

Nach der Wahl ist vor der Wahl? Themenwahl und Verständlichkeit und der Parteien vor und nach der Bundestagswahl 2009

Eine Studie des Fachgebiets
für Kommunikationswissenschaft,
insbes. Kommunikationstheorie an der
Universität Hohenheim



Forschungsfrage und Forschungshintergrund

Forschungsfrage

Welchen Einfluss hat die Bundestagswahl auf die Parteienkommunikation?

- a. Wie wird die Themenwahl der Parteien beeinflusst?
- b. Wie wird die Verständlichkeit der Parteien beeinflusst?

Forschungshintergrund

Die in der Bevölkerung als wichtig wahrgenommenen Themen (Public Agenda) spielen eine entscheidende Rolle für den Wahlausgang. Es kann deshalb angenommen werden, dass die Parteien durch gezieltes Themenmanagement (z.B. Themenfokussierung, möglichst verständliche Kommunikation insbesondere der Kernthemen) im Wahlkampf versuchen, die Public Agenda in ihrem Sinne zu beeinflussen. Zum einen durch direkte Kommunikation mit den Bürgern (z.B. über ihre Homepages), zum anderen durch Medienarbeit (z.B. Pressemitteilungen).

Forschungshypothesen

1. Die Parteien fokussieren sich im Wahlkampf stärker als sonst auf wenige Kernthemen.
2. Die Parteien fokussieren sich im Wahlkampf stärker als sonst auf ihre Kernkompetenz-Themen.
3. Die Verständlichkeit der Parteienkommunikation ist im Wahlkampf höher als sonst.
4. Die Verständlichkeit der Parteien ist in ihren jeweiligen "Kernkompetenz-Themenfeldern" höher als die der anderen Parteien.

Untersuchungsdesign

- Methode: Quantitative Inhaltsanalyse (Themenanalyse und Lesbarkeitsanalyse)
- Untersuchungsobjekte: Pressemitteilungen und Homepage-News der sechs Bundestagsparteien
 - 1744 Homepage-News
 - 1372 Pressemitteilungen
- Untersuchungszeitraum: Juni 2009 bis März 2010 (10 Monate)
→ Unterteilung in drei Phasen
 1. Wahlkampf-Phase: 1. Juni – 27. September 2009
 2. Übergangsphase : 28. September – 30. November 2009
 3. Normalphase: 1. Dezember 2009 – 31. März 2010

Untersuchungsdesign

- Vorgehensweise
 1. Vollerhebung der Pressemitteilungen und Homepage-News, die im Untersuchungszeitraum auf den Partei-Homepages veröffentlicht wurden
 2. Aufteilung in thematische Abschnitte, Zuordnung der thematischen Abschnitte zu einer von 31 Themenkategorien
 3. Durchführung einer Lesbarkeitsanalyse
 4. Berechnung des sog. Hohenheimer Verständlichkeitsindex für alle untersuchten Texte (vgl. Anhang)

