Ausdruck. Gemeint sind damit Parteienkampagnen, die mit relativ geringen personellen, finanziellen, sachlichen und zeitlichen Ressourcen geplant und ausgeführt werden (vgl. Gerstlé et al. 2002: 61ff.; Bicchi et al. 2003: 31ff.). Diese Herangehensweise führt dazu, dass der Professionalitätsgrad der Kampagnen hinter dem von nationalen Wahlkämpfen zurückbleibt, dass kostenintensive Narrowcasting-Aktivitäten ebenso selten sind wie ein aufwändiges Ereignis- und Newsmanagement oder das Spielen auf der multimedialen Klaviatur (vgl. u.a. Tenscher 2007; de Vreese 2009; Holtz-Bacha 2010: 15ff.). Damit sind die Parteien und Kandidaten auch „mitverantwortlich“ für das defizitäre Ausmaß der Berichterstattung. EU-weit muss diesbezüglich eine in quantitativer Hinsicht eher beiläufige, marginalisierte Zuwendung des Journalismus zum Thema „Europawahl“ konstatiert werden (vgl. de Vreese et al. 2006, 2007). Überdies schaffen das gebremste Engagement der Parteien und Kandidaten sowie eine kaum wahrnehmbare Berichterstattung ein Wahlkampfumfeld, das den Eindruck des Publikums, bei Europawahlen gehe es um weniger als bei Bundestagswahlen, erhärtet. Das in der „Nebenwahlthese“ identifizierte geringere Interesse der Wähler an der Europawahl und deren reduzierte Bereitschaft, sich an dieser zu beteiligen (vgl. Reif/Schmitt 1980: 10), sind somit nicht zuletzt auf ein zentrales *Vermittlungsproblem* der politischen Protagonisten und medialen Berichterstatter zurückzuführen. Hier weitet sich das immer wieder

beklagte und empirisch belegte Defizit an europäischer Öffentlichkeit (vgl. zusammenfassend Langenbacher/Latzer 2006) auf das für den europäischen Integrationsprozess zentrale Ereignis aus. Andersherum gilt: Würden die Kampagnen intensiver und professioneller geführt werden, würde wohl auch umfassender und prominenter über sie berichtet werden. Umso schwerer würde es den Bürgern und Wählern dann fallen, sich nicht mit dem Thema „Europawahl“ zu beschäftigen, und umso mehr Wähler wären schließlich bereit, sich – auf Basis eines gestiegenen EU-bezogenen Interesses und eines höheren Grads an Informiertheit – an der Wahl zu beteiligen (vgl. Gerstlé et al. 2002; Banducci/Semetko 2003; Tenscher 2005c; Niedermayer 2009a: 712). Allein, es ist zu bezweifeln, dass sich die Parteien oder die Massenmedien zukünftig stärker in Europawahlkämpfen engagieren würden. Dem entgegen steht ihre nationale Verankerung und Abhängigkeit von Stimmen bei nationalen Wahlen bzw. von größtmöglichen nationalen Publika.

Das zweite Grundmerkmal bisheriger Europawahlkämpfe steht nur im mittelbaren Zusammenhang mit den konstatierten Engagement- und Aufmerksamkeitsdefiziten: Neben der Lautstärke bleibt auch die *Tonlage*, die Parteien und Kandidaten in Europawahlkämpfen anschlagen und in der die Medien über diese berichten, nicht ohne Folgen für die Wahlkampfperzeption, die Wahlbeteiligung und das Wahlverhalten. Gemeint ist damit die Art und Weise des wahlkampfspezifischen Umgangs der politischen Protagonisten untereinander sowie dessen Rahmung in Form von Bildern, Köpfen (bzw. Personen und Kandidaten) und Stimmen (bzw. Themen und Positionen). Wird die Auseinandersetzung der Parteien in Europawahlkämpfen unter dieser Perspektive beleuchtet, fällt auf, dass diese im Vergleich zu nationalen Wahlkämpfen i.d.R. weniger konfrontativ und polarisierend ist (vgl. u.a. die Beiträge in Maier/Tenscher 2006). Den Nachrichtenmedien fehlt mitunter der Faktor „Konfrontation und Konflikt“, der die Berichterstattung stimulieren könnte.²² Hinzu kommt, dass die Parteien nur allzu oft darauf verzichten, Kandidaten mit ausreichendem Prominenzkapital bzw. entsprechendem -potenzial in die Europawahlkämpfe einzubinden. Dieses fehlt den meisten Europaabgeordneten sowieso. Ohne Köpfe und Gesichter fällt es aber nicht nur den Medien schwer, über die anstehende Wahl zu berichten, sondern den Wählern fehlt ein wesentlicher Anknüpfungspunkt zur Orientierung und Entscheidungsfindung im Wahlkampf (vgl. bereits Schulz 1983: 362f.). Letztlich führen auch die Stimmen, d.h. die öffent-

