

2860 - 6059

Andreas Bachmeier

# Wirtschafts- populismus

Die Instrumentalisierung  
von Arbeitslosigkeit  
in Wahlkämpfen



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>9</b>
1.1	Arbeitslosigkeit in Wahlkämpfen – Gegenstand der Untersuchung ..	9
1.2	Wirtschaftspopulismus – These und Fragestellung .....	12
1.3	Gliederungsprinzipien .....	18
<b>2</b>	<b>Forschungsstandanalyse</b> .....	<b>21</b>
2.1	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Politikwissenschaft.	22
2.1.1	Arbeitslosigkeit in der Wahlkampfführung der Parteien .....	22
2.1.2	Die Sachfrage als Gegenstand von Populismus.....	24
2.1.3	Arbeitslosigkeit und Wahlverhalten .....	28
2.2	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Kommunikationswissenschaft.....	33
2.2.1	Agendabildung durch Medien und Parteien .....	34
2.2.2	Medien und Parteien: Instrumentalisierung oder Interdependenz.....	37
2.2.3	Schnittstelle I: Politikvermittlung und Konstruktion politischer Realität.....	39
2.2.4	Schnittstelle II: Wahlkampfführung in der Mediengesellschaft ..	43
2.3	Wirtschaftspolitik im Wahlkampf: Beitrag der Volkswirtschaftslehre .....	45
2.3.1	Konjunkturpolitik als Wahlpolitik .....	45
2.3.2	Arbeitsmarktlage und Parteienpopularität in der Geschichte.....	47
2.3.3	Ökonomie der Wahlentscheidung.....	49
2.4	Forschungsdefizit und Relevanz der Fragestellung .....	51
<b>3</b>	<b>Methodik</b> .....	<b>53</b>
<b>4</b>	<b>Der Bundestagswahlkampf 1994</b> .....	<b>55</b>

4.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt.....	55
4.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage .....	55
4.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme .....	56
4.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	65
4.1.4	Einordnung und Ergebnisse .....	69
4.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	71
4.2.1	Wirtschaftliche Situation .....	71
4.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	72
4.2.3	Einordnung und Ergebnisse .....	75
4.3	Wahl .....	76
4.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und die Wahlentscheidung .....	76
4.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode .....	78
4.4	Auswertung .....	79
<b>5</b>	<b>Der Bundestagswahlkampf 1998 .....</b>	<b>85</b>
5.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt.....	85
5.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage .....	85
5.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme .....	87
5.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	92
5.1.4	Einordnung und Ergebnisse .....	96
5.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	98
5.2.1	Wirtschaftliche Situation .....	98
5.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	99
5.2.3	Einordnung und Ergebnisse .....	102
5.3	Wahl .....	103
5.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und Wahlentscheidung .....	103
5.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode .....	105
5.4	Auswertung .....	106

---

<b>6</b>	<b>Der Bundestagswahlkampf 2002 .....</b>	<b>111</b>
6.1	Vorphase und Wahlkampfauftakt .....	111
6.1.1	Wirtschaftliche Ausgangslage .....	111
6.1.2	Argumentationsentwicklung und Wahlprogramme .....	113
6.1.3	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	118
6.1.4	Einordnung und Ergebnisse .....	120
6.2	Heiße Phase des Wahlkampfs.....	122
6.2.1	Wirtschaftliche Situation .....	122
6.2.2	Medienarbeit der Parteien und Klima der Berichterstattung.....	123
6.2.3	Einordnung und Ergebnisse .....	126
6.3	Wahl .....	127
6.3.1	Thema Arbeitslosigkeit und Wahlentscheidung .....	127
6.3.2	Die Realität der folgenden Legislaturperiode .....	128
6.4	Auswertung .....	129
<b>7</b>	<b>Ergebnisse: Wirtschaftspopulismus in Bundestagswahlkämpfen .....</b>	<b>135</b>
7.1	Inhaltliche Kriterien von Wirtschaftspopulismus .....	135
7.1.1	Überbetonen von Wachstum als Ziel der Wirtschaftspolitik .....	135
7.1.2	Überbetonen von Einkommensverteilung als Ziel der Wirtschaftspolitik .....	138
7.1.3	Suggestieren oder Abstreiten von Einflussmöglichkeiten.....	141
7.2	Charakteristische Kommunikationsweisen von Wirtschaftspopulismus .....	144
7.2.1	Darstellungsweisen: Dramatisieren, Übertreiben, Überhöhen...	145
7.2.2	Nutzen von Emotionen, Ängsten und Vorurteilen.....	146
7.2.3	Propagieren von einfachen Lösungsvorschlägen.....	149
7.2.4	Orientieren an Medienlogik und Meinungsumfragen .....	155
<b>8</b>	<b>Bewertung und Ausblick .....</b>	<b>161</b>

<b>9</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>165</b>
9.1	Literatur.....	165
9.2	Quellen .....	173