

Christian Wiencierz

Vertrauen in politische Parteien

Der Einfluss von Gesprächen
über Wahlwerbung auf die
Vertrauenswürdigkeit



Springer VS

Vertrauen in politische Parteien

Christian Wiencierz

Vertrauen in politische Parteien

Der Einfluss von Gesprächen
über Wahlwerbung auf die
Vertrauenswürdigkeit

Christian Wiencierz
Münster, Deutschland

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades Dr. phil. im Fachbereich Erziehungswissenschaft und Sozialwissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster, 2016

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG)

ISBN 978-3-658-15566-7 ISBN 978-3-658-15567-4 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-15567-4

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 2017

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.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Strasse 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Interpersonale Kommunikation ist nicht nur ein entscheidender Faktor, der die Effektivität von Wahlwerbung beeinflussen kann. Sie ist auch entscheidend für die Erstellung einer Dissertation. Bei der Erstellung dieser Arbeit habe ich viele Gespräche mit Personen geführt, ohne die ich diese Arbeit nicht hätte fertigstellen können.

Eine große Unterstützung habe ich von Prof. Dr. Ulrike Röttger erfahren. Jede Phase dieser Arbeit wurde von ihr intensiv und warmherzig begleitet. Ihr verdanke ich viele anregende Diskussionen.

Ebenso danke ich Prof. Dr. Regina Jucks und meinen Kollegen aus dem Graduiertenkolleg für die unzähligen, intensiven Gespräche über mein Forschungsprojekt. Besonderen Dank an die Kolleg-Kowis Sarah Westphal und Anil Kunnel, an Katharina Gisela Pöppel, Dennis Dreiskämper, Christina Wohlers, Phillip Romeike, dem alten Borussen, Franziska Thon, Aythen Özgür und Ricarda Moll. Ebenso möchte ich den damaligen Forschungsstudenten Florian Winterlin und Lena Vogel für die Mitarbeit danken. Nicht zu vergessen ist Stephan Völlmicke, dem Rückgrat des Kollegs.

Das Verfassen dieser Dissertation hat weiß Gott nicht immer Spaß gemacht. Umso dankbarer bin ich für unsere Dissertations-Selbsthilfegruppe mit Hannes Leuchte und Sarah Kohler. Die „Therapiesitzungen“ waren aufbauend und fachlich eine sehr große Hilfe!

Bei der Fertigstellung haben mich Matthias Stanke, mein Bruder Manfred Wiencierz und Helena Clute unterstützt. Danke für eure Unterstützung.

Mein ganz besonderer Dank geht an meine Mutter, die mir nicht nur während der Doktorarbeit immer unterstützend und liebevoll zur Seite stand und immer alles Erdenkliche für meinen Bruder und mich getan hat, um uns das Beste zu ermöglichen.

Euch und Ihnen allen ein großes Dankeschön!

Schließlich danke ich der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Diese hat das Graduiertenkolleg „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“ finanziert und uns Kollegiaten damit hervorragende Forschungsbedingungen ermöglicht. Ebenso einen großen Dank an Dieter Storll und Mindline Media GmbH für die freundliche Unterstützung bei meiner Studie.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	15
1.1	Problemstellung	15
1.2	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	19
2	Die problembehaftete, riskante Beziehung zwischen Bürgern und Parteien	23
2.1	Das kontingente Handeln politischer Parteien als Grundproblem	24
2.2	Die Beziehung zwischen Bürgern und Parteien in einer Risikogesellschaft	28
2.3	Die Asymmetrie von Informationen zugunsten von Parteien als Risikofaktor	34
2.4	Zusammenfassung: Die Stimmabgabe als riskante Handlung für Bürger	39
3	Vertrauen als Mechanismus zur Tolerierung von Risiko	43
3.1	Interpersonales Vertrauen als riskante Vorleistung zur Tolerierung von Risiko	44
3.2	Vertrauen als Notwendigkeit für die Beziehung zwischen Bürgern und Parteien	51
3.3	Das Spannungsverhältnis zwischen Vertrauen und Kontrolle	61
3.4	Vertrauen in politische Parteien als Prozess	68
3.5	Vertrauen in Parteien durch die strategisch vermittelten Zeichen der Parteien	79
3.6	Zusammenfassung: Vertrauen als Zielgröße strategischer Parteienkommunikation	84
4	Die Wahlentscheidung als Vertrauensprozess	87
4.1	Der sozialpsychologische Ansatz der Michigan-Schule	88
4.2	Das sozialpsychologische Modell der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess	95
4.3	Zusammenfassung: Die Stimmabgabe als Vertrauenshandlung	101
5	Werben um das Vertrauen der Bürger mittels Wahlwerbung	103
5.1	Wahlkampagnen als strategische Informationsvermittlung	104

5.2	Wahlwerbung als Teilkampagne einer Wahlkampagne.....	110
5.3	Wirkung von Wahlwerbung	115
5.4	Zusammenfassung: Wahlwerbung als Vertrauenswerbung.....	122
6	Der Einfluss interpersonaler politischer Kommunikation auf die Wirkung von Wahlwerbung.....	127
6.1	Interpersonale politische Kommunikation – eine Begriffsbestimmung	127
6.1.1	Direkte interpersonale politische Kommunikation in einer Dyade ..	128
6.1.2	Direkte interpersonale politische Kommunikation in einer Gruppe.	137
6.1.3	Technisch vermittelte interpersonale politische Kommunikation....	141
6.2	Direkte interpersonale Einflüsse auf die politische Meinungsbildung	146
6.3	Der Einfluss interpersonaler Kommunikation auf die Kampagnenwirkung.....	151
6.4	Zusammenfassung: Gespräche über Wahlwerbung als vertrauensrelevante Faktoren	158
7	Forschungsfrage und Hypothesen	163
8	Methodisches Vorgehen der Datenerhebung.....	169
8.1	Entwicklung der Fragebögen und Operationalisierung	170
8.1.1	Erwartungen und das wahrgenommene Risiko	171
8.1.2	Interpersonale politische Kommunikation	173
8.1.3	Die Wahlentscheidung als Vertrauensprozess	174
8.1.4	Die Rezeption von Wahlwerbekampagnen	177
8.1.5	Weitere Variablen	177
8.2	Pretest	178
8.3	Durchführung der Befragung.....	180
8.3.1	Zeitrahmen	180
8.3.2	Grundgesamtheit und Stichproben	181
9	Darstellung der Ergebnisse	185
9.1	Prüfung der Voraussetzungen der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess.....	185
9.2	Die Rezeption von Wahlwerbung.....	194
9.3	Gespräche stimuliert durch Wahlwerbung.....	201
9.4	Die Wirkung der Gespräche über Wahlwerbung auf die Vertrauenswürdigkeit von politischen Parteien	208
9.5	Der Einfluss der Vertrauenswürdigkeit von Parteien auf die Wahlabsicht für diese Parteien.....	215

10 Vertrauen in politische Parteien durch Gespräche über Wahlwerbung	221
10.1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	221
10.2 Kritische Auseinandersetzung und offengebliebene Fragen.....	224
10.3 Positive Gespräche durch Wahlwerbung als strategisches Ziel von Wahlwerbekampagnen.....	232
11 Literaturverzeichnis.....	237
12 Anhang.....	261

Abbildungen

Abbildung 1: Vertrautheits- und Vertrauenssituation als Kontinuum (eigene Darstellung angelehnt an Kohring, 2004, pp. 101–102).....	50
Abbildung 2: Das Verhältnis von Vertrauensbereitschaft und Ressourcenaufwand als Kontinuum (eigene Darstellung).....	64
Abbildung 3: Vertrauen und Misstrauen als bipolares Kontinuum (eigene Darstellung).....	66
Abbildung 4: Ein Modell von Vertrauen nach Mayer et al. (Proposed model of trust (Mayer et al., 1995, S. 715)).....	69
Abbildung 5: Vertrauen in politische Akteure als Prozess (eigene Darstellung in Anlehnung an Mayer et al. (1995, p. 715)).....	77
Abbildung 6: Der Entscheidungstrichter beeinflusst die Wahlentscheidung (The funnel of causality predicting vote choice (Dalton, 2002, p. 173)).....	89
Abbildung 7: Das erweiterte sozialpsychologische Modell der Wahlentscheidung nach Asher (1983, p. 343).....	94
Abbildung 8: Das modifizierte sozialpsychologische Modell des Wählerverhaltens (Brettschneider, 2002, p. 213).....	96
Abbildung 9: Sozialpsychologisches Modell der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess (eigene Darstellung).....	100
Abbildung 10: Aufmerksamkeitsstärke der Wahlwerbung im Verlauf des Wahlkampfes zur Bundestagswahl 2002 (Podschuweit & Dahlem, 2007, p. 223).....	120
Abbildung 11: Sozialpsychologisches Modell der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess unter Berücksichtigung möglicher Einflüsse von Wahlwerbung.....	125
Abbildung 12: Schematische Darstellung einer interaktiven interpersonalen Kommunikation in einer Dyade (eigene Darstellung).....	136
Abbildung 13: Sozialpsychologisches Modell der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess unter Berücksichtigung möglicher Einflüsse von Wahlwerbung und interpersonaler politischer Kommunikation (IPK).....	161