²² Dies muss jedoch nicht zwangsläufig zu einer Steigerung des Interesses der Rezipienten an der Europawahl oder gar zu Mobilisierungseffekten führen (vgl. Banducci/Semetko 2003: 11f.; Schoen 2010).

liche Rhetorik des politischen Personals und der Medientenor, nahezu zwangsläufig dazu, dass die Wähler das Wahlspezifische – die europäische Dimension – kaum wahrnehmen (können). Beide, Parteien und Massenmedien, betonen in Europawahlkämpfen in hohem Maße nationale Themen und beleuchten europäische Themen und Ereignisse vorwiegend aus einem nationalstaatlichen Blickwinkel. Zu einer entsprechenden Nationalisierung und Domestizierung des Wahlkampfgeschehens trägt schließlich die Dominanz nationaler Akteure in den Kampagnen und der Berichterstattung bei (vgl. Tenscher 2005d; de Vreese et al. 2006). Vor diesem Hintergrund erklärt sich, warum bei einer Vielzahl der Wähler die Wahrnehmung *nationaler* Themen, Probleme und Akteure die spezifisch europäische Dimension der Wahl überlagern. Europawahlen spielen eben nicht nur eine *nachrangige Rolle* für Parteien, Massenmedien und Wähler, sondern sie sind immer auch Stimmungstests für die Unterstützung der politisch Handelnden, für Themenprioritäten und Meinungen im *nationalen Kontext*.

Eine besondere Bedeutung kam diesem Stimmungstest im Superwahljahr 2009 zu: Die Europawahl diente den Parteien und Wahlkampfverantwortlichen, den Journalisten und Wählern, ob sie es wollten oder nicht, als Lackmустest für die anstehende Bundestagswahl. Welche Konsequenzen dieser Test für den nachfolgenden Bundestagswahlkampf hatte, möchte der vorliegende Band aufzeigen. Hierzu werden die Parteienkampagnen, die Medienberichterstattung und die Entscheidungsprozesse der Wähler im Vorfeld der Europawahl in einen *direkten Vergleich* mit jenen des Bundestagswahlkampfes 2009 gesetzt. Durch das stringent komparative Design aller Beiträge ist es erstmalig möglich, valide Aussagen über Gemeinsamkeiten, Divergenzen und Besonderheiten von Europa- und Bundestagswahlkämpfen zu treffen. Die vielfach untersuchte Nebenwahlthese (Fokus: Wähler) wird hierdurch am Beispiel Deutschlands systematisch zu einer *Nebenwahlkampfthese* (Fokus: Parteien und Massenmedien) ausgeweitet und auf den Prüfstand gestellt.²³

Bei der Lektüre der Beiträge muss jedoch die seltene zeitliche Nähe der beiden Wahlen im Jahr 2009 berücksichtigt werden. Angesichts der skizzierten wahlzyklischen Effekte dürften manche Facetten der Parteienkampagnen, der Medienberichterstattung und des Wählerverhaltens im Vorfeld der Europawahl 2009 in besonderem Maße „nebensächlich“ ausgefallen und damit untypisch sein. Zugleich sind aber auch Rückwirkungen des Europawahlkampfes und -ergebnisses auf den nachfolgenden Bundestagswahlkampf wahrscheinlich.