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

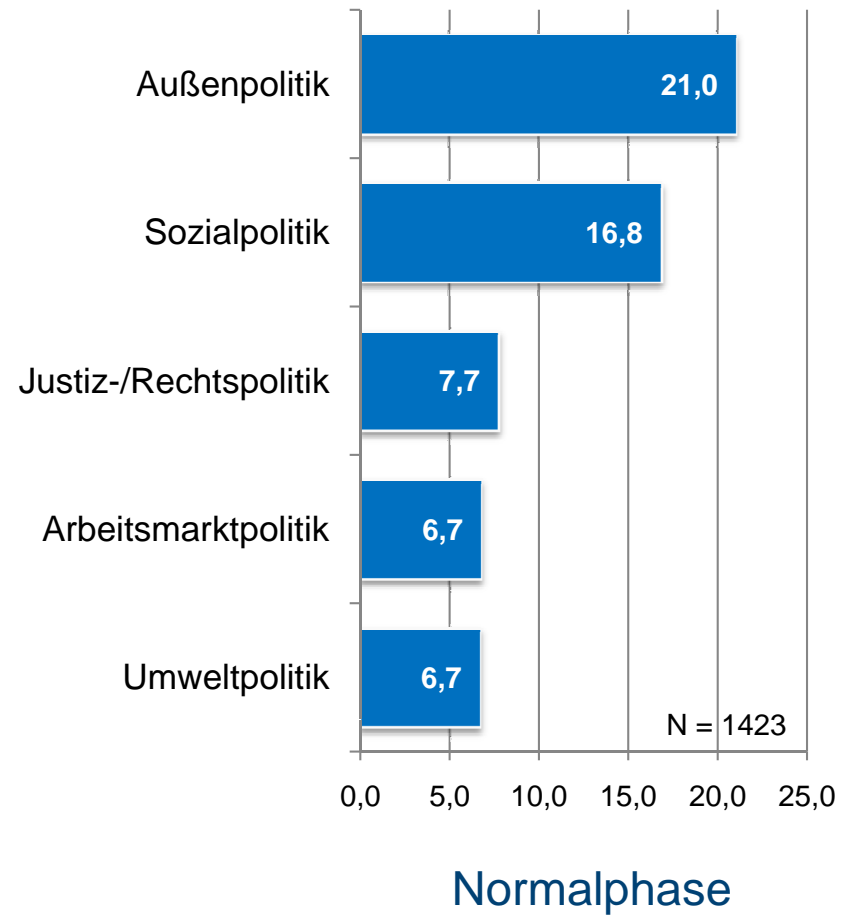
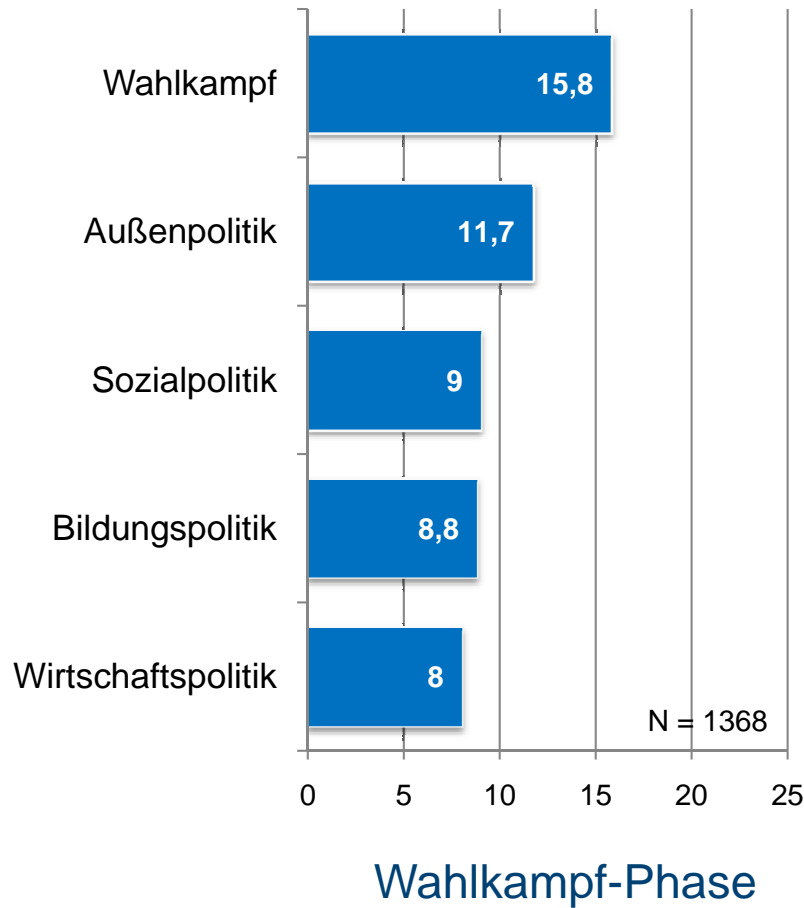
1. Die Parteien fokussierten sich im Wahlkampf **nicht** stärker als sonst auf wenige Kernthemen, sondern sogar weniger.
 2. Die **meisten** Parteien fokussierten sich im Wahlkampf stärker als sonst auf ihre Kernkompetenz-Themen (Ausnahme: CDU).
 3. Die Verständlichkeit der Parteienkommunikation ist im Wahlkampf **nicht** höher als sonst (Ausnahme: SPD).
 4. Die Verständlichkeit der Parteien ist in ihren jeweiligen "Kernkompetenz-Themenfeldern" **nicht generell** höher als die der anderen Parteien.
- Die Parteien verstießen im Wahlkampf 2009 gegen zentrale Regeln des Themenmanagements (Themen-Priorisierung, verständliche Kommunikation)

Die Top5-Themen im Wahlkampf und danach

- Betrachtet man die veröffentlichten Texte aller sechs Bundestagsparteien während der Wahlkampfphase, so entfallen mit Abstand am meisten Texte (15,8%) auf das Thema „Wahlkampf“ (Aussagen zum Stand des Wahlkampfs, Informationen über Umfrageergebnisse usw.). Dieser Zahl erhöht sich noch einmal deutlich (auf 28,6%), wenn nur der letzte Monat vor der Wahl betrachtet wird.
- Außenpolitik und Sozialpolitik zählen in der Wahlkampfphase zwar zu den wichtigsten fünf Themen, beim Vergleich mit der Normalphase lässt sich jedoch feststellen, dass sie im Wahlkampf vergleichsweise selten kommuniziert wurden.
- Inhaltliche Themen, die im Wahlkampf stärker dominierten als danach, sind die Bildungspolitik und die Wirtschaftspolitik. Nach der Wahl gewinnen hingegen die Themen Justiz- und Rechtspolitik, Arbeitsmarktpolitik und Umweltpolitik an Bedeutung.

