



City Research Online

City St George's, University of London

Citation: Glantschnigg, C., Thomas, K. & Zeglovits, E. (2014). Wählen gehen? Und wen wählen? Entscheidungsfindung im Wahlkampf. In: Müller, W., Kritzing, S. & Schönbach, K. (Eds.), Die Nationalratswahl 2013. Wie Parteien, Medien und Wählerschaft zusammenwirken. (pp. 159-176). Vienna: Böhlau. ISBN 978-3205795360

This is the accepted version of the paper.

This version of the publication may differ from the final published version. To cite this item please consult the publisher's version.

Permanent repository link: <https://city-ref-test.eprints-hosting.org/id/eprint/15517/>

Copyright and Reuse: Copyright and Moral Rights remain with the author(s) and/or copyright holders. Copies of full items can be used for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes without prior permission or charge, unless otherwise indicated, provided that the authors, title and full bibliographic details are credited, a hyperlink and/or URL is given for the original metadata page and the content is not changed in any way. For full details of reuse please refer to [City Research Online policy](#).

Kapitel 8: Wählen gehen? Und wen wählen? Entscheidungsfindung im Wahlkampf

Christian Glantschnigg, Kathrin Thomas und Eva Zeglovits

Einleitung

Die voranstehenden Kapitel befassten sich in erster Linie mit den *Inhalten* des Wahlkampfes zur Nationalratswahl 2013. Dieses Kapitel stellt nun die Wahlberechtigten in den Mittelpunkt und fragt, *ob* sie ihre Teilnahmebereitschaft während des Wahlkampfes veränderten und *inwiefern* sich das Wahlverhalten und die Einstellungen der sicheren Wählerinnen und Wähler einerseits und der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler andererseits wandelten.

Ziel jedes Wahlkampfes ist es, die Wählerinnen und Wähler davon zu überzeugen, für eine Partei oder eine Person zu stimmen. Im Wahlkampf sind Wählerinnen und Wähler daher vielen, zum Teil widersprüchlichen, politischen Botschaften ausgesetzt, entweder im direkten Kontakt mit Parteien und Kandidatinnen und Kandidaten oder über die Massenmedien. Sofern diese Botschaften von den Wahlberechtigten auch verstanden, angenommen und akzeptiert werden (McGuire 1969; Zaller 1992; 1996), können sie einen Einfluss darauf haben, ob jemand an der Wahl teilnimmt und für welche Partei jemand seine oder ihre Stimme abgibt.

Dabei sind nicht alle Wählerinnen und Wähler gleichermaßen beeinflussbar. Wer etwa schon vor Beginn der Wahlkampagne mit Sicherheit weiß, für welche Partei sie oder er sie stimmen will, neigt weniger dazu, auf bestimmte Ereignisse im Wahlkampf zu reagieren und ihre oder seine Meinung noch einmal zu ändern (Fournier et al. 2004). Oft sind das die sogenannten Stammwählerinnen und -wähler – sie geben ihre Stimme immer wieder der Partei, der sie nahestehen, oder treffen ihre Wahlentscheidung aufgrund ideologischer Motive, die schon lange vor dem Wahlkampf feststehen. Die für Parteistrateginnen und Parteistrategen interessanteren Fälle aber sind die unentschlossenen Wählerinnen und Wähler, die erst im Laufe des Wahlkampfes ihre Wahlentscheidung fällen und damit durch die Wahlkampagne besonders beeinflussbar sein könnten.

Ob der Zeitpunkt der Wahlentscheidung die Beeinflussbarkeit der Wählerinnen und Wähler verändert, ist umstritten (Berelson et al. 1954; Lazarsfeld et al. 1960; Chaffee/Choe 1980; Chaffee/Rimal 1996; Fournier et al. 2004). Fakt ist aber, dass immer mehr Wählerinnen und Wähler dazu neigen, ihre Wahlentscheidung später zu treffen (Schmitt-Beck/Partheymüller 2012). Dieser Trend zur späteren Wahlentscheidung machte auch vor Österreich nicht halt. Der Anteil der Spätentschlossenen stieg in den letzten Jahrzehnten immer weiter an (Plasser et al. 2000a).

Welcher Dynamik die Entscheidungsfindung der Wählerinnen und Wähler während des Wahlkampfes unterliegt, wurde bisher für Österreich kaum systematisch untersucht. Eine Ausnahme bilden

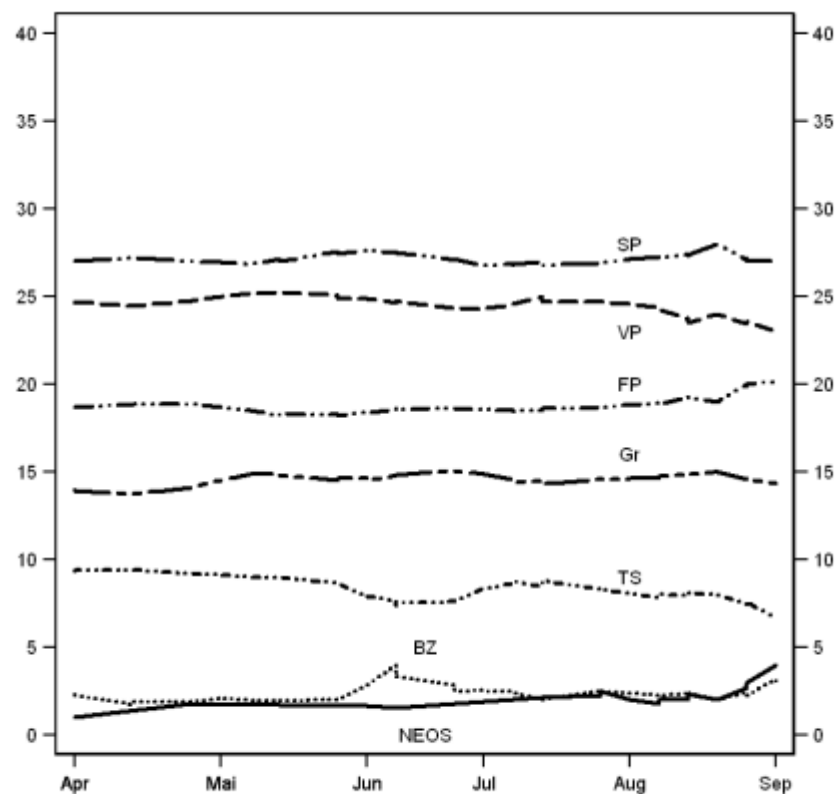
beschreibende Analysen, die zeigen, dass sich die Wählerinnen und Wähler immer später entscheiden, nicht aber, warum sie dies tun (Plasser et al. 2000a). Die erste Frage, der dieses Kapitel daher nachgeht, ist, zu welchem Zeitpunkt bereits wie viele Wahlberechtigte bereit waren, überhaupt an der Wahl *teilzunehmen*. Daran anknüpfend stellt sich die Frage, zu welchem Zeitpunkt im Wahlkampf wie viele Personen noch *unentschlossen* waren, welcher Partei sie am Wahltag ihre Stimmen geben würden, aberangaben, sicher an der Wahl teilnehmen zu wollen. Die dritte Frage ist dann, für welche Partei im Laufe des Wahlkampfes die bereits entschlossenen Wählerinnen und Wähler *stimmen* wollten. Mit den Daten der AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013 (AUTNES RCS 2013; Kritzinger et al. 2014a) versucht dieses Kapitel, diesen Fragen auf den Grund zu gehen.

Der Kontext: In den Medien veröffentlichte Umfragen

Während des Wahlkampfes veröffentlichten die Medien eine große Anzahl von Umfragen. Bevor die Dynamik der Wahlpräferenzen während des Wahlkampfes untersucht wird, sollen aber zunächst die in dieser Zeit veröffentlichten Umfragen dargestellt werden. Sie bilden einen Teil des Kontextes für die Wahlberechtigten, an dem sie sich orientieren können. Wenn der Wahlausgang beispielsweise knapp erscheint, kann das die Wahlbeteiligung erhöhen (Franklin 2004). Zu weiteren möglichen Effekten von veröffentlichten Umfragen zählt, dass sie strategisches Wählen beeinflussen (Moy/Rinke 2012). Strategisches Wählen bedeutet, dass die Wahlberechtigten von ihrer ersten Parteipräferenz abweichen, um mit ihrer Stimme eine andere Partei zu unterstützen und damit ein für sie persönlich weniger wünschenswertes Ergebnis der Wahl zu verhindern. Das passiert beispielsweise, wenn sie der Meinung sind, dass die Partei ihrer Wahl den Einzug in den Nationalrat aufgrund der Vierprozenthürde nicht schaffen könnte und ihre Stimme für diese Partei daher „verloren gehen“ würde.