²³ Für einen ebenfalls vergleichenden, auf die Parteienwerbung zur Europa- und Bundestagswahl 2009 fokussierten Blick vgl. Holtz-Bacha 2010c; Lessinger/Holtz-Bacha 2010.

Entsprechend bedürfen einige der in diesem Band präsentierten Befunde einer zusätzlichen Validierung in Form eines Vergleiches, der unterschiedlichen Wahlzyklen Rechnung trägt. Dies ist umso mehr der Fall, als die politische Konstellation einer Großen Koalition im Bund, die beschriebene Häufung von Wahlterminen und letztlich die Einflüsse der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise die Wahlen des Jahres 2009 nachhaltig berührten (vgl. Korte 2010; Krewel et al. 2011). So drängt sich der Eindruck auf, dass nicht nur die Europawahl im unmittelbaren Vorfeld der Bundestagswahl in besonderem Maße „nebensächlich“ ausfiel, sondern auch der Bundestagswahlkampf 2009 in vielerlei Hinsicht eher „second-order“ war. Inwiefern es sich hierbei um ein einmaliges Ereignis handelte oder das Jahr 2009 den Beginn insgesamt ruhiger, unaufgeeregter, ja langweiliger Wahlkampagnen in Deutschland markierte, welche die Wähler kaum zur Wahl motivieren können, gilt es angesichts zukünftiger politischer Konstellationen und situativer Einflüsse zu überprüfen. Dazu bedarf es weiterer longitudinaler, aber auch ländervergleichender Untersuchungen von Haupt- und Nebenwahlkämpfen und -wahlen auf den unterschiedlichsten politischen Ebenen. Für diese soll der vorliegende Band einen Anstoß geben.

3 Zum Inhalt des Bandes²⁴

Die an dieser Stelle versammelten Beiträge stellen die beiden national ausgetragenen Wahlen des deutschen Superwahljahres 2009 auf den empirischen Prüfstand. Dabei steht die Frage nach der „Haupt- und Nebensächlichkeit“ bzw. nach der „Vor- und Nachrangigkeit“ des Bundestags- und Europawahlkampfes im Fokus des Interesses. Die Beiträge liefern hierzu verschiedene Indikatoren und Antworten, indem sie sich auf die Suche nach Gemeinsamkeiten, Unterschieden und Besonderheiten der beiden Wahlkämpfe unter einer konsequent vergleichenden Perspektive begeben. Dies geschieht mit jeweils spezifischem Blick auf das wahlkampftypische Beziehungsdreieck von Parteien, Medien und Wählern (vgl. u.a. Tenscher 2005d: 15). Von zentraler Bedeutung sind dabei die kommunikativen Austauschprozesse, die im Vorfeld der jeweiligen Wahl stattfinden und die sich in Form von Handlungen, Inhalten, Strategien und Perzeptionen manifestieren. Diese bündelt der Band in drei Abschnitten: 1.) Parteien, Kandidaten und deren Kampagnen, 2.) Angebote und Inhalte der Massenmedien

24 Ich danke Juliane Nagiller für ihre Unterstützung bei der Formatierung der Beiträge dieses Bandes.

und Neuen Medien sowie 3.) Resonanzen und Wirkungen der Kampagnen auf Medien und Rezipienten.

Den Auftakt des ersten Abschnitts bildet der Beitrag von *Sandra Brunsbach, Stefanie John, Andrea Volkens und Annika Werner*. Sie wenden sich der Angebotsseite der beiden Wahlkämpfe zu, indem sie die Wahlprogramme der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien empirisch durchleuchten. Ungeachtet einer beachtlichen Tradition der Analyse von Europawahlprogrammen sind diese bislang nicht in direktem Bezug zu den programmatischen Angeboten der Parteien im Vorfeld von Bundestagswahlen gesetzt worden. Mit der Überprüfung der Nebenwahlthese auf Basis des unmittelbaren Vergleichs betritt diese Studie also Neuland. Dabei wird deutlich, dass die Parteien 2009 – wie auch bei früheren Europawahlen (vgl. u.a. Wüst 2005) – in ihren schriftlichen Manifestationen durchaus auf europäische Themen, Ansichten und Ideale setzten. Die *Nebensächlichkeit*, mit der die politischen Protagonisten der Europawahl im Vergleich zur Bundestagswahl begegneten, kommt somit nicht inhaltlich zum Ausdruck, sondern eher im geringeren Ressourceneinsatz und in der stärkeren Polarisierung der Europawahlprogramme.