Ergebnisse

Die Top 5-Themen vor und nach der Wahl



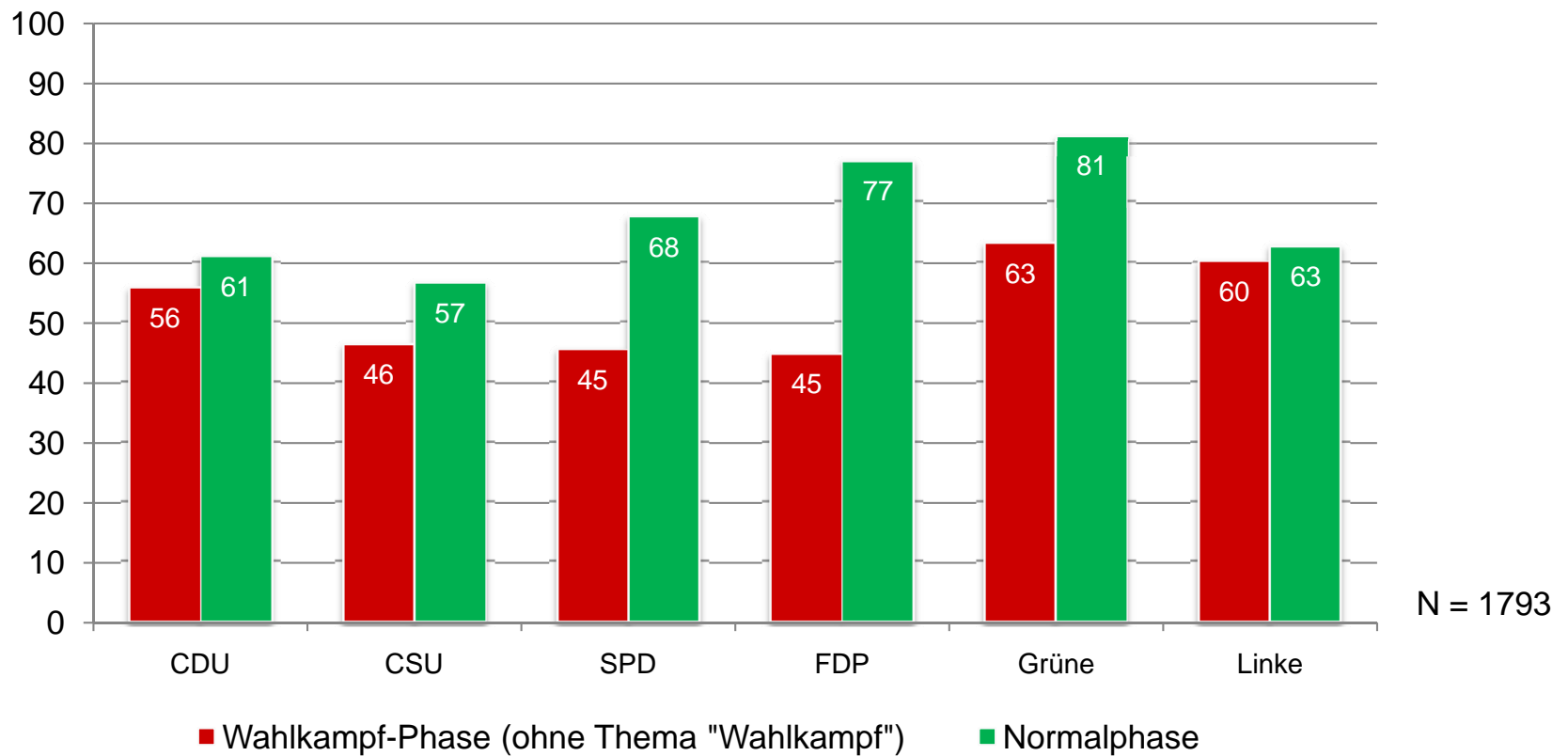
Generelle Themenfokussierung

- Betrachtet man den Anteil der inhaltlichen Top5-Themen (ohne Thema „Wahlkampf“) im Wahlkampf und der Normalphase, so zeigt sich, dass – entgegen den Erwartungen – bei allen Parteien im Wahlkampf eine geringere Themenfokussierung festzustellen ist als danach.
- Der Anteil der Top5-Themen ist bei allen Parteien im Wahlkampf niedriger als in der Normalphase. Die Veröffentlichungen verteilen sich demnach im Wahlkampf gleichmäßiger über die verschiedenen Themen als danach. Besonders stark ist dieser Effekt bei SPD, Grünen und Linke ausgeprägt.
- Der selbe Befund ergibt sich, in leicht abgeschwächter Form, auch dann, wenn das Thema „Wahlkampf“ zu den Top5-Themen hinzugerechnet wird.

Ergebnisse

H1: Die Themenfokussierung der Parteien

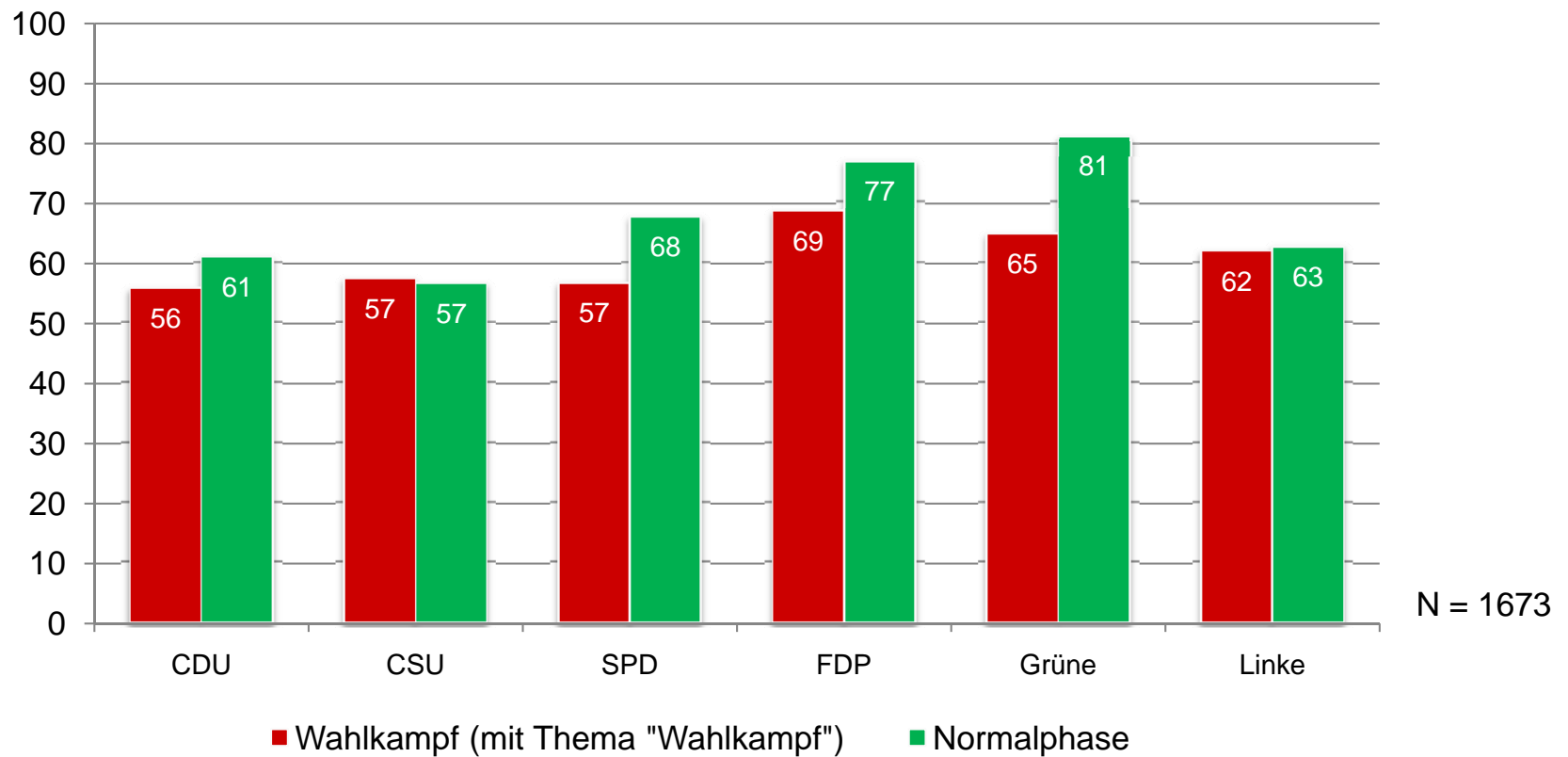
Anteil der Top5-Themen jeder Partei an allen Veröffentlichungen (in %)