Abbildung 14: Analysebereiche des sozialpsychologischen Modells der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess unter Berücksichtigung der Einflüsse von Wahlwerbung und interpersonaler politischer Kommunikation (IPK).....	165
Abbildung 15: Mittelwerte für die Vertrauenswürdigkeit der CDU und der SPD in Abhängigkeit davon, ob über die Wahlwerbung der CDU bzw. der SPD gesprochen wurde (2. Erhebung, N = 322).....	209
Abbildung 16: Mittelwerte für die Vertrauenswürdigkeit der CDU in Abhängigkeit der Konnotation der Gespräche über die CDU (2. Erhebung, n = 99).....	211
Abbildung 17: Mittelwerte für die Vertrauenswürdigkeit der SPD in Abhängigkeit der Konnotation der Gespräche über die SPD (2. Erhebung, n = 83).....	211
Abbildung 18: Mittelwerte für die Konnotation der Gespräche über die CDU in Abhängigkeit der Parteineigung (2. Erhebung).....	213
Abbildung 19: Mittelwerte für die Konnotation der Gespräche über die SPD in Abhängigkeit der Parteineigung (2. Erhebung).....	213

Tabellen

Tabelle 1: Stichproben der drei Erhebungswellen unterteilt nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region in Prozent.....	182
Tabelle 2: Stichproben der drei Erhebungswellen unterteilt nach Einkommen in Prozent	183
Tabelle 3: Stichproben der drei Erhebungswellen unterteilt nach der Parteineigung in Prozent.....	184
Tabelle 4: Die Risikowahrnehmung im Zusammenhang mit der Bundestagswahl 2013 in Prozent (N = 496).....	187
Tabelle 5: Die Erwartungen an die favorisierte politische Partei in Prozent (N = 496).....	188
Tabelle 6: Die Wahrnehmung der Wahlwerbung in Prozent, 2. Erhebungswelle (N = 322).....	195
Tabelle 7: Die Wahrnehmung der Wahlwerbung in Prozent, 3. Erhebungswelle (N = 264).....	197
Tabelle 8: Häufigkeiten der Gespräche über Wahlwerbung der CDU und der SPD in Prozent	201
Tabelle 9: Anlass der Gespräche über Wahlwerbung der CDU und der SPD in Prozent (Mehrfachnennung möglich).....	204
Tabelle 10: Die Rezeption von Wahlwerbung in Prozent (2. und 3. Erhebung, n = 264).....	206
Tabelle 11: Die Rezeption der Wahlwerbung der CDU und der SPD in Prozent (2. und 3. Erhebung, n = 264).....	207
Tabelle 12: Die Gespräche über Wahlwerbung der CDU und der SPD in Prozent (2. und 3. Erhebung, n = 264).....	208
Tabelle 13: Die Konnotation der Gespräche über die CDU und über die SPD in Abhängigkeit der Parteineigung in Prozent (2. Erhebung).....	212
Tabelle 14: Ergebnisse einer linearen Regression mit der Vertrauenswürdigkeit der CDU in Abhängigkeit der Konnotation der Gespräche über die CDU (2. Erhebung).....	215
Tabelle 15: Ergebnisse einer linearen Regression mit der Vertrauenswürdigkeit der SPD in Abhängigkeit der Konnotation der Gespräche über die SPD (2. Erhebung).....	215

Tabelle 16: Binär logistische Regression mit der Wahlabsicht CDU in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der CDU und der Bewertung der Spitzenkandidatin Merkel (1. Erhebung)	216
Tabelle 17: Binär logistische Regression mit der Wahlabsicht SPD in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der SPD und der Bewertung des Spitzenkandidaten Steinbrück (1. Erhebung).....	217
Tabelle 18: Binär logistische Regression mit der Wahlabsicht CDU in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der CDU und der Bewertung der Spitzenkandidatin Merkel (2. Erhebung)	218
Tabelle 19: Binär logistische Regression mit der Wahlabsicht SPD in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der SPD und der Bewertung des Spitzenkandidaten Steinbrück (2. Erhebung).....	218
Tabelle 20: Binär logistische Regression mit der Stimmabgabe für die CDU in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der CDU und der Bewertung der Spitzenkandidatin Merkel (3. Erhebung)	219
Tabelle 21: Binär logistische Regression mit der Stimmabgabe für die SPD in Abhängigkeit der Vertrauenswürdigkeit der SPD und der Bewertung des Spitzenkandidaten Steinbrück (3. Erhebung)	219

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Für Organisationen ist Vertrauen eine wertvolle, immaterielle Ressource. Durch Vertrauen steigt die Akzeptanz für die Handlungen von Organisationen sowie die Unterstützung für ihre Aktivitäten. Dadurch wird der Handlungsspielraum von Organisationen erweitert. Vertrauen gilt zudem als Schlüsselfaktor für eine beständige und loyale Beziehung zu den Stakeholdern der Organisationen. Es ist somit die Basis dafür, dass Organisationen in einer modernen, ausdifferenzierten Gesellschaft auf Dauer ihre Ziele erreichen können (Grayson, Johnson & Chen, 2008, S. 241; Ki & Hon, 2007, S. 422–423; R. M. Morgan & Hunt, 1994, S. 22). Auch für politische Parteien als politische Organisationen ist das Vertrauen der Stakeholder als Ressource essenziell, insbesondere das Vertrauen der Bürger als einer der für sie wichtigsten Stakeholder. Vertrauen ist ein entscheidender Faktor, der zur Akzeptanz von Parteiaktivitäten führt und die Legitimität, die Handlungsfähigkeit sowie die Wirksamkeit von politischen Parteien steigert (Benz, 2002, S. 275; Braithwaite & Levi, 1998b, S. 5; Hetherington & Husser, 2012, S. 313; Preisendörfer, 1995, S. 270). Zudem sind politische Parteien an durch Vertrauen begünstigten, beständigen und loyalen Beziehungen zu möglichst vielen Bürgern interessiert, weil sie auf die Unterstützung von Bürgern in Form der Stimmabgabe angewiesen sind (Braun, 2013, S. 50; Schmitt, 2014, S. 11). Auch politische Akteure sehen Vertrauen als bedeutend an: Angela Merkel betonte beispielsweise nach der Bundestagswahl 2013 immer wieder, dass ihr Wahlsieg großes Vertrauen der Menschen in CDU/CSU ausdrücke (cdutv, 2013; FAZ.net, 2013). Trotz der Bedeutung des Vertrauens der Stakeholder in politische Parteien wurde dieses Forschungsfeld bisher kaum systematisch aufgearbeitet. Die vorliegende Arbeit knüpft an dieser Forschungslücke an und setzt sich mit dem Vertrauen der Bürger in politische Parteien auseinander.

Vertrauen ist allgemein ein vielschichtiges Phänomen und ein aktuelles Thema zugleich. Die Untersuchung des Vertrauens in politische Parteien ist dabei nicht nur für die politischen Parteien relevant, sondern auch für das politische System als Ganzes. Diese Annahme fußt zunächst auf soziologischen Aus-

führungen, wonach Vertrauen allgemein „ein elementarer Tatbestand des sozialen Lebens“ (Luhmann, 1968, S. 1) ist und „eine mögliche Lösung für das Problem der Bildung sozialer Ordnung“ (Kohring, 2004, S. 80) darstellt. Simmel (1983, S. 263) beschreibt Vertrauen als „eine der wichtigsten synthetischen Kräfte innerhalb der Gesellschaft“. Durch Vertrauen werden Kooperationen ermöglicht (Barber, 1983, S. 19; Deutsch, 1976, S. 58; Putnam, 1993, S. 171). Übertragen auf das politische System ermöglicht Vertrauen Kooperationen zwischen Bürgern und politischen Akteuren, wodurch eine politische soziale Ordnung gebildet werden kann. Diese Kooperationen zwischen Bürgern und politischen Parteien sind deswegen von entscheidender Bedeutung, weil politische Parteien in einer Parteiendemokratie, wie beispielsweise Deutschland, eine Schlüsselrolle einnehmen: Sie sind politische intermediäre Akteure, d.h. Bindeglieder zwischen Bürger und Staat (Bernauer, Jahn, Kuhn & Walter, 2013, S. 288; Höhne, 2006, S. 42; Schmitt-Beck & Weick, 2001; Strøm, 2009, S. 180). Somit ist Vertrauen in politische Parteien in Parteiendemokratien für das Funktionieren des gesamten politischen Systems essenziell. Ohne ein Mindestmaß dieses Vertrauens können solche politischen Systeme nicht reibungslos funktionieren (Benz, 2002, S. 275). Durch fehlendes Vertrauen werden Kooperationen zwischen Bürgern und politische Parteien problematisch, wodurch letztendlich die Handlungsfähigkeit sowie die Wirksamkeit des ganzen politischen Systems beeinträchtigt werden.