Einschneidende Änderungen in der Parteienlandschaft zeichneten sich bereits bei den Landtagswahlen im ersten Halbjahr 2013 ab (vgl. Kapitel 1). Daher waren im Nationalratswahlkampf 2013 die Schwäche des BZÖ und das Antreten der beiden neuen Parteien, Team Stronach und NEOS, in den veröffentlichten Umfragen von besonderem Interesse. An die Umfrageergebnisse anknüpfend wurde in der Öffentlichkeit diskutiert, ob das BZÖ den Einzug in den Nationalrat schaffen würde, ob NEOS überhaupt eine Chance auf den Einzug in den Nationalrat hätte, oder auch, welche Koalitionen möglich wären (vgl. Kapitel 7). Grafik 8.1 zeigt, dass die veröffentlichten Umfragen in den letzten sechs Monaten vor der Wahl relativ stabil waren. NEOS und BZÖ wurden die meiste Zeit unter der Vierprozenthürde, die für den Einzug in den Nationalrat erforderlich ist, gesehen (vgl. Kapitel 1 für einen längerfristigen Trend). In der Reihenfolge der anderen Parteien gab es aber keinerlei Bewegung – selbst die Abstände zwischen den Parteien waren relativ stabil. Einzig für das Team Stronach zeigte sich ein kontinuierlicher Abwärtstrend, wohingegen die Umfrageanteile für NEOS und BZÖ ganz am Ende des Wahlkampfes leicht nach oben gingen.

Grafik 8.1: Veröffentlichte Umfrageergebnisse in den letzten sechs Monaten vor der Wahl



Anmerkung: Trends geglättet.

Quellen: Gallup, Market, Karmasin, Hajek, IMAS, OGM, meinungsraum.at, Spectra, Oekonsult, Fessel GfK

Teilnahmebereitschaft: Wer will sicher wählen gehen?

Die Teilnahme an Wahlen ist ein viel diskutiertes und untersuchtes Thema, zumal die Wahlbeteiligung in vielen westlichen Demokratien, so auch in Österreich, kontinuierlich sinkt (Blais 2000; Franklin 2004) (vgl. Kapitel 9). Ein Wahlkampf kann die Bereitschaft, an der Wahl teilzunehmen, natürlich ändern. Deshalb befasst sich dieser Abschnitt mit der Dynamik während des Wahlkampfes und untersucht, welcher Anteil der Wahlberechtigten angab, ganz sicher zu sein, an der Wahl teilzunehmen. Die Personen, die sicher teilnehmen wollen, werden hier als „teilnahmebereit“ bezeichnet.¹

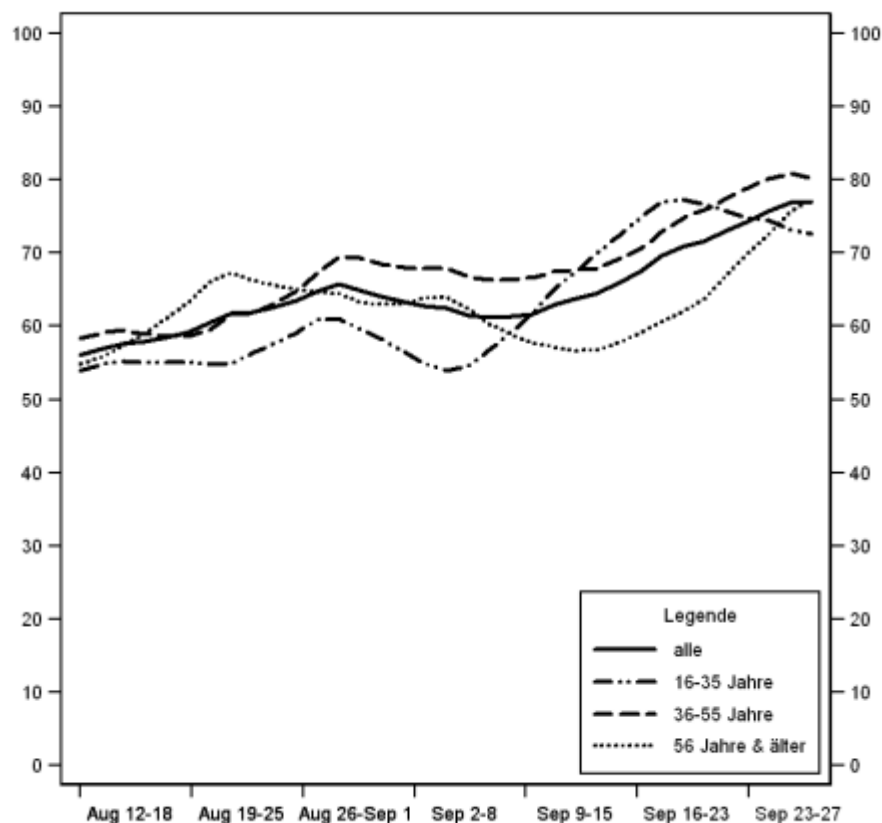
¹ Die Bereitschaft zur Teilnahme an der Nationalratswahl wurde mit Hilfe einer elf-stufigen Skala gemessen. Die Befragten in der Wahlkampfumfrage wurden gebeten, mit Hilfe dieser Skala anzugeben, wie sicher ihre Wahlbeteiligung, also die Abgabe ihrer Stimme, zum Zeitpunkt der Befragung ist. Dabei konnten sie zwischen den Skalenwerten 0 („nehme sicher nicht teil“) und 10 („nehme ganz sicher teil“) die Wahrscheinlichkeit ihrer Wahlteilnahme abstimmen. Personen, die bereits vorab per Briefwahl ihre Stimme abgeben haben, die also zum Zeitpunkt der Befragung bereits gewählt hatten, wurden dem Skalenwert 10 zugeordnet. Teilnahmebereit sind demnach diejenigen Personen, die den Wert 10 „nehme ganz sicher teil“ angeben oder bereits ihre Stimme per Briefwahl abgeben haben.

Die Wahlteilnahme ist in vielen Ländern vom Alter abhängig: Üblicherweise wird bei jungen und sehr alten Wahlberechtigten eine niedrige Wahlbeteiligung beobachtet, eine hohe Wahlteilnahme hingegen in den mittleren Altersgruppen (Bhatti et al. 2012). Daher ist es naheliegend, auch die Dynamik der Teilnahmebereitschaft getrennt nach Alter zu untersuchen.

Grafik 8.2 stellt dar, wie sich die Teilnahmebereitschaft über den Wahlkampfzeitraum in den verschiedenen Altersgruppen veränderte. Die durchgezogene Linie zeigt die Teilnahmebereitschaft aller Befragten, die anderen Linien je den Anteil der Teilnahmereiten innerhalb der 16- bis 35-Jährigen, der 36- bis 55-Jährigen und der über 56-Jährigen. Allgemein lässt sich festhalten, dass sich für alle Altersgruppen während des Wahlkampfes ein ansteigender Trend zur sicheren Wahlteilnahme abzeichnete: Mitte August lag der Anteil derer, die sicher an der Wahl teilnehmen wollten, in allen Altersgruppen noch unter 60 Prozent. Mit der näherkommenden Wahl gaben über alle Altersgruppen hinweg aber immer mehr Befragte an, dass sie ganz sicher an der Nationalratswahl 2013 teilnehmen wollten. Am Ende des Befragungszeitraums stieg der Anteil jener, die planten ganz sicher an der Wahl teilzunehmen, auf rund 70 Prozent an. Das entspricht damit relativ gut der tatsächlichen Wahlteilnahme.

In dieser Entwicklung ließen sich folgende Unterschiede zwischen den drei Altersgruppen feststellen: In der mittleren Altersgruppe, die 36- bis 55-Jährigen, blieb der Anteil derer, die sicher wählen wollten, über weite Phasen des Wahlkampfes überdurchschnittlich hoch. Ihr Anteil war auch am Ende des Wahlkampfes im Vergleich zu den anderen Gruppen am größten. Dies stimmt mit den bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnissen über die tatsächliche Wahlbeteiligung überein (Bhatti et al. 2012). In der ältesten Gruppe, den über 56-Jährigen, wuchs der Anteil derer, die sicher wählen wollten, erst spät im Wahlkampf. Ein ähnlicher Anstieg war bei den jüngsten Befragten (16 bis 35 Jahre) hingegen schon früher zu beobachten. Allerdings nahm der Anteil der teilnahmereiten jüngeren Wahlberechtigten gegen Ende des Wahlkampfes wieder etwas ab. Zuletzt lag dieser sogar unter dem Durchschnitt für alle Befragten gemeinsam. Zusammenfassend lässt sich aber sagen, dass der eingangs erwähnte Trend einer steigenden Teilnahmebereitschaft mit dem näher rückenden Wahltermin für alle Altersgruppen zu beobachten war.