Ergebnisse

H1: Die Themenfokussierung der Parteien

Anteil der Top5-Themen jeder Partei an allen Veröffentlichungen (in %)



Fokussierung auf Kompetenz-Themen

- Betrachtet man den alle Themen, die im Wahlkampf zu den Top5-Themen bei einer Partei zählten und nach der Wahl deutlich an Bedeutung verloren (Wahlkampfthemen), so fällt auf, dass hier bei fünf der sechs Parteien Themen vorkommen, die als Kompetenz-Themen der jeweiligen Parteien bezeichnet werden können.
- Außer der CDU haben damit alle untersuchten Parteien im Wahlkampf gezielt eines der Themen betont, in dem ihnen von den meisten Bürgern eine Kernkompetenz zugeschrieben wird.
- Besonders stark fällt die Betonung eines Kernkompetenz-Themas bei CSU und SPD aus. Bei der CSU sinkt der Anteil des Themas Wirtschaftspolitik nach der Wahl um 9,1 Prozentpunkte, bei der SPD sinkt der Anteil des Themas Bildungspolitik nach der Wahl um 6,9 Prozentpunkte.

Ergebnisse

H2: Fokussierung auf Kernkompetenz-Themen der Parteien

Top5-Themen mit deutlicher Abnahme von Wahlkampf- zu Normalphase

Partei	Themen	N	Abnahme (PP)
CDU	Umweltpolitik	32	-1,0
	Bildungspolitik	27	-4,3
CSU	Wirtschaftspolitik	29	-9,1
SPD	Bildungspolitik	42	-6,9
	Integrationspolitik	57	-4,8
FDP	Steuerpolitik	46	-1,8
Die Grünen	Umweltpolitik	24	-2,0
	Bildungspolitik	10	-4,9
Die Linke	Sozialpolitik	40	-1,3
	Wirtschaftspolitik	24	-4,0
	Bildungspolitik	18	-4,8