Wenn Vertrauen nun eine so wesentliche Ressource für Organisationen ist, dann stellt sich die grundlegende Frage, ob Organisationen wie politische Parteien mit ihrer strategischen Kommunikation Vertrauen aufbauen bzw. stärken können. Die bisherigen Ausführungen machen jedenfalls deutlich, dass Organisationen Vertrauen als Zielgröße ihrer strategischen Kommunikation berücksichtigen sollten. Diese Feststellung wird noch durch die soziologischen Ausführungen untermauert, wonach Vertrauen vor allem durch die Selbstdarstellung des Vertrauensobjekts entsteht (Giddens, 1995, S. 109–110; Luhmann, 1968, S. 37–43). Die strategische Kommunikation von Organisationen, z.B. in Form von Kampagnen, nimmt somit eine zentrale Rolle beim Aufbau von Vertrauen ihrer Stakeholder ein (Ball, Coelho & Machás, 2004, S. 1284; Hon & Grunig, 1999, S. 10, 19; Ledingham & Bruning, 1998, S. 61–63). Für politische Parteien ist eine vertrauenswürdige Außendarstellung insbesondere in Zeiten von Wahlkämpfen entscheidend: In der Kommunikations- und Wahlkampfforschung wird Vertrauen als Schlüsselbegriff bezeichnet, weil die Chancen auf einen Wahlerfolg steigen, wenn politische Akteure es schaffen sich als vertrauenswürdige darzustellen und das Vertrauen der Bürger zu gewinnen (Jakob, 2007, S. 13). Wahlen können in diesem Zusammenhang als Vertrauentests interpretiert werden. Bürger beauftragen Parteien nur dann damit politische Entscheidungen über einen vorher definierten Zeitraum für sie treffen zu dürfen, wenn sie es schaffen, das Vertrau-

en der Bürger zu gewinnen (Gabriel, 1999, S. 206; Jakob, 2007, S. 13–14). Deswegen werben politische Parteien insbesondere vor Wahlen in Wahlkämpfen mittels ihrer vielfältigen strategischen Parteienkommunikation um das Vertrauen der Bürger.

In Zeiten des rasanten Wandels moderner Gesellschaften steigen der Bedarf und die Bedeutung von Vertrauen. Gleichzeitig wird es jedoch für politische Organisationen schwieriger um das Vertrauen der Bürger zu werben. Entwicklungen wie die wachsende Globalisierung, die Internationalisierung der Wirtschaft und die zunehmende gegenseitige Abhängigkeit der einzelnen gesellschaftlichen Teilbereiche sowie der einzelnen Staaten untereinander machen die Gesellschaft wesentlich komplexer (K.S. Cook & Cook, 2011, S. 236; Mancini & Swanson, 1996, S. 7–9). Diese sozialen, politischen und ökonomischen Entwicklungen sind für Menschen mit Unsicherheiten und Risiken verbunden. Beck (1986) bezeichnet solche modernen, ausdifferenzierten Gesellschaften gar als Risikogesellschaft. Es ist der stetige soziale, politische und ökonomische Wandel, der es politischen Akteuren erschwert, ihre Vorhaben und Prozesse zu vermitteln, um so das Vertrauen der Bürger zu gewinnen (Schönherr-Mann, 2002, S. 3). Zudem wird häufig eine Politikverdrossenheit, eine Erosion der Parteibindung sowie ein allgemeiner Vertrauensverlust beschrieben und politische Akteure werden als wenig vertrauenswürdig angesehen (Dalton, 2009, S. 23–29; Endreß, 2012, S. 87–88; Hetherington & Husser, 2012, S. 312). Vor dem Hintergrund der zunehmenden Komplexität moderner, sich stetig wandelnder Risikogesellschaften und der vermeintlichen Zunahme der Politikverdrossenheit, wird es für politische Parteien umso dringlicher, aber auch umso schwerer, mittels ihrer strategischen Parteienkommunikation das Vertrauen der Bürger in sie zu stärken.

In dieser Arbeit wird das Werben von Organisationen um das Vertrauen der Stakeholder mittels strategischer Kommunikation am Beispiel von politischen Parteien in Wahlkämpfen dargestellt. Gegenstand ist dabei die Wahlwerbung von politischen Parteien als eine Form der strategischen Kommunikation in Wahlkämpfen. Wahlwerbung kann im Vertrauenskontext als Gesuch von politischen Akteuren um das Vertrauen der Bürger verstanden werden (Brück, 2014, S. 77; Kern, 1989, S. 85–88). In den USA hat sich diese Form der strategischen Parteienkommunikation zu einer „dominant form of communication between candidates and voters“ (Kaid, 2004, S. 155) entwickelt. Auch in Deutschland messen Parteien Wahlwerbung einen großen Stellenwert bei. Das zeigt allein schon die Tatsache, dass Parteien auf diese Form der strategischen Kommunikation nicht verzichten und dafür ein entsprechend großes Budget in Wahlkampfzeiten zur Verfügung stellen (Jakubowski, 1998, S. 63; von Pape & Quandt, 2010, S. 397). In Zeiten der Digitalisierung wird Wahlwerbung auch verstärkt

online verbreitet und rezipiert (Farrell & Webb, 2009, S. 108–115; Toner, 2009, S. 158–160).

In der vorliegenden Untersuchung steht jedoch nicht die direkte Wirkung der Wahlwerbekampagnen auf das Vertrauen in politische Parteien im Fokus. Vielmehr wird hier argumentiert, dass eine Analyse der direkten Wirkung strategischer Organisationskommunikation auf das Vertrauen der Stakeholder unzureichend ist, wenn dabei nicht auch der interpersonale Einfluss der Stakeholder untereinander berücksichtigt wird. Aufgrund der Bedeutung des interpersonalen Einflusses wird der Frage nachgegangen, ob Bürger über Wahlwerbung und deren Inhalte sprechen, und welche Wirkung diese Gespräche auf das Vertrauen in Parteien haben. Die Bedeutung des interpersonalen Einflusses wurde dabei in diversen Bereichen herausgestellt. So zeigen Studien aus der Gesundheitskommunikation (vgl. z.B. Afifi et al., 2006; Hornik & Yanovitzky, 2003) oder des Marketings (vgl. z.B. C. Campbell, Pitt, Parent & Berthon, 2011; Ewing, Stewart, Mather & Neton, 2014; Keller & Fay, 2009) zum einen, dass Stakeholder über medial vermittelte Organisationskommunikation sprechen. Zum anderen können diese Gespräche die Wirkung der Organisationskommunikation beeinflussen. Durch die digitalen Kommunikationskanäle erhöht sich die Informationsdiffusion immens, indem Informationen, Meinungen und Kommentare über Organisationen vermehrt non-verbal, elektronisch verbreitet werden (Wattal, Schuff, Mandviwalla & Williams, 2010, S. 669–670). Somit kann allgemein von einer wechselseitigen Beziehung zwischen Medien und interpersonaler Kommunikation gesprochen werden: „Interpersonale Kommunikation wird von der Mediennutzung kontextualisiert und kontextualisiert diese zugleich.“ (Höflich, 2005, S. 86) In dieser Arbeit wird deswegen argumentiert, dass Gespräche unter Stakeholdern bei der Analyse des Einflusses strategischer Organisationskommunikation auf das Vertrauen in Organisationen berücksichtigt werden müssen: Interpersonale Kommunikation kann die Wirkung von medial vermittelter strategischer Organisationskommunikation entscheidend beeinflussen.