Grafik 8.2 : Anteil der Teilnehmbereiten nach Alter



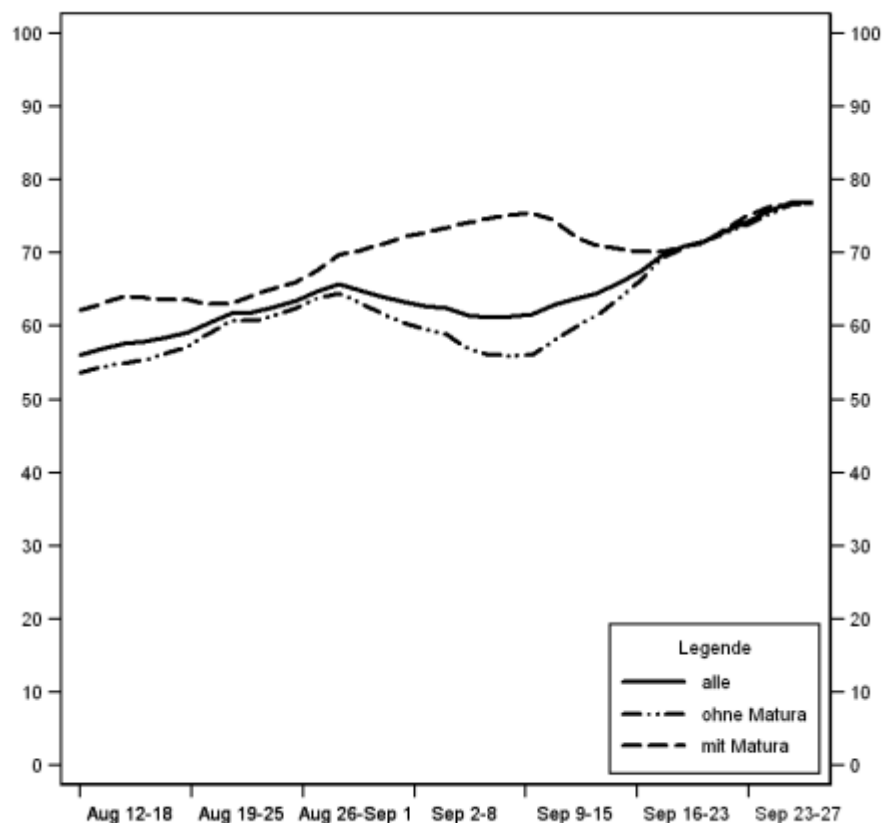
Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Eine andere bekannte Einflussgröße für die Wahlteilnahme ist die Bildung. Generell wird in der Literatur ein Trend beschrieben, der besagt, dass die Wahlteilnahme bei Personen mit einem höheren Bildungsabschluss höher ist (Verba et al. 1995). Wie aber verhält sich die Dynamik der Teilnehmbereitschaft, abhängig vom Bildungsgrad, in Österreich? Grafik 8.3 zeigt, wie sich der Anteil der Teilnehmbereiten bei Personen mit bzw. ohne Matura entwickelte.

Dabei sind zunächst zwei Sachverhalte zu erkennen: Personen mit Matura wiesen durchgehend, bis nur wenige Tage vor der Wahl, eine höhere Teilnehmbereitschaft auf. Sie entschieden sich also früher dazu, an der Wahl teilzunehmen, als diejenigen ohne Matura. Erst knapp zwei Wochen vor der Wahl näherten sich beide Gruppen in ihrer Teilnehmbereitschaft einander an und lagen am Ende schließlich gleichauf – letzten Endes gab es also kein Unterschied mehr nach Bildungsstand. In anderen Worten: Für den Wahlkampf zur Nationalratswahl 2013 konnte beobachtet werden, dass sich Wahlberechtigte mit Matura zwar früher entschieden, an der Wahl teilzunehmen als die ohne Matura, sich aber kurz vor dem Wahltag keine Unterschiede in der Teilnehmbereitschaft nach dem Bildungsstand ablesen ließen.

Grafik 8.3: Anteil der Teilnahmebereiten nach Bildung



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

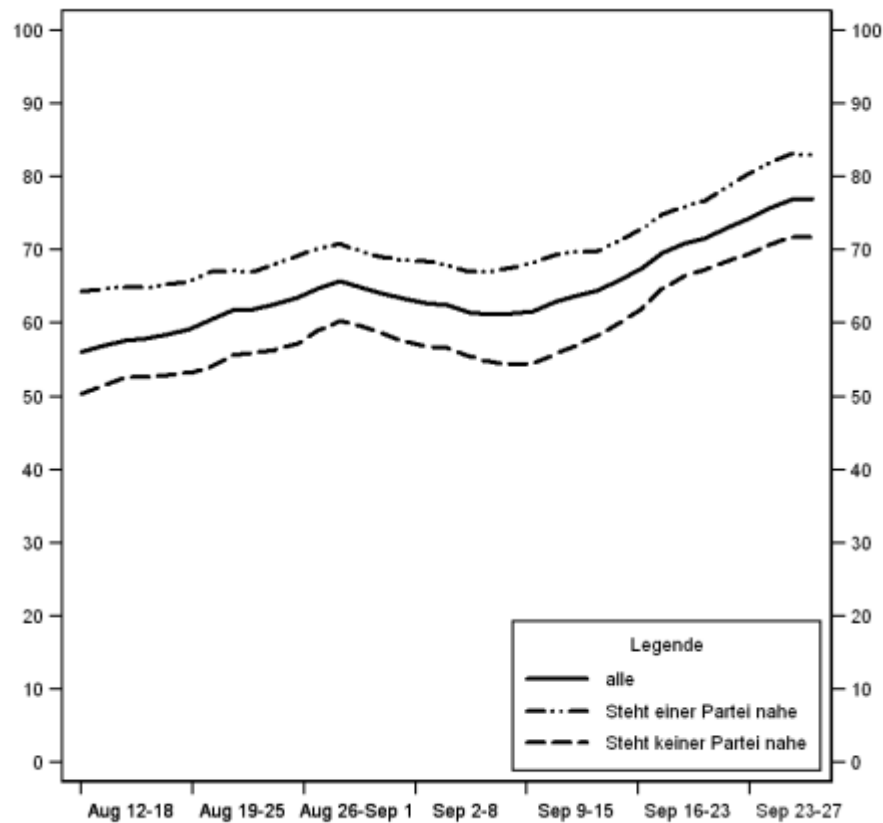
Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Wie stark sich die Wahlberechtigten mit einer Partei identifizieren, ist, trotz sinkender Parteimitgliedschaften und Parteibindungen, noch immer ein gutes Anzeichen dafür, wie sicher sie an Wahlen teilnehmen (Fournier et al. 2004). Tatsächlich zeigten sich, wenngleich auch relativ kleine, Unterschiede in der Teilnahmebereitschaft nach Parteibindung. Dabei spielte es keine Rolle, *welcher* Partei die Befragten nahestanden, sondern lediglich, *ob* sie einer Partei nahestanden.

Grafik 8.4 zeigt wie sich der Anteil der Wahlberechtigten, die ganz sicher an der Wahl teilnehmen wollten, nach Parteibindung über den Wahlkampfzeitraum veränderte. Es lässt sich deutlich ablesen, dass der generell positive Trend für die Befragten mit bzw. ohne Parteibindung nahezu parallel verlief. Mit näher rückendem Wahltermin stieg in beiden Gruppen der Anteil derer an, die angaben, sicher wählen zu gehen. Allerdings ließ sich auch ein Unterschied von circa zehn Prozentpunkten zwischen denjenigen feststellen, die einer Partei nahestanden und denjenigen, die angaben, keiner Partei nahe zu sein. Die Teilnahmebereitschaft derer, die sich mit einer Partei identifizierten, war durchgehend höher als jener, die sich nicht mit einer Partei identifizierten. Es kann also festgehalten werden, dass sich zwar

das Niveau der Teilnahmebereitschaft nach Parteibindung unterschied, nicht aber ihre Entwicklung über den Wahlkampf.

Grafik 8.4: Anteil der Teilnahmebereiten nach Parteibindung



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Zusammenfassend gilt, dass es nur geringe Unterschiede in der Teilnahmebereitschaft zwischen den verschiedenen soziodemographischen Gruppen nach Alter und Bildung gab. Nur bei der Parteibindung zeichnete sich deutlich ab, dass der Anteil derjenigen Wahlberechtigten, die sicher wählen wollten und gleichzeitig bekundeten, einer Partei nahezustehen, durchweg etwa zehn Prozentpunkte höher war als der Anteil der Teilnahmebereiten ohne Parteibindung.²

² Des Weiteren wurden auch potenzielle Unterschiede zwischen Frauen und Männern hinsichtlich ihrer Bereitschaft zur Wahlteilnahme untersucht. Bei dieser Analyse ließen sich jedoch keinerlei Unterschiede feststellen.

Unentschlossene Wählerinnen und Wähler: Wer hat sich noch nicht für eine Partei entschieden?

Nach der Untersuchung der Teilnahmebereitschaft soll nun beschrieben werden, wie sich die Absicht, für eine bestimmte Partei zustimmen, im Wahlkampfverlauf veränderte. Personen, die vorhatten, sicher nicht zur Wahl zu gehen, werden daher von den weiteren Analysen ausgeschlossen und der Blick wird nur mehr auf jene gerichtet, die angaben, zumindest vermutlich an der Wahl teilnehmen zu wollen.³ Wie eingangs erwähnt, sind diese unentschlossenen Wählerinnen und Wähler eine für die Parteien interessante Gruppe, weil es eher möglich sein sollte, ihre Parteipräferenz noch durch den Wahlkampf zu beeinflussen. International geht der Trend zur immer späteren Wahlentscheidung – so auch in Österreich (Plasser/Ullrich 2007a).