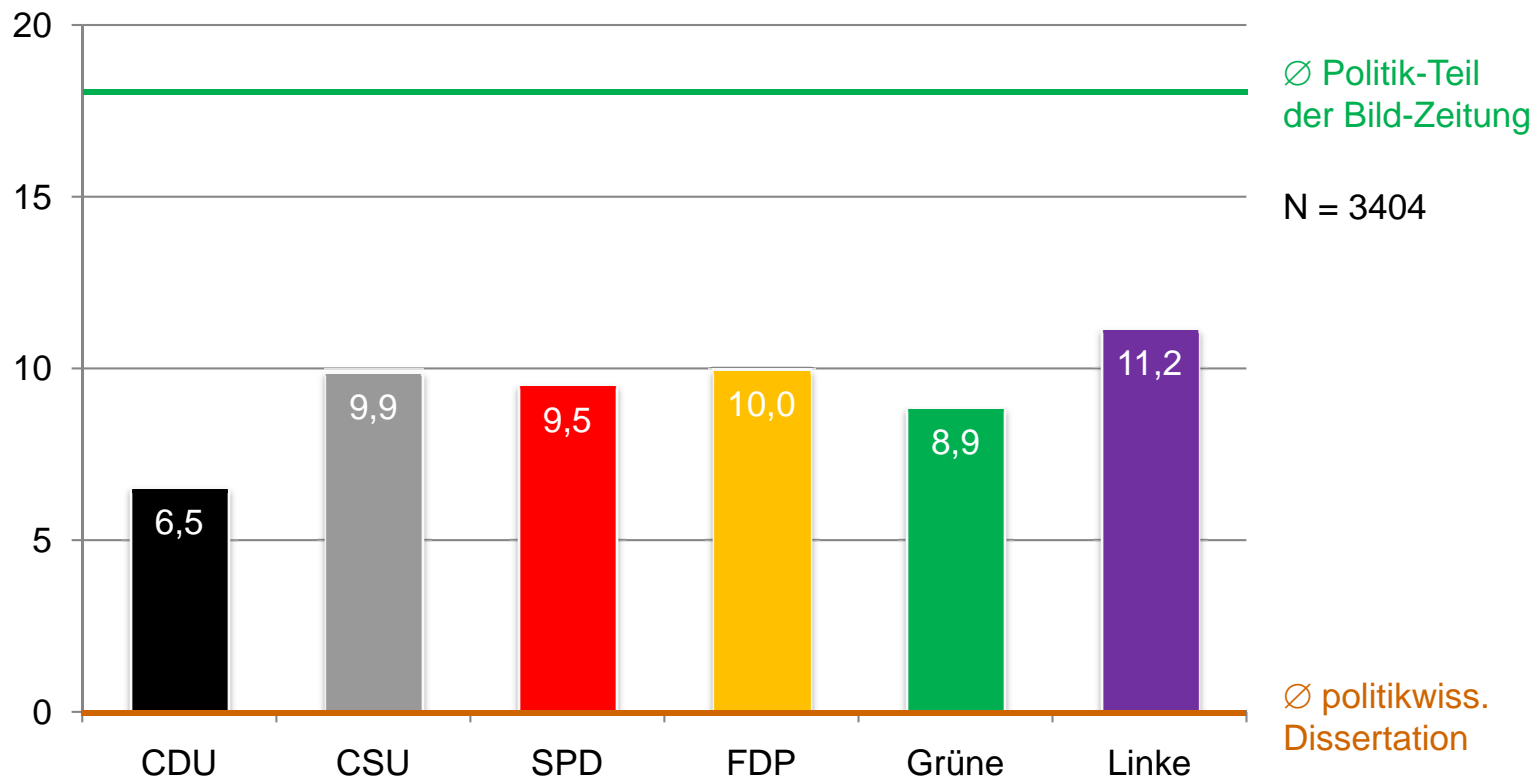
Die Verständlichkeit der Parteien im Vergleich

- Vergleicht man die Verständlichkeit der Parteien anhand des Hohenheimer Verständlichkeitsindexes über den gesamten Betrachtungszeitraum hinweg, so ist zunächst festzustellen, dass sich alle Parteien in etwa zwischen der Verständlichkeit einer politikwissenschaftlichen Dissertation und dem Politik-Teil der Bild-Zeitung bewegen.
- Allerdings fällt die Verständlichkeit der CDU im Vergleich deutlich geringer aus als die der übrigen Parteien (6,5 Punkte), die der Linkspartei hingegen etwas höher (11,2 Punkte). Die übrigen vier Parteien liegen zwischen etwa 9 und 10 Punkten auf der Skala des Hohenheimer Verständlichkeitsindexes (0 bis maximal 20 Punkte).
- Die Verständlichkeit hängt jedoch nicht nur von den Parteien, sondern auch von den Themen ab. Innenpolitische Texte schneiden bei allen Parteien deutlich verständlicher ab als außenpolitische Texte.

Ergebnisse

Die Verständlichkeit der Parteien im Vergleich

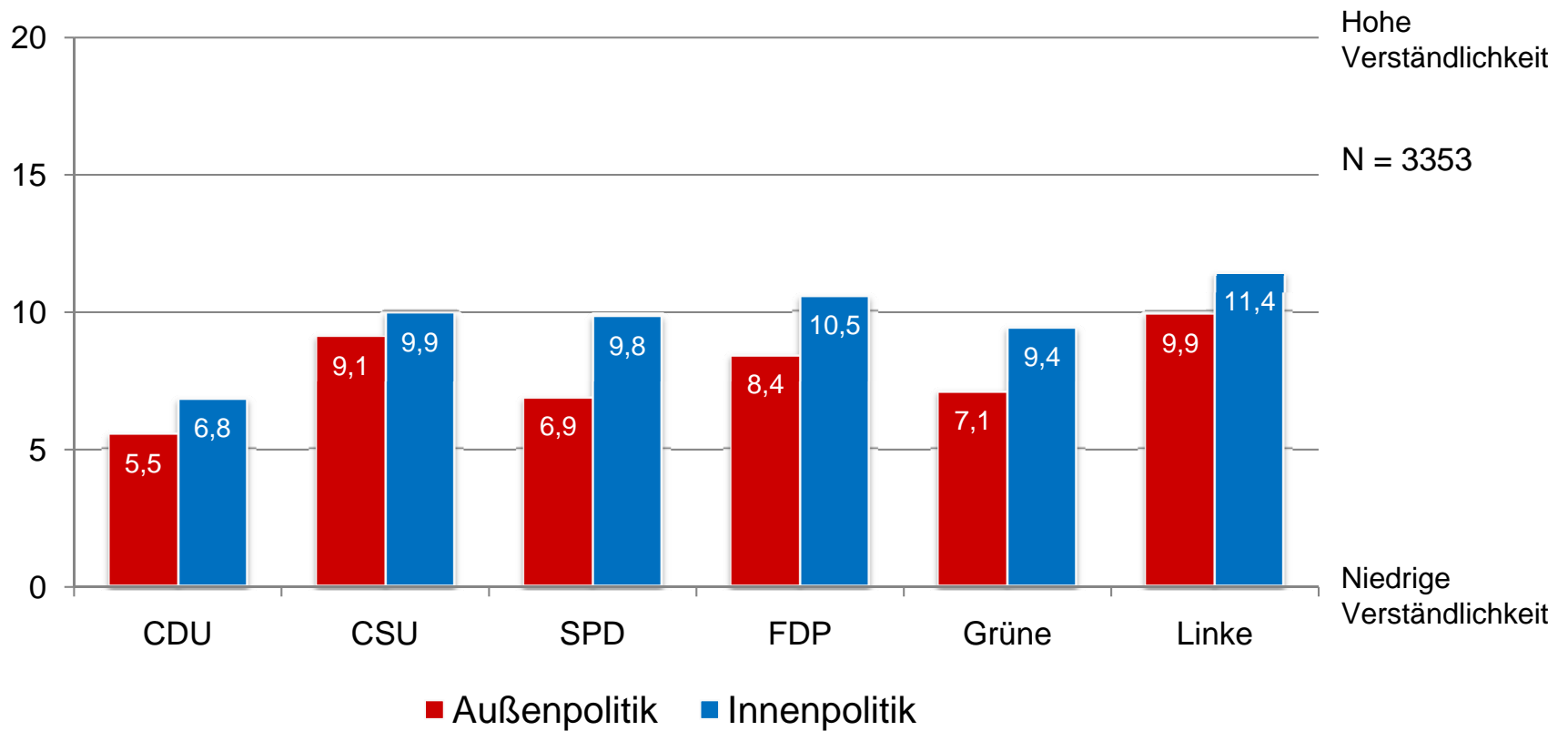
Hohenheimer Verständlichkeitsindex (Mittelwertvergleich, alle Texte)