Der anschließende Beitrag von *Jens Tenschler* beschäftigt sich weniger mit dem Ausgangspunkt, den programmatischen Grundlagen, sondern mit dem Verlauf der Parteienkampagnen 2009. Hierzu werden die strukturellen Voraussetzungen und strategischen Ausrichtungen der Parteien unter dem Blickwinkel der Professionalität untersucht. Die Analyse weitet den Vergleich der 2009er Kampagnen um die jene der Jahre 2004 bzw. 2005 aus. Das longitudinale Design zeigt, dass alle Parteien ihre Organisationsstrukturen im Superwahljahr 2009 für beide Wahlkämpfe stärkten, jedoch unter strategischen Gesichtspunkten vergleichsweise wenig Neues lieferten. Die Gegenüberstellung der jeweiligen Europa- und Bundestagswahlkämpfe untermauert zudem die Annahme einer Art *Professionalisierung in zwei Schritten bzw. auf zwei Ebenen* (vgl. Tenschler 2007): Ungeachtet parteispezifischer Charakteristika und eines entsprechenden „Kampagnensoges“, der vom Bundestags- auf den Europawahlkampf ausstrahlte, agierten nahezu alle deutsche Parteien im Vorfeld der Europawahl weniger professionell als beim nachfolgenden „Hauptwahlkampf“. Für beide Wahlkämpfe können allerdings keine auffälligen Defizite im Kampagnenmanagement gefunden werden, die deren geringen Widerhall in der publizistischen und allgemeinen Öffentlichkeit in Gänze erklären würden.

Dieser Eindruck verstärkt sich beim Blick auf den anschließenden Beitrag von *Uta Rußmann*. Vor dem Hintergrund der „Internet-Euphorie“, die die 2008er Kampagne Barack Obamas in den USA und bei europäischen Beobachtern auslöste, werden die Webangebote der Parteien erstmalig einer unmittelbar

vergleichenden Strukturanalyse unterworfen. Diese bestätigt den aus früheren, wahlspezifischen Studien bekannten Eindruck (vgl. Schweitzer 2009, 2010), dass sich deutsche Parteien, was die Vielfalt ihres Internetangebots und insbesondere dessen interaktiven Potenziale angeht, z.T. noch stark zurückhalten. Unabhängig von den Parteien und dem Wahltyp dienen Websites in Deutschland demnach zuvorderst einer *top-down information strategy*. Mobilisierungs- und Partizipationselemente stellen die Ausnahme dar. Überdies signalisiert die wahlvergleichende Analyse, dass, obwohl Europa- und Bundestagswahl im Jahr 2009 dicht aufeinanderfolgten, die Parteien doch zwischen den Wahlen differenzierten und ihr Internetangebot im Vorfeld der nationalen Hauptwahl im September ausweiteten.

Während sich die Unterschiedlichkeit zwischen Haupt- und Nebenwahlkämpfen also beim Blick auf die Parteien- und Webkampagnen „von oben“ bestätigt, führt die Analyse „von unten“ zu einem weniger eindeutigen Bild. Diese Perspektive nehmen *Heiko Giebler* und *Andreas M. Wüst* ein, die sich den Kandidatenkampagnen in einer wahlebenen- und ländervergleichenden Analyse widmen. Der Ländervergleich zur Europawahl 2009 verweist darauf, dass Unterschiede im individuellen Kampagneneinsatz vor allem auf die Wahlchance, die Existenz von Präferenzstimmen, die inhaltliche Position und Größe einer Partei zurückzuführen sind. Im innerdeutschen Vergleich der beiden Wahlkämpfe bestätigt sich überdies die Annahme eines in finanzieller Hinsicht bei Europawahlkämpfen reduzierten Engagements der Kandidaten. Weniger klar fällt allerdings der Blick auf die investierte Zeit und die eingesetzten Mittel aus. Hier unterscheiden sich vor allem aussichtslose von chancenreicheren Kandidaten: Letztere waren in beiden Wahlkämpfen des Jahres 2009 deutlich stärker involviert und nutzten mehr Kampagnenkanäle.