Studien aus dem Bereich der politischen Kommunikation machen ebenfalls deutlich, dass massenmedial vermittelte Botschaften von politischen Parteien Inhalt von Gesprächen unter Bürgern sind und jene Botschaften durch diese Gespräche weitergetragen werden. Neben der Diffusion von medial vermittelten Informationen zeigen Studien zudem, dass Bürger politische Botschaften kritisch bewertend und kommentierend weiterleiten (vgl. als Überblick Schmitt-Beck & Lup, 2013; Southwell & Yzer, 2007). Diese Gespräche können einen weitreichenden Einfluss auf die Meinungsbildung und Handlungsintentionen der Bürger haben. Es ist gut belegt, dass massenmedial vermittelte politische Informationen Inhalt von Gesprächen unter Bürgern sind, und dass diese Gespräche die politische Einstellung und den Wahlentscheidungsprozess beeinflussen können

(Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1968, S. 150; Schmitt-Beck, 2000, S. 405–415). Folglich liegt die Annahme nahe, dass wenn Bürger über Wahlwerbung und die darin vermittelten Botschaften sprechen, diese Gespräche auch einen Einfluss auf das Vertrauen in politische Parteien haben können. Diese als Forschungsfrage formulierte Annahme ist Gegenstand der vorliegenden Arbeit.

1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Untersuchung der Wirkung von Gesprächen über Wahlwerbung von politischen Parteien auf das Vertrauen der Bürger in diese Parteien. Die Arbeit beginnt mit den theoretischen Vorarbeiten, wobei die hier angestrebte Untersuchung gleich in mehrerer Hinsicht voraussetzungsreich ist. Die theoretische Aufarbeitung erfordert die Bestimmung der Begriffe Vertrauen, Wahlwerbung und interpersonale Kommunikation sowie die theoretische Aufarbeitung möglicher Zusammenhänge zwischen diesen Faktoren.

Nach der Einleitung wird in Kapitel 2 die Notwendigkeit von Vertrauen in politische Parteien beschrieben, welche als handelnde korporative Akteure verstanden werden. Dieses Vertrauen ist nötig, weil die Beziehung zwischen Bürgern und politischen Parteien grundlegend problembehaftet ist. Ein Grundproblem ist das kontingente Handeln politischer Parteien, das zu einer Komplexität politischer Prozesse führt, die wiederum von Bürgern in ihrer Gesamtheit in der Regel kaum durchschaut werden können. Zum anderen ist eine Zunahme von gesellschaftlichen Risiken zu beobachten, welche es politischen Parteien erschweren, den in sie gesetzten Erwartungen gerecht zu werden. Schließlich besteht das Problem der Informationsasymmetrie zugunsten von politischen Akteuren. Um das letzte Grundproblem der Asymmetrie der Informationen zu verdeutlichen, wird der aus der Wirtschaftswissenschaft stammende Prinzipal-Agent-Ansatz eingeführt und auf die Beziehung zwischen Bürgern und politischen Parteien übertragen. Bürger werden als Prinzipale verstanden, die mittels Wahlen politische Akteure beauftragen können, allgemein verbindliche politische Entscheidungen zu treffen. Die genannten Grundprobleme erschweren es Bürgern jedoch den richtigen Agenten zu wählen, zumal sie nach der Stimmabgabe auch in eine gewisse Abhängigkeit zu gewählten politischen Akteuren geraten. Deswegen können Bürger im Zusammenhang mit der Stimmabgabe ein Risiko wahrnehmen, denn es besteht immer das Risiko, dass politische Akteure die vor der Wahl an sie gerichteten Erwartungen enttäuschen werden.

Diese Risikowahrnehmung durch die Bürger kann für politische Parteien zu einem Problem werden. Im Zweifel werden Bürger keine Partei wählen, bei der sie eine große Unsicherheit bezüglich der Erfüllung der eigenen Erwartungen

verspüren. In Kapitel 3 wird Vertrauen als ein Mechanismus zur Tolerierung solcher wahrgenommenen Risiken in der Beziehung zwischen Bürgern und politischen Parteien beschrieben. Für die Darstellung der Funktion von Vertrauen im Allgemeinen werden insbesondere die soziologischen Vertrauenskonzepte von Luhmann (1968), Giddens (1995) und Kohring (2004) berücksichtigt und auf das Vertrauen in politische Parteien übertragen. Ein Defizit dieser soziologischen Theorien ist allerdings die fehlende Beschreibung des konkreten Vertrauensprozesses. Um einen Vertrauensprozess in der Beziehung zwischen Bürgern und politischen Parteien beschreiben zu können, wird deshalb das aus der Organisationspsychologie stammende Vertrauensmodell von Mayer, Davis und Schoorman (1995) herangezogen und auf das Vertrauen in politische Parteien übertragen. Ziel der theoretischen Vorarbeit ist zunächst die Herleitung eines Modells, welches Vertrauen in politische Parteien greifbar werden lässt. Denn nur durch eine Konkretisierung des Vertrauensbegriffs lässt sich Vertrauen zum Gegenstand einer wissenschaftlichen Untersuchung machen bzw. zu einer Zielgröße strategischer Parteienkommunikation.

Da sich die empirische Untersuchung dieser Arbeit auf den Wahlkontext bezieht, wird der hergeleitete allgemeine Vertrauensprozess in Kapitel 4 in den Wahlkontext verortet. Grundlage für die hier durchgeführte Verortung ist das modifizierte sozialpsychologische Modell des Wählerverhaltens von Brettschneider (2002, S. 213). Die Berücksichtigung dieses Modells verhilft den Wahlentscheidungsprozess als ein Vertrauensprozess darzustellen, mit den kurzfristigen Einflussfaktoren Parteien- und Kandidatenorientierungen und der Parteiidentifikation als vorgelagerter langfristiger Einflussfaktor. Um das Teilziel der Bestimmung des Vertrauensbegriffs im Wahlkontext zu erreichen, werden somit insbesondere Vertrauensansätze aus der Kommunikationswissenschaft, der Soziologie, der Psychologie und der Politikwissenschaft berücksichtigt. Es wird bewusst ein interdisziplinärer Vertrauensansatz gewählt, um so die verschiedenen Aspekte des Vertrauens im komplexen Wahlkontext deutlich machen zu können. Zudem wird ein handlungstheoretischer Ansatz von Vertrauen beschrieben, weil die Wahl einer politischen Partei in dieser Arbeit als Vertrauenshandlung interpretiert wird.

In Kapitel 5 wird Wahlwerbung als eine Kommunikationsmaßnahme beschrieben, mit der politische Parteien um das Vertrauen der Bürger werben. Dabei ist Wahlwerbung in der Regel in eine Wahlkampagne eingebunden und wird selber meist als Kampagne initiiert. Im Verständnis des Prinzipal-Agent-Ansatzes senden Parteien mittels verschiedener Formen von Wahlwerbung Signale an Bürger. Dadurch wollen Parteien Aufmerksamkeit erzeugen und das öffentliche Bild über sich in ihrem Sinne prägen. Eine solche strategische Informationsvermittlung seitens politischer Parteien in Wahlkampfzeiten ist erforder-

lich, weil sie von den Wählerstimmen der Bürger abhängig sind. Parteien brauchen die Legitimation der Bürger, um politische Macht auf Zeit zu erhalten. Die Beziehung zwischen Parteien und Bürgern ist somit ein interdependentes Verhältnis. Entsprechend müssen Parteien in einen Wettbewerb um die Wählergunst treten und um die Wähler werben.

In Kapitel 6 wird deutlich gemacht, dass Gespräche über die Parteienkommunikation zu einer unberechenbaren, indirekten Wirkung dieser Parteienkommunikation führen können. Zunächst wird in diesem Kapitel das Gespräch respektive der Begriff der interpersonalen Kommunikation bestimmt. Der bisherige Forschungsstand zeigt, dass die Definition der Begriffe häufig vernachlässigt wird. Ähnlich wie bei Vertrauen bestehen dabei auch bei der interpersonalen Kommunikation diverse Auffassungen darüber, was unter diesem Phänomen zu verstehen ist. Um Gespräche auch in Gruppen darstellen zu können, wird der Begriff der Gruppe ebenfalls beschrieben. Es wird zwischen sog. Primär- und Sekundärgruppen unterschieden. Dies hilft bei der späteren Einordnung der Forschungsergebnisse, ob z.B. Gespräche überwiegend mit (Ehe-)Partnern geführt wurden, oder auch mit Personen, zu denen eine losere soziale Bindung besteht. Anschließend wird die interpersonale Kommunikation unter den veränderten Bedingungen der Digitalisierung dargestellt. Durch die neuen Kommunikationstechnologien kann diese Kommunikation verstärkt technisch vermittelt erfolgen. Die Darstellung des Forschungsstands macht deutlich, dass interpersonale Kommunikation, egal ob von Angesicht zu Angesicht oder technisch vermittelt, die Wirkung strategischer Parteienkommunikation entscheidend beeinflussen kann, weshalb diese immer bei der Planung, Durchführung und Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen berücksichtigt werden sollte.