Ergebnisse

Die Verständlichkeit der Themen im Vergleich

Hohenheimer Verständlichkeitsindex (Mittelwertvergleich, alle Texte)



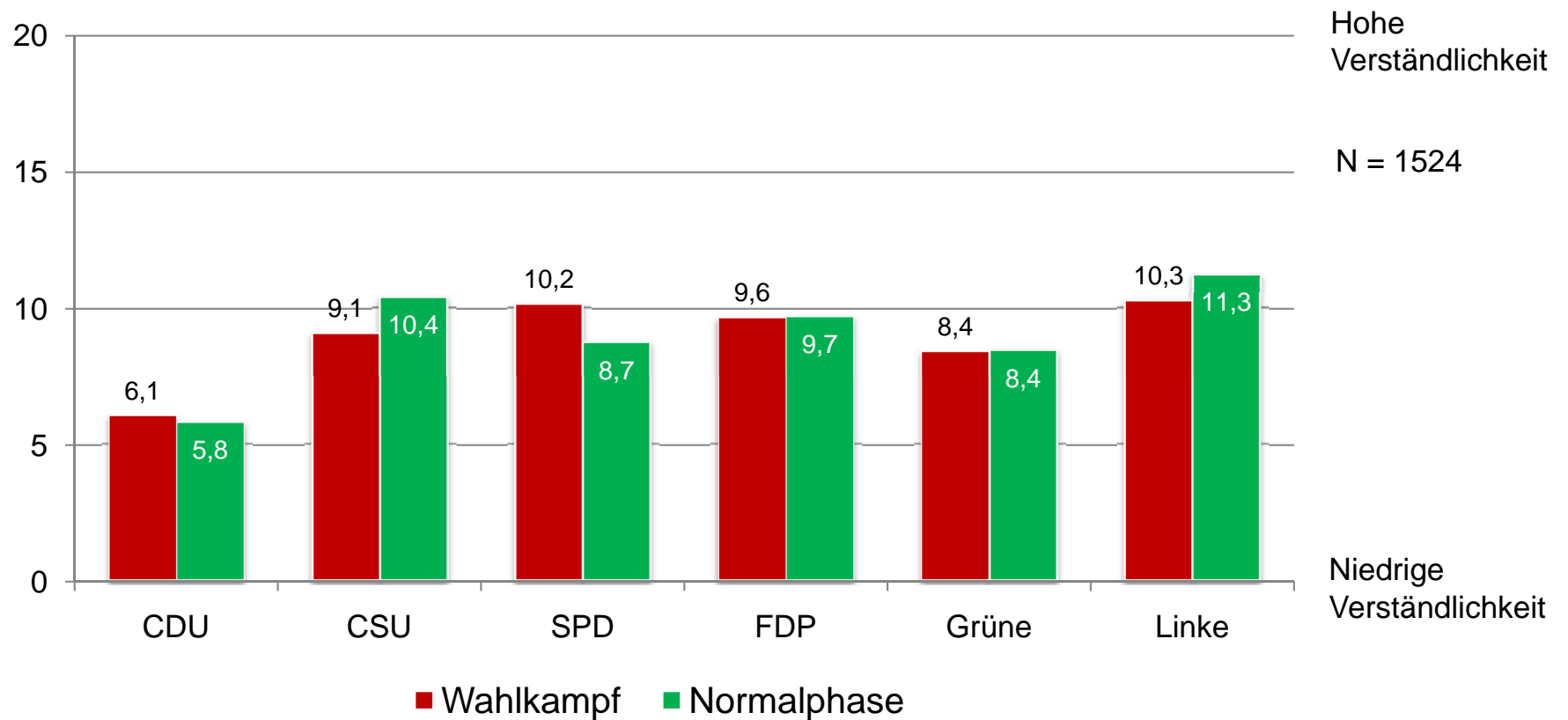
Die Verständlichkeit der Parteien vor und nach der Wahl

- Um zu überprüfen, ob die Parteien im Wahlkampf tatsächlich verständlicher kommunizierten als danach, wurde die Verständlichkeit aller Parteien bei den Top5-Themen vor der Wahl mit der Verständlichkeit bei denselben Themen nach der Wahl verglichen.
- Bei diesem Vergleich fällt die Verständlichkeit lediglich bei der SPD im Wahlkampf eindeutig höher aus als danach. Die Erwartung, dass die Parteien im Wahlkampf generell stärker auf ihre Verständlichkeit achten als sonst, kann demnach nicht bestätigt werden.
- Die Linke kommuniziert im Wahlkampf sogar eindeutig weniger verständlich als danach, bei den anderen Parteien verändert sich die Verständlichkeit nach dem Wahlkampf kaum.
- Dieser Befund verändert sich auch dann nicht, wenn man nur die Wahlkampfthemen der jeweiligen Parteien betrachtet.