Im Folgenden wird daher untersucht, wie sich der Anteil der noch unentschlossenen Wählerinnen und Wähler über den Wahlkampfverlauf hinweg entwickelte. Nochmals: Die Unentschlossenen sind jene Personen, die zwar an der Nationalratswahl teilnehmen wollten, sich aber noch nicht entschieden hatten, welcher Partei sie ihre Stimme geben werden. Wie auch für die Teilnahmebereitschaft schlüsselt dieser Abschnitt auf, wie sich der Anteil dieser Unentschlossenen über den Zeitraum des Wahlkampfes veränderte, und untersucht dafür dieselben demographischen Merkmale wie im vorhergehenden Abschnitt.

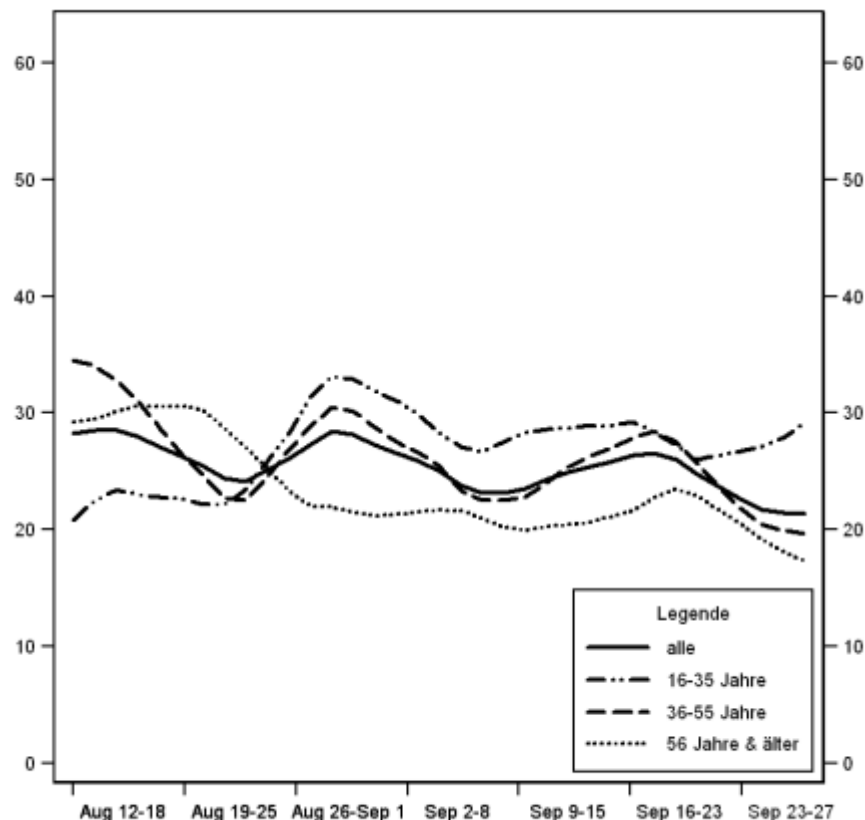
Zunächst einmal lässt sich festhalten, dass der Anteil der Unentschlossenen über alle Altersgruppen hinweg Schwankungen aufwies. Grafik 8.5 illustriert dies für alle Wählerinnen und Wähler sowie jeweils für die jungen Wählerinnen und Wähler (16 bis 35 Jahre), Personen mittleren Alters (36 bis 55 Jahre) und ältere Personen (über 56 Jahre). Insgesamt waren zu Beginn des Wahlkampfes rund 30 Prozent der Wählerinnen und Wähler unentschlossen, wen sie wählen sollten. Dieser Anteil sank bis zum Ende auf rund 20 Prozent. In anderen Worten: Gegen Ende des Beobachtungszeitraumes, also zwei Tage vor der Wahl, war rund jede/r fünfte Wahlberechtigte unentschlossen – für die Parteien war es also durchaus sinnvoll, bis zur letzten Minute Wahlkampf zu betreiben.

Besonders auffallend ist, dass bei älteren Wählerinnen und Wählern der Anteil der Unentschlossenen über den Zeitraum des Wahlkampfes abnahm und diese Gruppe somit über die meiste Zeit des Wahlkampfes den niedrigsten Anteil an Unentschlossenen aufwies. Dies könnte u.a. im Zusammenhang damit stehen, dass die Parteibindungen bei älteren Menschen noch stärker ausgeprägt sind. Überraschenderweise nahmen dagegen die Unentschlossenen bei jungen Wählerinnen und Wählern

³ Die Unentschlossenen wurden als jene Personen definiert, die auf die Frage nach der Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an der Wahl auf der Skala von 0 bis 10 den Wert 1 oder einen höheren Wert angaben. Diese Gruppe der Wahlberechtigten schloss, im Gegensatz zu Personen mit Skalenwert 0, nicht mit Sicherheit aus, an der Wahl teilzunehmen. Ein zusätzliches Kriterium für unentschlossene Wählerinnen und Wähler ist die Antwort „weiß nicht“ auf die Frage, welcher Partei sie ihre Stimme geben wollten. Diese Unentschlossenen werden den „Entschlossenen“ gegenübergestellt, also jenen Personen, die eine Partei nannten und ebenfalls nicht ausschlossen, an der Wahl teilzunehmen. Die Absicht ungültig zu wählen wurde der Parteiwahl gleichgestellt. Personen, die die Antwort auf die Wahlfrage verweigerten, wurden aus der Untersuchung ausgeschlossen.

ungefähr in der Mitte des beobachteten Zeitraumes zu: Etwa einen Monat vor der Wahl war fast jede/r Dritte in der jüngsten Altersgruppe unentschlossen, für wen sie oder er stimmen sollte. Auch kurz vor der Wahl änderte sich an diesem Wert wenig. Ein sehr hoher Anteil der jungen Wählerinnen und Wähler fällte ihre Entscheidung für eine Partei erst ganz am Ende des Wahlkampfes. In der Gruppe der 36- bis 55-Jährigen waren ebenso Schwankungen im Anteil der Unentschlossenen zu erkennen, jedoch nahm diese Unsicherheit wie schon bei den älteren Personen über den Wahlkampf bis kurz vor der Wahl ab.

Grafik 8.5: Anteil der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler nach Alter



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

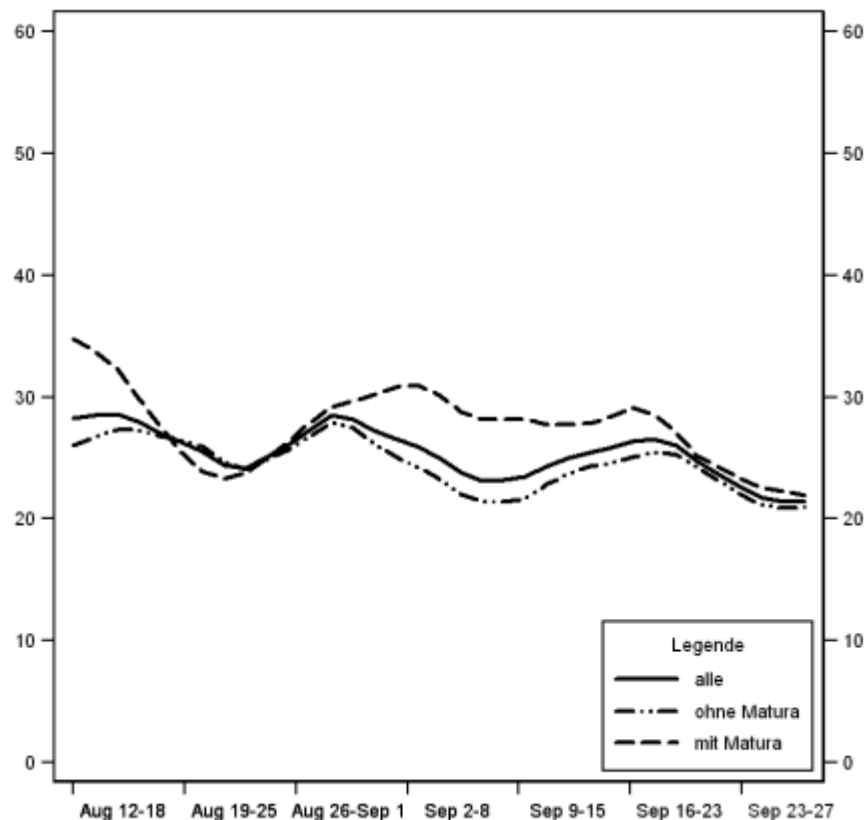
Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Grafik 8.6 zeigt, wie sich der Anteil der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler nach Bildungsstand veränderte. Wieder wird dabei der bereits beschriebene Trend für alle unentschlossenen Wählerinnen und Wähler gemeinsam der Entwicklung bei Befragten mit bzw. ohne Matura gegenübergestellt. Auch wenn sich kein einheitlicher Trend zeigte, so lag doch der Anteil derjenigen mit Matura, die nicht wussten, für wen sie stimmen sollten, über weite Strecken höher als bei denen ohne Matura. Erst am Ende des Wahlkampfes verschwand dieser Unterschied.