Die theoretischen Herleitungen münden in der Modellierung des Vertrauens in politische Parteien als Prozess im Kontext von Wahlen unter Berücksichtigung der Einflüsse der Gespräche über Wahlwerbung. Auf Basis des entworfenen sozialpsychologischen Modells der Wahlentscheidung als Vertrauensprozess wird in Kapitel 8 und 9 die Durchführung der Untersuchung beschrieben. Es werden zunächst das methodische Vorgehen und die Operationalisierung der Untersuchungsgegenstände Vertrauen, Wahlwerbung sowie Gespräche über Wahlwerbung dargestellt, bevor im nächsten Kapitel die empirische Prüfung der aufgestellten Forschungsfrage folgt. Für diese Analyse werden Daten einer repräsentativen, dreiwöchigen Online-Panelbefragung herangezogen, die während des Wahlkampfs zur Bundestagswahl 2013 durchgeführt wurde. Untersuchungsgegenstand ist die Wahlwerbung der CDU und der SPD im Vorfeld der Bundestagswahl. Die Voraussetzung für die Analyse des Einflusses von Gesprächen über Wahlwerbung ist dabei das Gespräch über die Wahlwerbung. Deswegen wird zu Beginn des empirischen Teils gezeigt, dass die verschiedenen Werbe-

formen der Wahlwerbekampagnen Inhalt interpersonaler Kommunikation waren. Anschließend wird der Einfluss dieser Gespräche auf den Vertrauensprozess beschrieben.

Die Darstellung der Untersuchung wird mit der Evaluation abgeschlossen. Im letzten Kapitel 10 werden die Erkenntnisse dieser Arbeit zusammengefasst. Zudem werden die Limitationen dieser Studie aufgeführt sowie die Implikationen für die Praxis herausgestellt.

Diese Arbeit versteht sich als eine explorative Studie über die Wirkung der im Zusammenhang mit Wahlwerbung geführten interpersonalen Kommunikation auf die Wahlentscheidung. Das theoretisch hergeleitete Modell, in dem die Wahlentscheidung als Vertrauensprozess beschrieben wird, unter Berücksichtigung der Einflüsse der Wahlwerbung sowie der Gespräche über Wahlwerbung, wird dabei nicht in seiner ganzen Komplexität empirisch überprüft werden können. Dafür wäre eine größere und breiter angesetzte Studie nötig, die aus forschungsökonomischen Gründen für diese Arbeit nicht geleistet werden kann. Deswegen konzentriert sich diese Arbeit auf die für die Fragestellung relevanten Faktoren, insbesondere auf die Gespräche über Wahlwerbung und die Vertrauenswürdigkeit von politischen Parteien als Basis für den Vertrauensprozess. Dennoch kann diese Arbeit einen Beitrag zu der Erforschung des Vertrauens in politische Parteien im Kontext einer Wahl leisten. Das theoretisch hergeleitete Modell deutet die Komplexität des Vertrauens in Parteien an und macht den Vertrauensprozess gleichzeitig greifbar. Somit können Hinweise gegeben werden was zu beachten ist, wenn Vertrauen das Ziel der strategischen Organisationskommunikation werden soll. Zudem wird die Bedeutung von interpersonaler Kommunikation für die Wirkung von Wahlwerbung auf das Vertrauen in Parteien theoretisch wie auch empirisch herausgestellt. Diese Erkenntnis wird als Plädoyer formuliert, Gespräche unter Stakeholdern bei der Planung, Durchführung und Evaluation von strategischer Organisationskommunikation, wie z.B. Wahlwerbung von politischen Parteien, zu beachten bzw. zumindest nicht generell zu ignorieren.

2 Die problembehaftete, riskante Beziehung zwischen Bürgern und Parteien

Bevor der Begriff Vertrauen als einer der zentralen Untersuchungsgegenstände bestimmt wird, wird im folgenden Kapitel zunächst herausgestellt, dass die Beziehung zwischen Bürgern und politischen Akteuren aus mehreren Gründen problembehaftet ist. Mit politischen Akteuren sind hier sowohl politische Parteien als auch Politiker, als Repräsentanten der Parteien, gemeint. Die Beschreibung dieser Probleme macht die Notwendigkeit von Vertrauen deutlich. Als ein Grundproblem wird das kontingente Handeln politischer Akteure ausgemacht, was die Komplexität politischer Prozesse erhöht. Komplexität wiederum bedeutet Unsicherheit. Zudem wird die moderne, ausdifferenzierte Gesellschaft, in der wir leben, als eine Risikogesellschaft beschrieben. In einer solchen Gesellschaft sind die Handlungen politischer Akteure sowie die politischen Prozesse als Ganzes für Bürger schwer nachvollziehbar und durchschaubar. Erschwert wird eine Antizipation der Handlungen politischer Akteure noch dadurch, dass eine Asymmetrie der Informationen bezüglich politischer Probleme zugunsten der politischen Akteure besteht. Die Problematik der Informationsasymmetrie wird in diesem Kapitel anhand des auf die Beziehung zwischen Bürgern und politischen Akteuren übertragenen Prinzipal-Agent-Ansatzes beschrieben. Diese grundlegenden Probleme können für Bürger eine Kooperation mit politischen Akteuren nicht nur unsicher, sondern auch riskant machen. Gleichzeitig sind Bürger auf eine solche Kooperation mit politischen Akteuren bzw. auf deren Expertenwissen angewiesen (Schönherr-Mann, 2002, S. 3; Strøm, 2000, S. 266). Nur politische Akteure können kollektiv verbindliche politische Entscheidungen treffen (Schmitt, 2014, S. 31). Es besteht somit der Bedarf nach Vertrauen als Mechanismus, der Bürgern dazu verhilft mit dem wahrgenommenen Risiko in der Beziehung zu politischen Akteuren umgehen zu können.

2.1 Das kontingente Handeln politischer Parteien als Grundproblem

Ein grundlegendes Problem, mit dem sich Menschen moderner, funktional ausdifferenzierter Gesellschaften auseinandersetzen müssen, ist die Komplexität dieser Gesellschaften. Im Folgenden wird herausgestellt, dass Komplexität zwei Komponenten hat: eine rückwärtsgewandte und eine in die Zukunft gerichtete Komponente. Erstere richtet sich auf die Problematik der Einschätzung von Kausalzusammenhängen einer beobachteten Wirkung. Die in die Zukunft gerichtete Komponente bezieht sich auf die unsichere Wirkung einer aus der Überfülle an Möglichkeiten verwirklichten Handlung (Luhmann, 1968, S. 1–6; Renn & Klinke, 2012, S. 61). So können Menschen bei rückwärtsgewandten Ursachenzuschreibungen von bestimmten beobachteten Wirkungen in einer gegebenen Situation nicht automatisch auf die für die Wirkung verantwortlichen Ursachen schließen. Es gibt zahlreiche intervenierende Größen, welche die Beziehung von Ursache und Wirkung beeinflusst haben konnten oder beeinflussen können. Faktoren, wie eine zeitverzögerte Wirkung von bestimmten Ursachen, individuelle Unterschiede etc., vergrößern die Komplexität der Zusammenhänge zusätzlich (Renn & Klinke, 2012, S. 61; Renn, 2009, S. 34). „Komplexität verweist auf Kausalzusammenhänge, die nur schwer zu identifizieren und zu quantifizieren sind.“ (Renn, 2009, S. 34) Somit sind diese komplexen Ursache-Wirkungs-Beziehungen für Individuen oft nicht direkt beobachtbar.

Ein Ansatz, welcher die in die Zukunft gerichtete Komponente von Komplexität hervorhebt, ist jener von Luhmann (1968, S. 1–6). Demnach bedeutet Komplexität „die *Überfülle der Möglichkeiten des Erlebens und Handelns*, von denen in einer gegebenen Situation immer nur eine beschränkte Auswahl verwirklicht werden kann“ (Schneider, 2009, S. 251, H.i.O.). Unter Berücksichtigung der rückwärtsgewandten Komponente der Komplexität bedeutet dies, dass jene erlebten Ereignisse, deren Kausalzusammenhänge nur schwer nachvollzogen werden können, wiederum zu einer Überfülle an möglichen Handlungen führen. Die mit einer Handlung intendierte Wirkung muss allerdings nicht zwangsläufig erfolgen, weil es potenziell unzählige intervenierende Variablen gibt, welche die intendierte Wirkung beeinflussen können. In Anlehnung an die bisherigen Ausführungen von Renn (2009, S. 34; Renn & Klinke, 2012, S. 61) und Luhmann (1968, S. 1–6; vgl. auch Schneider, 2009, S. 251–254) werden für die Definition des Komplexitätsbegriffs die beiden beschriebenen Aspekte, die sich zum einen auf die Vergangenheit und zum anderen auf die Zukunft beziehen, integriert:

Komplexität ist eine Überfülle an Möglichkeiten des Erlebens, von denen in einer gegebenen Situation nur eine beschränkte Auswahl wahrgenommen wer-

den kann. Komplexität bedeutet, dass aufgrund einer unüberschaubaren Zahl an intervenierenden Einflussfaktoren, von denen nur eine beschränkte Auswahl wahrgenommen werden kann, und welche die Kausalzusammenhänge schwer identifizierbar und quantifizierbar machen, die erlebten Ereignisse nicht automatisch einer verantwortlichen Ursache zugeordnet werden können. In die Zukunft gerichtet ermöglichen wiederum die erlebten Ereignisse, mit ihren schwer identifizierbaren und quantifizierbaren Kausalzusammenhängen, eine Überfülle an Möglichkeiten des Handelns, von denen nur eine beschränkte Auswahl verwirklicht werden kann. Bei der verwirklichten Auswahl des Handelns muss aufgrund der Überfülle an möglichen intervenierenden Einflussfaktoren eine intendierte Wirkung nicht automatisch erfolgen.