Vor dem Hintergrund des Engagements der Parteien und deren Versuche, Einfluss auf die Medienberichterstattung zu nehmen, widmen sich die vier Beiträge des zweiten Abschnitts des Bandes der medialen Darstellung, den Angeboten und Inhalten der Europa- und Bundestagswahlkämpfe 2009. Den Auftakt hierzu liefert die wahl- und zeitvergleichende Inhaltsanalyse der Berichterstattung überregionaler Printmedien von *Jürgen Wilke*, *Christian Schäfer* und *Melanie Leidecker*. Der Beitrag knüpft an frühere Vergleichsstudien an (vgl. insbes. *Wilke/Reinemann 2005*) und dehnt den Untersuchungszeitraum auf dreißig Jahre (1979-2009) aus. Dadurch erhärtet sich der wohlbekanntes Eindruck, dass über Europawahlen in Deutschland nicht nur weniger als zu nationalen Hauptwahlzeiten berichtet wird, sondern dass hier vor allem nationale Perspektiven auf Themen und Akteure dominieren. Das Wahljahr 2009 stellt allerdings eine gewisse Zäsur dar: Im Vergleich zu den beiden vorangegangenen

Wahlkämpfen wurde noch nie so wenig über eine Bundestags- und noch nie so viel über eine Europawahl berichtet. Dadurch konnte sich der Eindruck einer nebensächlichen Bundestagswahl 2009 (s.o.) verstärken. Ähnlich ist schließlich die Entwicklung der Berichterstattung über die vergangenen dreißig Jahre hinweg: Kommentierung, Personalisierung und Visualisierung haben in dieser Zeit sowohl bei Europa- als auch bei Bundestagswahlkämpfen in der deutschen Presse an Gewicht gewonnen.

Dass das Ausmaß der Marginalisierung der Berichterstattung über Europawahlkämpfe kein Spezifikum der Presse ist, untermauert der Beitrag von *Hajo G. Boomgarden, Claes H. de Vreese* und *Holli A. Semetko*. Dieser nimmt die Berichterstattung der reichweitenstärksten Fernsehnachrichtensendungen unter die Lupe. Die Inhaltsanalyse verweist auf eine deutlich geringere Präsenz des Themas „Europawahl“ gegenüber dem Thema „Bundestagswahl“ in den letzten drei Wochen vor dem jeweiligen Wahltag. Interessanterweise wurden jedoch in der Berichterstattung über die Europawahl 2009 die nationalen Akteure von den EU-Akteuren übertroffen – ein Novum in der Fernsehberichterstattung über Europawahlen in Deutschland (vgl. de Vreese et al. 2006) und zugleich eine Annäherung an die Presseberichterstattung im Jahr 2009 (s.o.). Sollte sich dieser Trend fortsetzen, würde die EU zusehends ein europäisches Gesicht erhalten. Das Bild, das von Europa in den TV-Nachrichten zu Wahlkampfzeiten präsentiert wird, scheint zudem deutlich weniger konfrontativ auszufallen, als dies für nationale Hauptwahlen der Fall ist. Ob dieses Zusammenspiel von geringerer Präsenz, Dominanz von EU-Akteuren und vergleichsweise geringer Konflikt-haltigkeit mit ursächlich für die geringe Wahlbeteiligung ist, gilt es weiter zu überprüfen.