Es galt schon: Bei Personen mit höherer Bildung fiel die Entscheidung, überhaupt an der Wahl teilzunehmen, früher als bei den Wahlberechtigten mit einem niedrigeren Bildungsstand (vgl. Grafik

8.3). Die Frage aber, für welche Partei man die Stimme abgeben würde, war zu diesem frühen Zeitpunkt noch nicht unbedingt geklärt. Grafik 8.6 deutet an, dass Personen mit höherer Bildung sich zuerst dafür entschieden, an der Wahl teilzunehmen, auch wenn sie noch nicht wussten, für welche Partei sie stimmen würden. Personen mit niedrigerer Bildung trafen hingegen beide Entscheidungen später.

Grafik 8.6: Anteil der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler nach Bildung

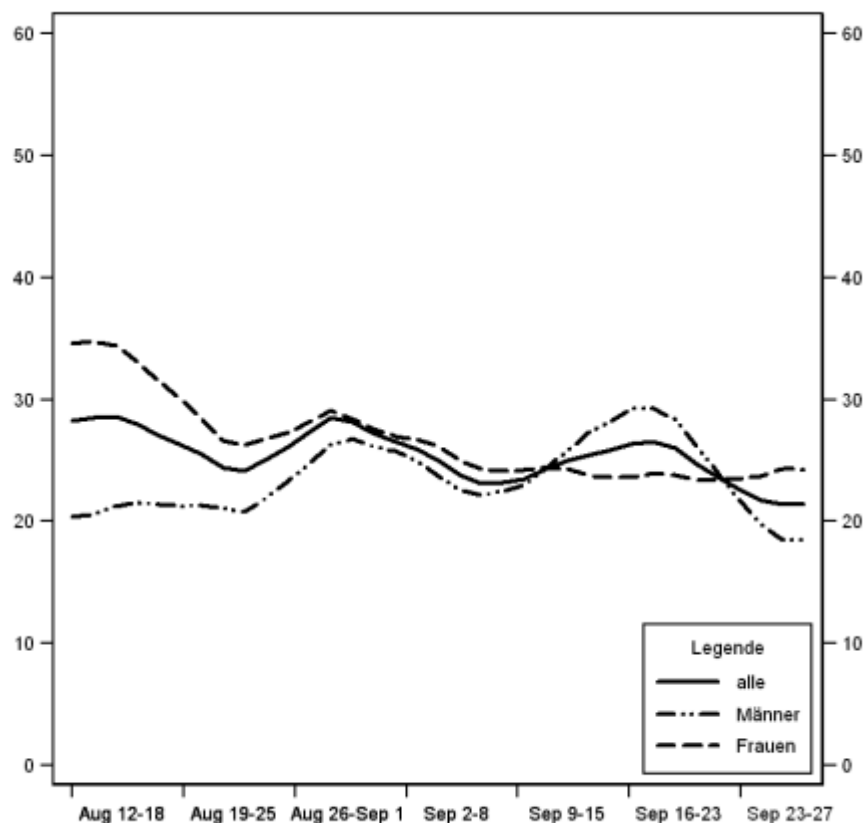


Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Zu Beginn des Wahlkampfes konnte im Anteil der Unentschlossenen noch ein verhältnismäßig deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern festgestellt werden (vgl. Grafik 8.7). Bei den Frauen war der Anteil der Unentschlossenen größer – sie entschieden sich also tendenziell später für eine Partei. Im August und frühen September glichen sich die Anteile der unentschlossenen Frauen und Männer aber einander an, so dass zum Schluss keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Geschlechtern mehr verblieben.

Grafik 8.7: Anteil der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler nach Geschlecht



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

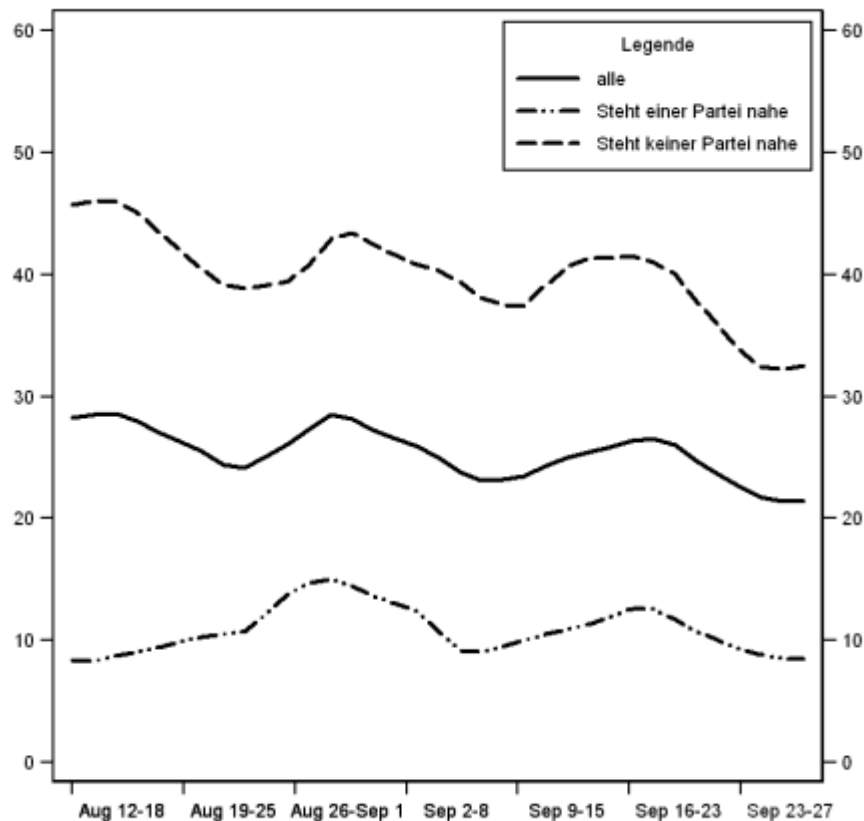
Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Als wichtiger Faktor, der die Unentschlossenheit der Wählerinnen und Wähler fördert, gilt die „abnehmende Bindungskraft von Parteien, die die Stimmabgabe zugunsten einer bestimmten Partei immer weniger von tradierten Einstellungsweisen und Verhaltensmustern abhängig macht“ (Plasser/Ulram 2007a: 30).

Es ist naheliegend, dass Personen, die einer Partei nahestehen, diese auch immer wieder wählen und ihre Wahlentscheidungen daher schon zu einem frühen Zeitpunkt feststehen. Wer keiner Partei nahesteht, braucht länger sich zu entscheiden, für wen sie oder er stimmen wird. Daher legen Parteistrateginnen und -strategen bei der Wahlkampfplanung oft ein besonderes Augenmerk auf die Un- oder Spätentschlossenen. Grafik 8.8 zeigt, dass der Anteil der Unentschlossenen bei Personen ohne Parteibindung durchgehend und erwartungsgemäß weitaus höher war als bei jenen, die sich mit einer Partei verbunden fühlten. Der Unterschied zwischen den Gruppen lag zu Beginn des Wahlkampfs bei circa 30 Prozentpunkten und wenige Tage vor der Wahl noch immer bei circa 20 Prozentpunkten. Ähnlich wie bei der Teilnahmebereitschaft (vgl. Grafik 8.4), aufgegliedert nach Parteibindung, lässt

sich hier festhalten, dass eine Parteibindung zwar die Zahl der Unentschlossenen beeinflusste, nicht aber den Zeitpunkt der Wahlentscheidung.

Grafik 8.8: Anteil der unentschlossenen Wählerinnen und Wähler nach Parteibindung



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends gelättet.

Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Wahlpräferenzen

Wie hat sich die Wahlintention entwickelt, also die Absicht, einer ganz bestimmten Partei die Stimme zu geben? Diese Frage lässt sich mit Hilfe der AUTNES RCS Daten beantworten. Da allerdings – wie oben beschrieben – ein erheblicher Anteil der Wählerinnen und Wähler bis ganz zum Schluss unentschlossen war, welcher Partei ihre Stimme zu geben, sind die Wahlpräferenzen auf Basis der verfügbaren Daten nicht als Prognose des Wahlergebnisses zu interpretieren. Im Gegensatz zu den meisten Umfragen, die die Medien vor der Wahl veröffentlichten, sind in Grafik 8.9 also *keine* Annahmen über die Wahlentscheidung der Unentschlossenen oder der Antwortverweigernden enthalten. Es werden hier lediglich die *Rohwerte* berichtet. Eine oft zu findende, aber nicht eindeutig bestätigte Annahme ist ja, dass die Antwortverweigerer häufiger FPÖ wählen, dies aber auf Grund „sozialer Erwünschtheit“ in der Umfrage nicht angeben. In diesem Abschnitt werden Unentschlossene

oder Antwortverweigernde in den Analysen aber nicht weiter berücksichtigt. Personen, die eine Wahlteilnahme mit Sicherheit ausschlossen, wurden ebenfalls ausgeblendet.⁴

Die Wahlpräferenzen für eine bestimmte Partei sind also in den folgenden Analysen in Prozent der deklarierten Befragten ausgewiesen, also derjenigen Personen, die auf die Frage nach der voraussichtlichen Wahlentscheidung bereits eine konkrete Partei nannten⁵. Es mag sein, dass manche dieser Befragten zu einem späteren Zeitpunkt ihre Meinung änderten und ihre Entscheidung revidierten. Plausibel dabei ist, dass der Anteil derer, die wussten, wen sie wählen wollten, in ähnlichem Ausmaß anstieg, wie die Unentschlossenen abnahmen. Da der Anteil der für eine Partei deklarierten Wählerinnen und Wähler über den Wahlkampf hinweg zunahm, verloren Parteien, deren Stammwählerinnen und -wähler schon zu Beginn des Wahlkampfes ihre Entscheidung deklariert hatten über die Zeit Anteile der Deklarierten. Ihre im Wesentlichen immer gleich bleibende Zahl an deklarierten Stammwählerinnen und -wählern stand einer immer größer werdenden Anzahl von deklarierten Wählerinnen und Wählern der anderen Parteien gegenüber.