Die in die Zukunft gerichtete Komponente der Komplexität ist für Vertrauen besonders bedeutend, da Vertrauen, wie noch geklärt wird, eine in die Zukunft gerichtete Konstruktion ist (siehe Kapitel 3.1). Daher wird auf diese Komponente nun etwas ausführlicher eingegangen, indem Luhmanns Ausführungen dargelegt werden. Menschen registrieren ständig eine Auswahl an unzähligen Möglichkeiten, abhängig davon wohin sie sich bewegen, was sie sich anschauen, was sie hören etc. Somit ist die Konstruktion der Welt, d.h. die Wahrnehmung, die Unterscheidung und die Reflektion der Möglichkeiten die Zukunft zu gestalten, subjektabhängig. An die erlebten Möglichkeiten schließen unzählige potenzielle Handlungen an, die verwirklicht werden können. Realisierbar ist aber nur ein Bruchteil dieser Alternativen (Luhmann, 1968, S. 1–6; vgl. auch Schneider, 2009, S. 251–254). Die Welt ist demnach kontingent, d.h. sie lässt unzählige Möglichkeiten zu, die nicht alle Wirklichkeit werden können: „Kontingent ist etwas, was weder notwendig ist noch unmöglich ist; was also so, wie es ist (war, sein wird), sein kann, aber auch anders möglich ist.“ (Luhmann, 1984, S. 152)

Den Menschen ist die Komplexität der Welt bewusst. Sie beobachten wie Andere aus einer Unzahl an Möglichkeiten selektieren und müssen ebenso selber selektieren. So entsteht die Welt eines jeden Individuums durch eine beobachterabhängige Selektivität, z.B. in Form von Erwartungen. Mit Hilfe von Erwartungen bildet der Mensch ein Repertoire an reduzierten Möglichkeiten. Diese Erwartungen basieren auf dem gegenwärtigen Wirklichkeitserleben, d.h. auf der Differenz von Wirklichkeit und Möglichkeit, und schaffen Orientierung. Erwartungen sind quasi ein Filter des Erlebens. Allerdings ist das Eintreten der erwarteten Möglichkeiten nicht sicher, denn die Lebenserfahrungen bleiben kontingent. Unerwartetes kann zu einem Lernprozess führen, der dieses Erwartungsrepertoire aktualisiert. Es besteht also eine prinzipielle Offenheit für neue Erfahrungen und Handlungen. Gleichzeitig besteht durch die Kontingenz eine grund-

sätzliche Ungewissheit. Kontingenz bedeutet somit auch Unsicherheit (Luhmann, 1984, S. 139–141; Schneider, 2009, S. 251–254).

Beim Aufeinandertreffen zweier Individuen verdoppelt sich die Kontingenz. Beide Akteure haben Erwartungen, d.h. sie berücksichtigen ausgewählte Möglichkeiten, die jeweils kontingent sind. Es entsteht das Grundproblem der doppelten Kontingenz, welches ein „grundsätzliches Problem sozialen Handelns“ (Kohring, 2004, S. 90) ist. Macht ein Akteur seine kontingente Auswahl an Erlebens- und Handlungsmöglichkeiten von der Auswahl eines anderen Akteurs abhängig, die ebenfalls kontingent ist, dann kann dies zu Problemen bei der Verknüpfung der Handlungen dieser beiden Akteure führen. Das grundsätzliche Problem dabei ist, dass beide Akteure für einander intransparent sind. Eine Antizipation der möglichen Handlung des Gegenübers ist demnach zwar grundsätzlich möglich, das sichere Wissen darum wie der andere handeln wird, ist dagegen unmöglich. Es fehlen in der Regel ausreichende Informationen über das Gegenüber und dessen Handlungsalternativen und -motivationen. Das Gegenüber kann sich immer anders entscheiden als erwartet, was eine Enttäuschung der gebildeten Erwartungen zur Folge haben kann (Kohring, 2004, S. 90; Luhmann, 1984, S. 156; Schneider, 2009, S. 256–258). Dementsprechend beschreibt die doppelte Kontingenz soziale Komplexität bzw. eine deutliche Vergrößerung der Komplexität, mit der Menschen als soziale Akteure umgehen müssen.

In modernen, ausdifferenzierten Gesellschaften machen Menschen sich nicht nur von den Handlungen anderer Personen abhängig, sondern auch von den Handlungen von Organisationen in denen Expertenwissen zusammengefasst ist (Giddens, 1995, S. 40–42; Renn, 2010, S. 173). Auch die Handlungen von Organisationen, wie z.B. von politischen Parteien, sind kontingent. Politische Parteien werden in dieser Arbeit als auf Dauer angelegte korporative Akteure verstanden, in denen politisches Expertenwissen zusammengefasst ist. Sie sind ein Zusammenschluss aus politisch gleichgesinnten Menschen mit bestimmten politischen Vorstellungen, welche die Umsetzung dieser Vorstellungen anstreben. Ziel ist es in der Regel Regierungsverantwortung zu übernehmen (Schubert & Klein, 2011, S. 222). Das Handeln einer Partei besteht aus dem Handeln vieler politischer Einzelakteure. Die Mehrzahl der Parteimitglieder ist den Bürgern dabei unbekannt. Gleichzeitig ist mehr als nur ein Repräsentant der Partei bekannt. Wenn sich nun Bürger mit ihren kontingenten Erlebens- und Handlungsmöglichkeiten von denen des korporativen Akteurs Partei abhängig machen, dann machen sie sich im Grunde von den Erlebens- und Handlungsmöglichkeiten von zahlreichen Parteimitgliedern abhängig. In diesem Fall, in dem mehrere Akteure ihre kontingenten Erlebens- und Handlungsmöglichkeiten voneinander abhängig machen, kann von einem Problem der Multikontingenz gesprochen werden (Dittrich, Kron & Banzhaf, 2003; Kron, Schimack & Lasarczyk, 2003, S. 381). Soziales

Handeln zwischen Bürgern und politischen Parteien bedeutet demnach eine Potenzierung des Kontingenzproblems und somit der Komplexität.

Die Handlungen von korporativen Akteuren sind ungleich schwieriger zu antizipieren als die Handlungen von Einzelakteuren: „underdeterminacy is even more obvious when we are confronted with the collective or combined actions of multiple individuals, whose complex interrelations produce emergent qualities, collective outcomes unexpected from the position of each participant.“ (Sztompka, 1999, S. 23) Aus dem Grund ist die Verknüpfung der Handlungen von Bürgern mit denen von politischen Parteien problematisch. So kann z.B. eine politische Partei in dem Konflikt stehen, die politischen Präferenzen der Bürger allgemein berücksichtigen zu müssen, während sie sich gleichzeitig gegenüber den aktiven Mitgliedern der Partei verantworten muss. Deren Präferenzen müssen aber nicht mit denen der anderen Bürger übereinstimmen (Lösche, 2013, S. 13; Saalfeld, 2007, S. 126). In dem Fall ist eine Antizipation der kontingenten Handlungen politischer Parteien schwierig, weil ungewiss ist an welchen Bedürfnissen sich die Partei im Konfliktfall orientieren wird.