Ergebnisse

Die Verständlichkeit der Parteien vor und nach der Wahl

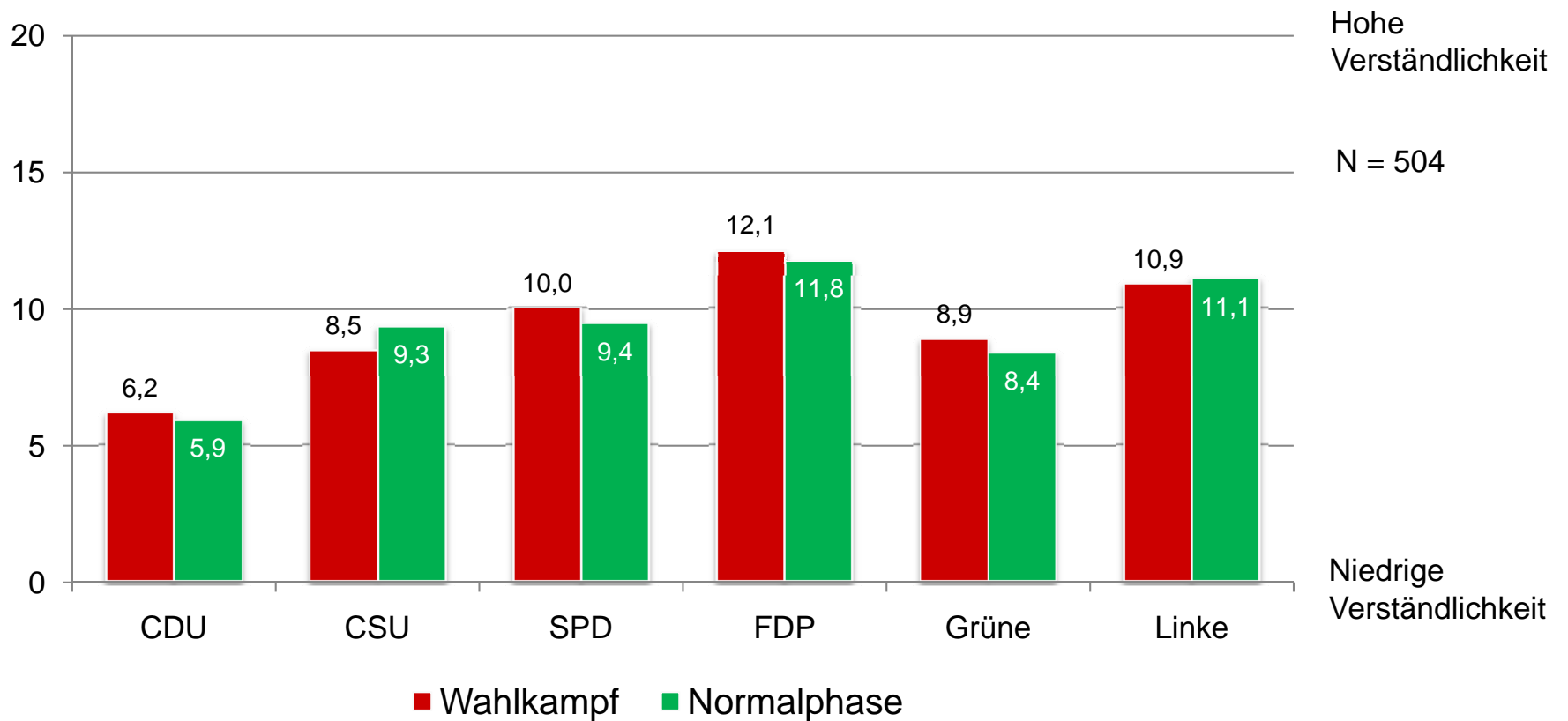
H3: Verständlichkeitsvergleich Top5-Themen (HVI, MW-Vergleich)



Ergebnisse

Die Verständlichkeit der Parteien vor und nach der Wahl

H3: Verständlichkeitsvergleich Wahlkampfthemen (HVI, MW-Vergleich)