Die Wahlabsicht für die SPÖ war zu Beginn des Wahlkampfes ähnlich hoch wie gegen Ende. In der Mitte dieser Periode lag die SPÖ noch besser. Da die SPÖ eine Partei mit vielen Stammwählerinnen und -wählern ist, sind die hohen Werte u.a. auch darauf zurückzuführen, dass schon von Anfang an viele Wählerinnen und Wähler vorhatten, sie zu wählen, während die Entscheidung für andere Parteien wohl erst später fiel. Anders war es bei der ÖVP. Zu Beginn des Wahlkampfes schien die Volkspartei zunächst an Zustimmung zu verlieren, konnte aber in den Wochen vor der Wahl wieder hinzugewinnen. Dieser Trend fiel mit dem Wahlkampfauftritt der ÖVP am 10. September und mit dem Start der politischen TV-Ereignisse (den ORF-Wahldebatten und den Wahlsendungen der Privatsender) zusammen.

Die FPÖ und die Grünen starteten mit etwa gleichen Stimmenanteilen – für sie lag der Anteil unter der bereits entschlossenen Wählerinnen und Wählern bei rund 15 Prozent. Die weitere Entwicklung verlief allerdings unterschiedlich. Die Grünen verloren zunächst etwas an Zustimmung, erhielten aber Ende August einen deutlichen Schub in den Umfragedaten. Dies stimmte zeitlich gesehen mit dem Wahlkampfauftritt der Grünen am 26. August sowie mit einer neuen Plakatwelle und dem Beginn der TV-Debatten überein (Eva Glawischnigs Auftritt in der *PULS 4-Wahlarena* und der TV-Konfrontation im ORF). Kurze Zeit später verloren die Grünen allerdings kontinuierlich an Zustimmung unter den

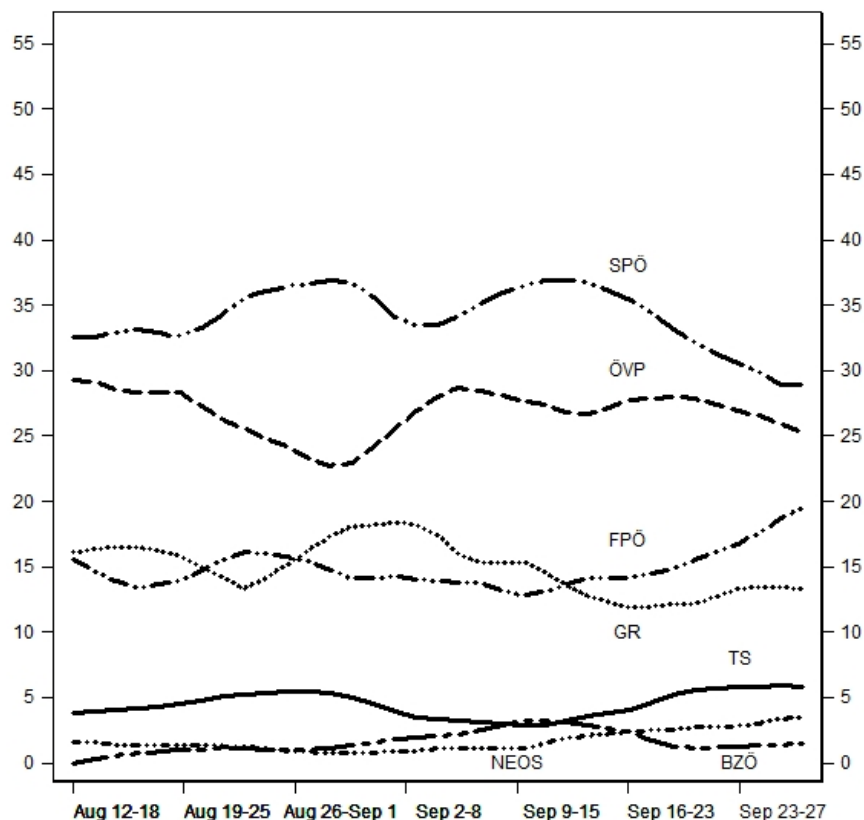
⁴ Grund dafür ist, dass für eine Darstellung der Wahlpräferenzen im Wahlkampfverlauf ein möglichst gutes Bild der zu einem bestimmten Zeitpunkt bereits entschlossenen Wählerinnen und Wähler gezeichnet werden soll, das nicht durch Annahmen über zukünftiges Verhalten von zu dem Zeitpunkt (noch) Unentschlossenen verzerrt ist.

⁵ Die Parteipräferenzen werden in Prozent jener Personen angegeben, die – analog zur Definition der Unentschlossenen – auf die Frage nach der Wahrscheinlichkeit ihrer Teilnahme an der Wahl auf der Skala von 0 bis 10 mit einem Wert 1 oder höher antworteten, also zumindest nicht mit Sicherheit ausschlossen, dass sie wählen gehen werden. Auf die Frage, welcher Partei sie ihre Stimme geben wollen, mussten die Befragten eine Partei nennen, um als „deklarierte Befragte“ in dieser Untersuchung berücksichtigt zu werden. Diejenigen, die die Antwort nach der Wahlentscheidung verweigerten, wurden von der Untersuchung ausgeschlossen.

Entschlossenen, bis sie sich gegen Ende des Wahlkampfes in der Nähe ihres tatsächlichen Wahlergebnisses befanden.

Ganz anders war die Entwicklung bei der FPÖ: Anfangs schien die FPÖ zwar leicht an potenziellen Wählerinnen und Wählern zu verlieren, sie konnte sich aber recht schnell von den Verlusten erholen. Nach anfänglicher Stagnation stieg die Unterstützung für die FPÖ in den letzten Wochen vor dem Wahltermin wieder deutlich an. Kurz vor dem Wahltag befand sie sich mit rund 20 Prozent der Stimmen bei den deklarierten Befragten ebenfalls in der Nähe ihres tatsächlichen Wahlergebnisses.

Grafik 8.9: Wahlabsicht



Anmerkungen: Daten gewichtet, Trends geglättet.

Quelle: AUTNES RCS Panelstudie zur Nationalratswahl 2013

Beim BZÖ waren kontinuierlich niedrige Werte für die Wahlfrage zu sehen. Es erholte sich Mitte September etwas, also zur Zeit der intensiven Medienberichterstattung sowie der ORF-Auftritte von Josef Bucher, und lag dann nahe an der Vierprozenthürde bzw. konnte sie kurzfristig überschreiten. Danach musste das BZÖ allerdings wieder kontinuierliche Verluste in der Zustimmung der Wählerschaft hinnehmen.

Das Team Stronach unterlag einem stetigen Auf und Ab. Es konnte zu Beginn des Wahlkampfes an Unterstützung zulegen. Allerdings zeigte sich auch hier ein deutlicher und kontinuierlicher Stimmrückgang ab Ende August. Da Frank Stronachs Auftritte bei den TV-Konfrontationen in den Medien zumindest als ungewöhnlich, wenn nicht bizarr, diskutiert und gleichzeitig seine Sympathiewerte bei den Wählerinnen und Wähler schlechter wurden (vgl. Kapitel 3), könnte hier ein Zusammenhang mit den rückläufigen Wahlpräferenzen vermutet werden. Das Team Stronach erholte sich zwar kurz vor dem Wahltag wieder von dieser Entwicklung, erreichte aber schlussendlich sein selbst vorgegebenes Ergebnis von 15 Prozent bei Weitem nicht.

Bei NEOS waren über den gesamten Wahlkampf sehr niedrige Werte zu beobachten, die selten die Zweiprozentmarke überschritten. Erst ungefähr zwei Wochen vor der Wahl war ein kontinuierlicher Anstieg von entschlossenen NEOS-Wählerinnen und -Wählern zu verzeichnen. Die NEOS-Selbstdarstellung als eine wählbare Partei mit Chancen, die Vierprozenthürde für den Einzug in den Nationalrat zu überspringen, schien gerade rechtzeitig aufgegangen zu sein.

Zusammenfassung

In diesem Kapitel wurde gezeigt, wie sich die Bereitschaft, an der Wahl teilzunehmen, und die Absicht, eine bestimmte Partei zu wählen, im Laufe des Wahlkampfes veränderten. Dabei wurden Trends sowohl für alle Befragten als auch für bestimmte Bevölkerungsgruppen getrennt untersucht.