Es sei noch darauf hingewiesen, dass reine doppelte und multiple Kontingenz in einer gesellschaftlichen Wirklichkeit nicht besteht (Luhmann, 1984, S. 168). Es gibt Normen, Regeln und Gesetze, die das Handeln von sozialen Akteuren prägen und die Erfüllung von Erwartungen wahrscheinlicher werden lassen. Dadurch wird es bis zu einem gewissen Grad auch möglich das Handeln Anderer zu antizipieren. Für Organisationen sind solche Regeln, die sie sich auch selbst auferlegen, sogar konstitutiv (Endruweit, 1981, S. 17–18; siehe Kapitel 3.3) Politische Parteien sind Konstrukte mit bekannten Prozess- und Entscheidungsstrukturen, mit bekannten führenden Mitgliedern bzw. Repräsentanten, mit einer grundsätzlichen programmatischen Ausrichtung etc. (Bernauer et al., 2013, S. 286–287; Hakhverdian & Mayne, 2012, S. 741; Saalfeld, 2007, S. 123–124). Das Konstrukt politische Partei hilft Bürgern dabei Erwartungen zu bilden bzw. verschafft Bürgern eine gewisse Sicherheit bei der Ausbildung von Erwartungen (siehe Kapitel 3.2). Dennoch bleibt eine Antizipation des Handelns von politischen Parteien aufgrund der Multikontingenz grundsätzlich schwierig, zumal Bürger auch ein Informationsdefizit gegenüber politischen Akteuren haben (siehe Kapitel 2.3). Dadurch bleibt die Verknüpfung der Handlungen des Bürgers mit den kontingenten Handlungen politischer Parteien, z.B. in Form der Stimmabgabe bei einer Wahl, mit Unsicherheit verbunden. Wie beschrieben, ist nichts sicher, was kontingent ist. Kontingent bedeutet, dass es auch anders möglich sein kann (Luhmann, 1984, S. 47). Enttäuschungen von Erwartungen sind möglich und wahrscheinlich. Die Zukunft wird so problematisch (Kohring, 2004, S. 89–90).

2.2 Die Beziehung zwischen Bürgern und Parteien in einer Risikogesellschaft

Wie beschrieben macht Kontingenz eine Gesellschaft komplex. Komplexität wiederum kann dazu führen, dass bei der Verknüpfung der Eigenhandlung mit der Fremdhandlung eines anderen sozialen Einzelakteurs oder korporativen Akteurs eine Unsicherheit wahrgenommen wird. Es besteht eine Unsicherheit darüber, ob die eigenen Erwartungen erfüllt werden oder nicht. Darüber hinaus wird eine Erfüllung der Erwartungen zusätzlich deshalb unwahrscheinlicher, weil die Handlungen in einem gesellschaftlichen Kontext verknüpft werden, welcher an Risiken zunimmt. Dadurch kann die Unsicherheit verstärkt werden. Um das Risiko in einer Vertrauensbeziehung deutlich zu machen und den zunehmend riskanten Kontext zu beschreiben, in dem die Vertrauensbeziehung integriert ist, wird im Folgenden der Begriff Risiko definiert. Risiko wird häufig im Zusammenhang mit Vertrauen explizit oder implizit genannt. In einigen Vertrauensansätzen ist Risiko ein zentraler Begriff (vgl. z.B. Coleman, 1990, S. 91; Giddens, 1995, S. 45–51; Luhmann, 1968, S. 21–29; Mayer et al., 1995, S. 724–726; Offe, 2001, S. 249; Schweer & Thies, 2003, S. 13; Uslaner, 2002, S. 17). Dennoch wird oft nur verkürzt wiedergegeben was darunter verstanden wird (Kohring, 2004, S. 89).

Risiko ist ein mentales Konstrukt, das dem Individuum hilft sich auf bestimmte Konsequenzen bei gewissen Handlungen einzustellen. Risiken, als subjektbezogene Produkte menschlichen Geistes, sind abhängig von der intuitiven Risikowahrnehmung (Jasanoff, 1999, S. 139; Renn, Schweizer, Dreyer & Klinke, 2007, S. 20). Unter dem Begriff Wahrnehmung werden hier „alle mentalen Prozesse verstanden, mit denen eine Person über die Sinne Signale aus der physischen Umwelt ebenso wie Informationen durch Kommunikation aufnimmt, verarbeitet und auswertet“ (Renn, 2010, S. 163). Potenzielle Risiken werden nach ihrer subjektiven Wahrnehmung eingestuft. Somit hängt das wahrgenommene Risiko u.a. davon ab, wie die Wirklichkeit interpretiert wird, welche Erlebnisse und Erfahrungen mit bisherigen Risiken gemacht wurden und wie die vermittelten Informationen über bestimmte Risiken verarbeitet werden (Renn, 2010, S. 163).

Zwei eng miteinander verwandte Begriffe sind Risiko und Gefahr. Gemeinsam haben die beiden Phänomene die Unsicherheit bezüglich zukünftiger Schäden. Mit einem Schaden ist eine persönliche Einbuße gemeint. Im allgemeinen Sprachgebrauch ist ein Schaden etwas, was eine Situation in eine negative, nicht wünschenswerte Weise verändert oder zu einem materiellen bzw. immateriellen Nachteil führt (Duden, 2014b). Es kann auch ein Nachteil sein, wenn ein möglicher Vorteil durch das Handeln einer anderen Person, durch eine Sache oder ein

Ereignis einer Person vorenthalten bleibt. Nach Luhmann (1991, S. 30–31) ist ein potenzieller Schaden eine Gefahr, wenn dieser der Lebensumwelt zugerechnet wird. In gefährlichen Situationen liegt die Ursache für die potenziellen Schäden außerhalb der eigenen Kontrolle, z.B. im Falle von Naturgewalten oder bei Entscheidungen anderer Personen oder Organisationen, von denen jemand abhängig ist, ohne einen Einfluss auf diese Entscheidungen zu haben. Risiko dagegen besteht, wenn ein potenzieller Schaden als Folge eigener Entscheidungen attribuiert wird, d.h. den eigenen Entscheidungen zugerechnet wird. So beschreibt Luhmann (2005b, S. 140) Krebs beispielhaft als ein Risiko für Raucher, weil diese sich aktiv für die gesundheitsschädliche Handlung entscheiden. Für Nichtraucher ist Rauchen eine Gefahr, weil diese krebsfördernde Handlung von anderen in der Lebensumwelt ausgeführt wird und Schäden durch Passivrauchen auftreten können. Risiko setzt somit ein Mindestmaß an Einflussnahme auf die Zukunft voraus. Im Gegensatz zur Gefahr kann die Höhe des Risikos in einem gewissen Umfang beeinflusst werden. Dadurch wird es möglich, die Handlungen zu modifizieren und so potenzielle Schäden zu vermeiden bzw. die negativen Folgen zu begrenzen. Weil Vertrauensgeber selber entscheiden, ob sie eine Vertrauensbeziehung eingehen oder nicht, mit dem möglichen Schaden, dass Vertrauensobjekte sie enttäuschen werden, handelt es sich bei einer Vertrauensbeziehung entsprechend auch um eine riskante Beziehung.

Egal ob in Vertrauensbeziehungen oder in anderen riskanten Situationen, das Abschätzen eines Risikos erfolgt nicht methodisch nach stringenten Analysekriterien. Stattdessen wird eine interessen geleitete Einschätzung nach Wahrnehmungsmustern durchgeführt, in die eigene Erfahrungen, Werthaltungen und äußere Reize einfließen. Diese in der Evolution entstandenen Wahrnehmungsmuster haben sich im Alltag bewährt (Renn, 2010, S. 163). Solche Wahrnehmungsmuster sind u.a. die Eigenschaften der Risikoquelle, der konkrete potenzielle Schaden, die Eigenarten der riskanten Situation, wie z.B. die persönliche Kontrollmöglichkeit und -fähigkeit, oder die Freiwilligkeit der Risikoübernahme. Informationen über den potentiellen Schaden, das Vertrauen in die öffentliche Kontrolle und in die Beherrschung von Risiken oder die Vertrauenswürdigkeit der Informationsquellen sind ebenfalls Wahrnehmungsmuster (Renn, 2010, S. 164–166).

Unter Berücksichtigung der Ausführungen von Renn (Renn et al., 2007, S. 20, 164–166) und Luhmann (1991, S. 30–31) wird Risiko für diese Arbeit wie folgt definiert:

Risiko ist ein auf die Zukunft gerichtetes, mentales Konstrukt über die Einschätzung von potenziellen Schäden, welche durch eigene Handlungen entstehen und bis zu einem gewissen Grad selber beeinflusst werden können. Dieses mentale

Konstrukt ist durch die Faktoren Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität charakterisiert.