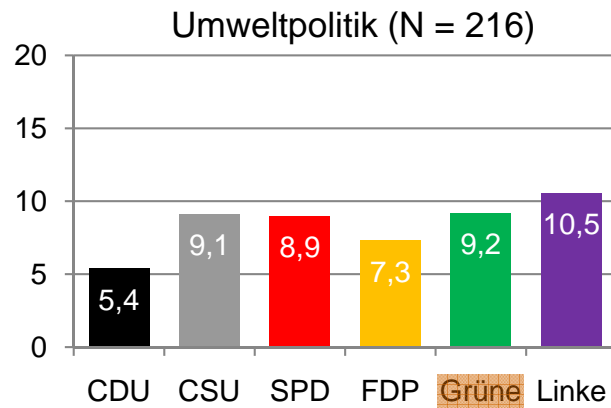
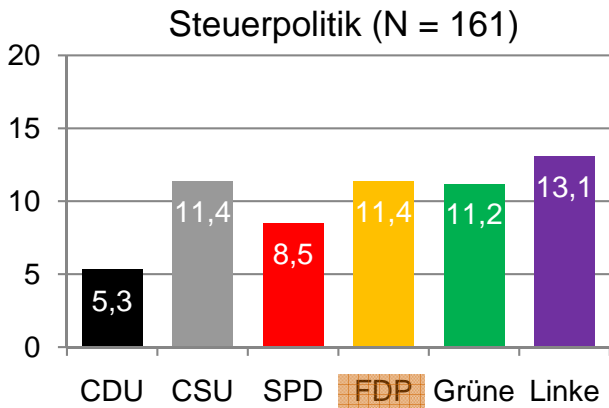
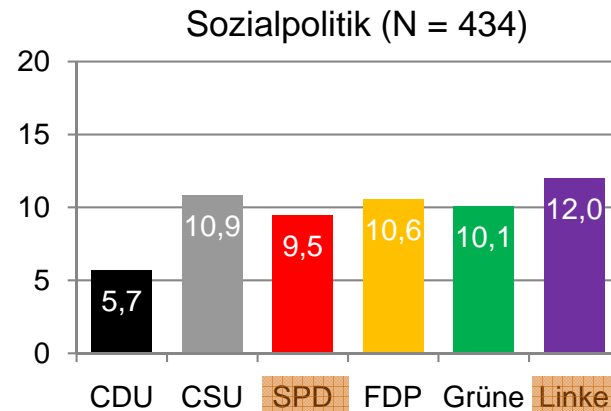
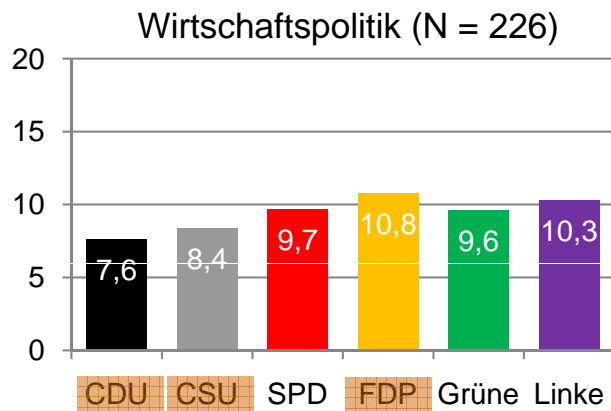
Die Verständlichkeit der Parteien bei Kompetenz-Themen

- Um zu überprüfen, ob die Parteien zumindest in ihren Kernkompetenz-Themenfeldern verständlicher kommunizieren als die jeweilige Konkurrenz, wurde die Verständlichkeit aller Parteien in den Themenfeldern Wirtschaftspolitik, Sozialpolitik, Steuerpolitik und Umweltpolitik betrachtet. Diese vier Themenfeldern lassen sich relativ eindeutig bestimmten Parteien als Kernkompetenzen zuordnen.
- Lediglich die FDP und die Linkspartei kommunizieren beim Thema Wirtschaftspolitik bzw. Sozialpolitik am verständlichsten. Auffällig ist insbesondere, dass die beiden Unionsparteien beim Thema Wirtschaftspolitik am schlechtesten abschneiden.
- Ebenfalls überraschend ist, dass Die Linke bei drei der vier Themenfelder am besten, bei der Wirtschaftspolitik immerhin noch am zweitbesten abschneidet. Sie düpiert die anderen Parteien damit also auch in deren jeweiligen Kompetenzfeldern.

Ergebnisse

Die Verständlichkeit der Parteien vor und nach der Wahl

H4: Kernkompetenz-Themen der Parteien (Mittelwertvergleich)



Anhang



Hohenheimer Verständlichkeitsindex: Erfasste Parameter

Lesbarkeitsformeln

- Amstad-Formel
- 1. Wiener Sachtext-Formel
- SMOG Index
- Lix Lesbarkeitsindex

Verständlichkeitsparameter

- Durchschnittliche Wortlänge
- Durchschnittliche Satzteillänge
- Durchschnittliche Satzlänge
- Anteil langer Wörter (> 6 Zeichen)
- Anteil langer Satzteile (> 12 Wörter)
- Anteil langer Sätze (> 20 Wörter)

Indexberechnung

Aus den erhobenen Parametern wurde der „Hohenheimer Verständlichkeitsindex“ berechnet:

1. Um die Ergebnisse bewerten zu können, wurden zunächst Zielwerte (Benchmarks) definiert. Hierfür wurden Texte der Bild-Zeitung aus dem Ressort Politik ausgewertet (Zielwert leichter Text) sowie Abstracts aus politikwissenschaftlichen Doktorarbeiten (Zielwert schwere Texte). Diese Benchmarks wurden für jeden Formelwert und jeden Parameter errechnet.
2. Um alle Werte miteinander vergleichen zu können, wurden die Ergebnisse auf eine Skala von 0 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) standardisiert.
3. Die Einzelwerte wurden nun zu einem Durchschnittswert für die Formeln und zu einem Durchschnittswert für die Parameter verrechnet.
4. Beide Werte wurden schließlich zu einem Indexwert addiert.

Ansprechpartner

Prof. Dr. Frank Brettschneider
Dipl.-Komm-wiss. Jan Kercher

Universität Hohenheim
Kommunikationswissenschaft
Fruwirthstraße 46
70599 Stuttgart
Tel. 0711 / 459-22287

komm@uni-hohenheim.de
<http://komm.uni-hohenheim.de>