Ganz allgemein gesprochen gab es keine wesentlichen Veränderungen im Wahlkampf. Im Großen und Ganzen stieg die Teilnahmebereitschaft kontinuierlich an, der Anteil derjenigen, die nicht wussten, wen sie wählen wollten, sank kontinuierlich. Allerdings war bis wenige Tage vor der Wahl noch ein erheblicher Teil der Wahlberechtigten unentschlossen. Der historische Trend zu einer späten Wahlentscheidung setzte sich bei der Wahl 2013 also fort. Dass zwei Tage vor der Wahl rund ein Fünftel der einer Teilnahme nicht abgeneigten Wählerinnen und Wähler noch keine Entscheidung getroffen hatte, welche Partei ihre Stimme bekommen sollte, unterstreicht, dass auch die letzten Tagen eines Wahlkampfes noch entscheidend sein können.

Wie erwartet zeigte sich, dass die Wahlberechtigten mittleren Alters durchweg eine höhere Teilnahmebereitschaft aufwiesen als die anderen Altersgruppen und dies bereits zu Beginn des Wahlkampfes festzustellen war. Kurz vor der Wahl wurden die Unterschiede dann geringer. Unter den Wählerinnen und Wählern, die noch nicht wussten, wem sie ihre Stimme geben sollten, waren vor allem Jüngere vertreten, was auch bis kurz vor der Wahl anhielt.

Unterscheidet man nach Bildung, zeigten Menschen mit Matura schon zu einem früheren Zeitpunkt eine höhere Teilnahmebereitschaft als die Befragten ohne Matura. Kurz vor der Wahl waren aber beide

Gruppen etwa gleichauf. Ein ähnliches Bild ergab sich auch für die unentschlossenen Wählerinnen und Wähler.

Traditionelle Parteienbindungen, auch wenn sie insgesamt schwächer sind als früher, waren immer noch ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zwischen den Wählerinnen und Wählern. Sowohl bei der Teilnahmebereitschaft zur Wahl als auch bei den Unentschlossenen waren deutliche Unterschiede nach Parteiidentifikation abzulesen. Dabei handelte es sich allerdings um Unterschiede im Niveau, nicht in der Entwicklung über den Wahlkampfzeitraum.

Auch bei den Präferenzen für bestimmte Parteien gab es keine dramatischen Veränderungen während des Wahlkampfes, aber dennoch kleinere Verschiebungen zwischen ihnen. Kleinere Schwankungen könnten auf Wahlkampfeignisse (z.B. die unterschiedlichen Zeitpunkt der Wahlkampfauftritte der Parteien, diverse TV-Auftritte und -Debatten) zurückzuführen sein. Beim BZÖ und Team Stronach ließen sich negative Trends ablesen, die mit den Prognosen der Medien und dem Endergebnis der Wahl übereinstimmten.

Erstaunlich aber war vor allem die Entwicklung bei denjenigen, die angaben, NEOS wählen zu wollen. Gegen Ende des Wahlkampfes zeigte sich ein deutlicher Anstieg für diese Partei auf einen Anteil auf rund vier Prozent. Noch wenige Wochen vor der Wahl war NEOS in den Umfragen kaum repräsentiert. In der Wahlkampfendphase konnte die neue Partei aber in der Gunst der Wählerinnen und Wähler so zulegen, dass sie schließlich in den Nationalrat einzog. Im Vorfeld war spekuliert worden, ob NEOS dasselbe Schicksal wie das Liberale Forum erleiden würde, das bei der Nationalratswahl 2008 klar an der Vierprozenthürde gescheitert war. Da NEOS in vielen publizierten Umfragen bis zum Schluss unter vier Prozent lag, hätte es nicht verwundert, wenn Wählerinnen und Wähler in letzter Sekunde abgesprungen wären, um ihre Stimme nicht an eine Partei „ohne Chancen“ zu vergeuden. Das Gegenteil war der Fall: Am Wahlabend lag NEOS sogar deutlich über den vier Prozent. Offensichtlich fiel die Entscheidung für NEOS bei vielen in letzter Sekunde.

Zusammengefasst waren der hohe Anteil an Unentschlossenen bis wenige Tage vor der Wahl, der Aufstieg von NEOS in den letzten Tagen des Wahlkampfes und der Rückgang des Team Stronach in der Gunst der Wählerinnen und Wähler die vielleicht spannendsten Entwicklungen in den Wahlpräferenzen im Nationalratswahlkampf 2013.

Literaturverzeichnis

- AGTT/GfK. 2013. *TELETEST: Evogenius Reporting 1.1.2008-30.9.2013*. Unveröffentlichte Studie. Für weitere Informationen: <http://www.agtt.at> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Aichholzer, Julian, Kritzing, Sylvia, Wagner, Markus, Zeglovits, Eva. 2014. How has radical right support transformed established political conflicts? The case of Austria, in *West European Politics* **37**: 113-137.
- Aichholzer, Julian, Willmann, Johanna. 2014. Forecasting Austrian national elections: The Grand Coalition Model, in *International Journal of Forecasting* **30**: 55-64.
- Ansolabehere, Stephen, Iyengar, Shanto. 1995. *Going negative. How political advertisements shrink and polarize the electorate*. New York: The Free Press.
- Ansolabehere, Steven, Iyengar, Shanto, Simon, Adam, Valentino, Nicholas. 1994. Does attack advertising demobilize the electorate?, in *American Political Science Review* **88**: 829-838.
- Ausserhofer, Julian, Kittenberger, Axel, Maireder, Axel. 2012. *Twitterpolitik: Netzwerke und Themen der politischen Twittersphäre in Österreich*. Online: <http://twitterpolitik.net> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- AUTNES Inerate. 2013. *AUTNES Inhaltsanalyse der Printwerbung (Inerate) bei der österreichischen Nationalratswahl 2013 [Datensatz]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES MedienAuto. 2013. *AUTNES Automatische Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur österreichischen Nationalratswahl 2013 [Datensatz]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES MedienManuell. 2013. *AUTNES Manuelle Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur österreichischen Nationalratswahl 2013 [Datensatz]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES OTS. 2013. *AUTNES Inhaltsanalyse der Presseaussendungen (OTS) von Parteien bei der österreichischen Nationalratswahl 2013 [Datensatz]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES Post-Post Survey. 2009. *AUTNES Post-Post Election Survey 2009 [Data File]*. Version 2.0. www.autnes.at.
- AUTNES Pre-Post Panel. 2013. *AUTNES Pre-Post Panel Study 2013 [Data File]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES RCS. 2013. *AUTNES Rolling-Cross-Section Panel Study 2013 [Data File]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- AUTNES TV-Debates Panel. 2013. *AUTNES TV-Debates Panel Study [Data File]*. Version 1.0. www.autnes.at.
- Bennett, Walter L. 1990. Toward a theory of press-state relations in the United States, in *Journal of Communication* **40**: 103-125.
- Berelson, Bernhard R., Lazarsfeld, Paul, McPhee, William N. 1954. *Voting. A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bhatti, Yosef, Hansen, Kasper M., Wass, Hanna. 2012. The relationship between age and turnout: A roller-coaster ride, in *Electoral Studies* **31**: 588-593.
- Blais, André. 2000. *To vote or not to vote - the merits and limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Blais, André, Gidengil, Elisabeth, Nevitte, Neil. 2004. Where does turnout decline come from?, in *European Journal of Political Research* **43**: 221-236.

- Brandenburg, Heinz. 2006. Party strategy and media bias: A quantitative analysis of the 2005 UK election campaign, in *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* **16**: 157-178.
- Brettschneider, Frank. 1998. Kohl oder Schröder: Determinanten der Kanzlerpräferenz gleich Determinanten der Wahlpräferenz?, in *Zeitschrift für Parlamentsfragen* **3**: 401-421.
- Budge, Ian, Farlie, Dennis J. 1983. *Explaining and predicting elections. Issue effects and party strategies in twenty-three democracies*. London: Allen & Unwin.
- Cain, Bruce, Ferejohn, John, Fiorina, Morris P. 1987. *The personal vote*. Cambridge: Harvard University Press.
- Campbell, Angus, Converse, Philip E., Miller, Warren E., Stokes, Donald E. 1960. *The American voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Campbell, Angus, Valen, Henry. 1961. Party identifications in Norway and the United States, in *Public Opinion Quarterly* **25**: 505-525.
- Chaffee, Steven H., Choe, Sun Y. 1980. Time of vote decision and media use in the Ford-Carter campaign, in *Public Opinion Quarterly* **44**: 53-69.
- Chaffee, Steven H., Rimal, Rajiv N. 1996. Time of vote decision and openness to persuasion, in Mutz, Diana C., Sniderman, Paul M., Brody, Richard A. (Hg.), *Political Persuasion and Attitude Change* (S. 267-291). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Dalton, Russel J. 2002. *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. New York: Chatham House Publishers.
- de Nève, Dorothée 2009. *NichtwählerInnen - eine Gefahr für die Demokratie?* Opladen/Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich.
- Delli Carpini, Michael X., Keeter, Scott. 1996. *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Dolezal, Martin, Ennser-Jedenastik, Laurenz, Müller, Wolfgang C., Winkler, Anna Katharina. 2012. The life cycle of party manifestos: Exploring the Austrian case, in *West European Politics* **35**: 869-895.
- Donsbach, Wolfgang, Büttner, Katrin. 2005. Boulevardisierung in deutschen Fernsehnachrichten, in *Publizistik* **50**: 21-38.
- Downs, Anthony. 1957. *An economic theory of democracy*. New York: Harper Collins.
- Duch, Raymund M., Stevenson, Randolph T. 2008. *The economic vote. How political and economic institutions condition election results*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dujmovits, Werner. 2000. *Auslandsösterreicherwahlrecht und Briefwahl*. Wien: Verlag Österreich.
- Dujmovits, Werner. 2001. Briefwahl: Ein demokratisches Erfordernis, in Khol, Andreas, Ofner, Günther, Burkert-Dottolo, Günther, Karner, Stefan (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 2000* (S. 289-317). Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Ennser-Jedenastik, Laurenz, Müller, Wolfgang C. 2014. Intra-party democracy, political performance, and the survival of party leaders: Austria, 1945-2011, in *Party Politics* **25**: 1-14.
- Esser, Frank. 1999. 'Tabloidization' of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism, in *European Journal of Communication* **14**: 291-324.
- Finkel, Steven E., Geer, John G. 1998. A spot check: Casting doubt on the demobilizing effect of attack advertising, in *American Journal of Political Science* **42**: 573-595.
- Fiorina, Morris P. 1981. *Retrospective voting in American national elections*. New Haven: Yale University Press.
- Fischer, Heinz. 1974. Die parlamentarischen Fraktionen, in Fischer, Heinz (Hg.), *Das politische System Österreichs* (S. 111-150). Wien: Europaverlag.