Wie gering tatsächlich die Präsenz des Themas „Europawahl“ im Superwahljahr 2009 ausfiel, unterstreicht ein Blick weg von den tagesaktuellen und hin zu den diskursiven Formaten, die das Fernsehen den Politikern zur Selbstdarstellung bietet. Diesen widmet sich der Beitrag von *Andreas Dörner* und *Ludgera Vogt*. Ihre Untersuchung von rund hundert Politikerauftritten in den Personality-Talkshows des Fernsehens verdeutlicht, dass einer umfänglichen Personalisierung im Zuge des Bundestagswahlkampfes eine De-Personalisierung und De-Thematisierung im Vorfeld der Europawahl gegenübersteht. Lediglich der FDP-Abgeordneten und -Spitzenkandidatin Silvana Koch-Mehrin gelang es, ihr seit der Europawahl 2005 (vgl. Tenschler 2005b: 45f.) gestiegenes *Prominenzkapital* zu nutzen, um als einzige Europapolitikerin Eintritt in die Talkrunden zu bekommen. Demgegenüber wurde der Bundestagswahlkampf 2009 zu großen Teilen auf dem Boulevard der Talk-Formate ausgetragen. Hierin spiegelt sich nicht nur eine Asymmetrie in der Prominenz der Kandidaten wider, sondern

auch die unterschiedliche Relevanz, die die Fernsehsender Europa- und Bundestagswahlkämpfen offensichtlich zuweisen. Die Wahlen zum Europäischen Parlament scheinen diesbezüglich schlichtweg nicht als geeigneter Gegenstand von Gesprächsrunden angesehen zu werden, wodurch der Nebenwahl in diesen Formaten die demokratietheoretisch notwendige Aufmerksamkeit versagt bleibt.

Abseits von der massenmedialen Berichterstattung wurde im Superwahljahr 2009 so viel wie nie zuvor über die Europa- und Bundestagswahlen im Internet berichtet und diskutiert. In diesem Zusammenhang beschäftigt sich der Beitrag von *Christoph Bieber* und *Christian Schwöbel* vor allem mit den sogenannten Web-2.0-Angeboten in den beiden Wahlkämpfen. Diesen kam besonders im Bundestagswahlkampf eine herausgehobene Bedeutung zu, halfen sie doch den Parteien dabei, Offline-Angebote (z.B. Werbespots) wiederzuverwerten und Echtzeit-Kommunikation via Twitter zu stimulieren. Beide Kommunikationskanäle wurden im Vorfeld der Bundestagswahl in stärkerem Maße genutzt als vor der Europawahl, weswegen die Autoren eine *technologisch phasenverschobene Ausprägung digitaler Wahlkampfführung* konstatieren. Als wesentliche Internetinnovation des Wahljahres 2009 bleiben speziell jene Angebote in Erinnerung, die die Social-Media-Aktivitäten der politischen Protagonisten beobachten und analysieren halfen. Entsprechende Monitoring-Websites und Aggregatoren-Dienste wurden von einigen Multimediafirmen und Beratungsagenturen betrieben. Sie mögen zukünftig zur Re-Vitalisierung politischer Teilöffentlichkeiten beitragen. Diesbezüglich lässt die Entwicklung im nationalstaatlichen Rahmen jedoch mehr Hoffnung aufkommen als die bisherigen Erfahrungen mit europaweiten Angeboten.

Im dritten Abschnitt des Bandes werden schließlich die Resonanzen und Wirkungen der Wahlkampfkommunikation untersucht. Dabei geht es *Marko Bachl* und *Frank Brettschneider* sowohl um die Frage, inwiefern die Parteien mit ihren Themen auf die Medienagenda durchdrangen und wie sie bewertet wurden, als auch um die Frage, wie sich Medienagenda und Bevölkerungsagenda im Vorfeld der Europa- und Bundestagswahl 2009 entwickelten. Die inhaltsanalytischen Befunde unterstreichen zunächst die Dominanz des Themas „Wirtschaftspolitik“ im Superwahljahr 2009, ein Thema, bei dem weder die CDU und noch weniger die SPD punkten konnten: Sowohl in der Medienberichterstattung als auch in der Bevölkerungsmeinung überwogen diesbezüglich die kritischen Einschätzungen. Dabei zeigen sich kaum Unterschiede in der Berichterstattung und der Entwicklung der vorseiten der Bevölkerung zugeschriebenen Problemlösungskompetenzen zwischen den beiden Wahlkämpfen. Da den beiden Volksparteien auch hinsichtlich des zweitwichtigsten Themas beider Wahlkämpfe, der „Arbeitsmarktpolitik“, von großen Teilen der Bevölkerung keine Lösungskom-