Die drei Risikofaktoren Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität haben Renn und seine Kollegen (Renn & Klinke, 2012, S. 60–63; Renn et al., 2007, S. 164–166) beschrieben. Komplexität wurde bereits im Kapitel 2.1 bestimmt. Komplexität führt zu Unsicherheit, weil Komplexität Menschen dazu zwingt zu selektieren und der Selektionszwang wiederum Kontingenz bedeutet (Luhmann, 1984, S. 47). Die durch die Komplexität entstehende Unsicherheit wird in dieser Arbeit aus einer entscheidungs- und handlungstheoretischen Perspektive wie folgt abgeleitet:

Unsicherheit ist ein Zustand, in dem hinsichtlich der Zukunftserwartungen eines Handelnden ein Mangel an Sicherheit bewusst wahrgenommen wird. Der Ausgang einer Handlung kann viele mögliche Ergebnisse haben, welche der Handelnde nicht mit Sicherheit vorhersagen kann. Im Zustand der Sicherheit dagegen glaubt der Handelnde die Folgen seiner Handlung vorhersagen zu können.

Laut Renn und Klinke (2012, S. 61–62; vgl. auch Renn, 2009, S. 34) gründet Unsicherheit auf unvollständigem oder nicht vorhandenem Wissen¹. Das macht es schwierig das Eintreten oder die Wahrscheinlichkeit des Eintretens von potenziellen Schäden einzuschätzen. Die Komplexität, also die Vielzahl und die Variation an Variablen und Parametern, die die Wirkung von Handlungen und Ereignissen beeinflussen können, ebenso wie die Unbestimmtheit der Zusammenhänge sowie das fehlende Wissen über die Wahrscheinlichkeit des Eintretens eines Ereignisses, fördern die wahrgenommene Unsicherheit.

Die Generierung von Wissen kann die Unsicherheit und somit Risiko reduzieren, wobei Wissen nie vollständig sein kann. Allerdings ist es kein Automatismus, dass Wissen zu einer Reduzierung des wahrgenommenen Risikos führt. Der Grund dafür ist der dritte Risikofaktor Ambiguität. „Ambiguity indicates a situation of ambivalence in which different and sometimes divergent streams of thinking and interpretation about same risk phenomena and their circumstances are apparent.” (Renn & Klinke, 2012, S. 62) Grundlegend für diese Problematik ist der Unterschied zwischen Wissen und die Bewertung des Wissens. Trotz des gleichen Wissens kann durch Ambiguität eine unterschiedliche Bewertung und Interpretation der Informationen stattfinden, z.B. aufgrund unterschiedlicher Normen und Werte. Aufgrund der Ambiguität können Konsequenzen unter-

¹ Renn und Klinke (2012, S. 61–62) beziehen sich in ihren Ausführungen auf eine wissenschaftliche Unsicherheit. Ihre Annahmen wurden hier übertragen.

schiedlich interpretiert werden, woraus unterschiedliche Handlungsabsichten folgen können (Renn & Klinke, 2012, S. 62–63).

Ambiguität meint, dass eine Information mehr als eine Bedeutung haben und somit auf verschiedene Weise interpretiert werden kann.

Wie dargestellt sind Risiken also durch Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität charakterisiert. Die Ausprägung der jeweiligen Faktoren kann sich jedoch in den jeweiligen riskanten Situationen unterscheiden (Renn & Klinke, 2012, S. 63).

Die Wahl von politischen Akteuren wird in dieser Arbeit als Verknüpfung der Handlungen von Wählern mit den kontingenten Handlungen von politischen Akteuren interpretiert. Diese Verknüpfung wird in einem zunehmend risikoreichen gesellschaftlichen Kontext durchgeführt. In modernen, ausdifferenzierten Gesellschaften werden wahrgenommene Gefahren von außerhalb, denen die Menschen früher passiv ausgesetzt waren, zunehmend zu Risiken transformiert. Ermöglicht wird diese Transformation durch die Generierung von Wissen durch Experten (Luhmann, 1993, S. 161–162). Experten helfen Gefahren, deren Entwicklung sehr schwierig nachvollzogen werden können, wie z.B. Gesundheitsschäden durch Rauchen und schlechte Ernährung, zu erkennen und deren Auswirkungen zu verdeutlichen. Durch das Aneignen von Expertenwissen wird es Bürgern möglich, denkbare negative Handlungsfolgen, d.h. Risiken, zu antizipieren und ein persönliches Risikomanagement zu betreiben. Grundlage für eine solche Aneignung von Wissen ist das Vertrauen in die Experten, die eine solche Risikoabschätzung vornehmen (Giddens, 1995, S. 40–42; Renn, 2010, S. 173).

Allerdings wird es für die Experten immer schwieriger die ausgemachten Risiken zu regeln und zu bearbeiten. Moderne Gesellschaften unterliegen einem enormen sozialen, politischen und ökonomischen Wandel. Die einzelnen gesellschaftlichen Teilbereiche sind auf allen Ebenen oft unüberschaubar miteinander vernetzt und die Interdependenz dieser Bereiche steigt. Menschen sind heute Teil größerer, offener Netzwerke, in denen die Mitglieder in einer losen Beziehung zueinander stehen. Sie kooperieren mit anderen Menschen, die räumlich weit verteilt sind. Das Tempo der Wandlungsprozesse wird durch den stetigen technischen Fortschritt immer schneller und die Auswirkungen intensiver (K.S. Cook & Cook, 2011, S. 236, 244; Sztompka, 2006, S. 905–906). Risiken, deren globale Stärke alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Differenzierungen überschreitet, nehmen zu (Giddens, 1995, S. 157). Solche Risiken sind sog. systemische Risiken. „Systemische Risiken beziehen sich [...] auf *hochgradig vernetzte Problemzusammenhänge mit schwer abschätzbaren Breiten- und Langzeitwir-*

kungen, deren Beschreibung, Bewertung und Bewältigung mit erheblichen *Wissens- und Bewertungsproblemen* verbunden sind.“ (Renn et al., 2007, S. 176, H.i.O.) Systemische Risiken „affects the systems on which society depends – health, transport, environment, telecommunications, etc.“ (OECD, 2003, S. 30) Systemische Risiken sind Risiken der Moderne, die Grenzen überschreiten. Die Folgen systemischer Risiken reichen über den individuellen Schadensbereich und den Ort ihrer Entstehung weit hinaus. So können systemische Risiken transnationale Wirkungen haben. Sie können zudem systemübergreifende Folgen haben und zentrale gesellschaftliche Systeme, wie die Wirtschaft, die Finanzwelt und die Politik betreffen. Diese systemischen Risiken zeichnen sich darüber hinaus durch ein hohes Maß an Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität aus. Deswegen sind diese Risiken mit erheblichen Wissens- und Bewertungsproblemen verbunden (Renn et al., 2007, S. 176–181). Schwerwiegende Folgen solcher systemischen Risiken der letzten Jahre waren z.B. globale Finanzkrisen oder Umweltschäden durch Atomreaktorkatastrophen.

Diese Erkenntnisse führen zu einem für Vertrauen in politische Akteure essenziellen Punkt: Die gesellschaftlichen Risiken machen die Vertrauensbeziehung von Bürgern zu politischen Akteuren zusätzlich riskant. Zunächst einmal sind die kontingenten Handlungen politischer Akteure generell oft riskant (Luhmann, 1991, S. 155). Politische Akteure müssen in ihrem Alltag politische Entscheidungen treffen, deren tatsächliche Auswirkungen sich aufgrund der Komplexität der Gesellschaft meist erst im Nachhinein zeigen. Darüber hinaus ist die Verknüpfung der Handlung der Bürger mit jenen von politischen Akteuren in ein Umfeld eingebettet, in dem durch den technischen Fortschritt potenzielle systemische Risiken stetig zunehmen, wodurch sich die Komplexität politischer Prozesse erhöht. Bürger haben die Erwartung, dass vor allem politische Entscheidungsträger die Zukunft einer Gesellschaft in ihrem Sinne gestalten und antizipativ auf mögliche gesellschaftliche Gefährdungen reagieren. Politische Parteien sollen den gesellschaftlichen Wandel beobachten, eine Risikoabschätzung vornehmen und politische Konzepte vorlegen, um diesen Wandel zu gestalten. Es besteht die Erwartung der Bürger, dass die Politik sie vor negativen Ereignissen schützt oder die Folgen für die Bürger begrenzt und mögliche Risiken minimiert. Politische Akteure können ein Risikomanagement betreiben, das der einzelne Bürger nicht leisten kann (Gabriel, 2002b, S. 494; Newton, 2001, S. 211; Renn et al., 2007, S. 16). Aufgrund der Zunahme systemischer Risiken wird es für politische Akteure allerdings schwieriger dieser Aufgabe und diesen Erwartungen gerecht zu werden. So sind sie selber in erheblichem Maße von Expertenwissen aus den jeweiligen gesellschaftlichen Teilbereichen abhängig (U. Beck, 1986, S. 357–359). In einer modernen, unüberschaubaren, riskanten, industrialisierten