- Fournier, Patrick, Nadeau, Richard, Blais, André, Gidengil, Elisabeth, Nevitte, Neil. 2004. Time-of-vote-decision and susceptibility to campaign effects, in *Electoral Studies* **23**: 661-681.
- FPÖ. 2013. *Liebe deine Nächsten. Wahlprogramm der FPÖ 2013*. Online: http://www.hcstrache.at/wp-content/uploads/2013/08/Folder_Web.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Franklin, Mark N. 2004. *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Galtung, Johan, Ruge, Mari H. 1965. The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers, in *Journal of Peace Research* **2**: 64-91.
- Gans, Herbert J. 1979. Deciding what's news - story suitability, in *Society* **16**: 65-77.
- Gidengil, Elisabeth, Hennigar, Matthew, Blais, André, Nevitte, Neil. 2005. Explaining the gender gap in support for the New Right - the case of Canada, in *Comparative Political Studies* **38**: 1171-1195.
- Goerres, Achim. 2008. The grey vote: Determinants of older voters' party choice in Britain and West Germany, in *Electoral Studies* **27**: 285-304.
- GRECO. 2011. *Dritte Evaluierungsrunde: Evaluierungsbericht über die Transparenz der Parteienfinanzierung in Österreich*. Straßburg: GRECO Sekretariat, Europarat.
- Gschwend, Thomas. 2007. Ticket-splitting and strategic voting under mixed electoral rules: Evidence from Germany, in *European Journal of Political Research* **46**: 1-23.
- Hallin, Daniel C., Mancini, Paolo. 2004. *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hofer, Thomas. 2007. Der Triumph des Negative Campaigning, in Hofer, Thomas, Tóth, Barbara (Hg.), *Wahl 2006. Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl* (S. 5-31). Wien: Lit Verlag.
- Holbrook, Allyson L., Krosnick, Jon A. 2010. Social desirability bias in voter turnout reports, in *Public Opinion Quarterly* **74**: 37-67.
- Holtz-Bacha, Christian. 2004. Germany: How the private life of politicians got into the media, in *Parliamentary Affairs* **57**: 41-52.
- Hölzl, Norbert. 1974. *Propagandaschlachten. Die österreichischen Wahlkämpfe 1945 bis 1971*. Wien: Verlag für Geschichte und Politik.
- IMAS Report. 2013. *Die Social-Media Generation*. Online: <http://www.imas.at/index.php/de/imas-report-de/aktuelle-reports/331-die-social-media-generation> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Integral Markt- und Meinungsforschung. 2012. *Österreicher "always on" wie nie zuvor: AIM-Consumer: Mobile Dienste verzeichnen Zuwachsrate um 50%*. Online: http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2013/03/Presstext_AIM-Consumer_Q4_2012.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Integral Markt- und Meinungsforschung. 2013. *Austrian Internet Monitor: Kommunikation und IT in Österreich. 2. Quartal 2013*. Online: http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2013/08/AIM-Consumer_-_Q2_2013.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- ISA SORA. 2008. *Nationalratswahl 2008*. Online: http://www.sora.at/fileadmin/downloads/wahlen/2008_nrw_wahlanalyse.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Jost, John T., Federico, Christopher M., Napier, Jaime L. 2009. Political ideology: Its structure, functions, and elective affinities, in *Annual Review of Psychology* **60**: 307-337.

- Jungherr, Andreas, Schoen, Harald. 2013. *Das Internet in Wahlkämpfen. Konzepte, Wirkungen und Kampagnenfunktionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kaid, Lynda L., McKinney, Mitchell S., Tedesco, John C. 2007. Introduction: Political information efficacy and young voters, in *American Behavioral Scientist* **50**: 1093-1111.
- Karmasin, Matthias, Kraus, Daniela, Kaltenbrunner, Andy, Bichler, Klaus. 2011. Austria: A boarder-crosser, in Eberwein, Tobias, Fengler, Susanne, Lauk, Epp, Leppik-Bork, Tanja (Hg.), *Mapping media accountability - in Europe and beyond* (S. 22-35). Köln: Herbert von Halem.
- Karvonen, Lauri. 2010. *The personalisation of politics. A study of parliamentary elections*. Colchester: ECPR Press.
- Kersting, Norbert. 2004. Briefwahl im internationalen Vergleich, in *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* **33**: 341-351.
- King, Anthony. 2002. *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Kriesi, Hanspeter, Grande, Edgar, Dolezal, Martin, Helbling, Marc, Höglinger, Dominic, Hutter, Swen, Wüest, Bruno. 2012. *Political conflict in Western Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kritzinger, Sylvia, Aichholzer, Julian, Johann, David, Wagner, Markus, Willmann, Johanna, Zeglovits, Eva. 2011. *AUTNES Post-Post Election Survey 2009 - Documentation Report*. Vienna: University of Vienna.
- Kritzinger, Sylvia, Johann, David, Aichholzer, Julian, Glinitzer, Konstantin, Glantschnigg, Christian, Thomas, Kathrin, Wagner, Markus, Zeglovits, Eva. 2014a. *AUTNES Rolling-Cross-Section Panel Study 2013 – Documentation*. Vienna: University of Vienna.
- Kritzinger, Sylvia, Johann, David, Glantschnigg, Christian, Aichholzer, Julian, Glinitzer, Konstantin, Thomas, Kathrin, Wagner, Markus, Zeglovits, Eva. 2014d. *TV-Debates Panel Study 2013 – Documentation*. Vienna: University of Vienna.
- Kritzinger, Sylvia, Thomas, Kathrin, Glantschnigg, Christian, Aichholzer, Julian, Glinitzer, Konstantin, Johann, David, Wagner, Markus, Zeglovits, Eva. 2014c. *AUTNES Comparative Study of Electoral Systems Post-Election Survey 2013 - Documentation*. Vienna: University of Vienna.
- Kritzinger, Sylvia, Zeglovits, Eva, Aichholzer, Julian, Glantschnigg, Christian, Glinitzer, Konstantin, Johann, David, Thomas, Kathrin, Wagner, Markus. 2014b. *AUTNES Pre-Post Panel Study 2013 - Documentation*. Vienna: University of Vienna.
- Kritzinger, Sylvia, Zeglovits, Eva, Lewis-Beck, Michael S., Nadeau, Richard. 2013. *The Austrian voter. Trends and changes in vote choice in Austria 1986-2008*. Vienna: Vienna University Press.
- Laakso, Markku, Taagepera, Rein. 1979. „Effective“ number of parties, in *Comparative Political Studies* **12**: 3-27.
- Langer, Ana I. 2007. A historical exploration of the personalisation of politics in the print media: The British prime ministers (1945-1999), in *Parliamentary Affairs* **60**: 371-387.
- Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard, Gaudet, Hazel. 1960. *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lengauer, Günther, Pallaver, Günther, Pig, Clemens. 2007. Redaktionelle Politikvermittlung in österreichischen Wahlkämpfen, in Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. (Hg.), *Wählerbewegungen und Parteienkampagnen im Nationalratswahlkampf 2006* (S. 103-151). Wien: Facultas WUV.
- Lengauer, Günther, Vorhofer, Hannes. 2010. Wahlkampf am und abseits des journalistischen Boulevards: Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008, in

- Plasser, Fritz (Hg.), *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich* (S. 145-192). Wien: Facultas WUV.
- Lewis-Beck, Michael S., Paldam, Martin. 2000. Economic voting: An introduction, in *Electoral Studies* **19**: 113-122.
- Lewis-Beck, Michael S., Stegmaier, Mary. 2007. Economic models of voting, in Dalton, Russel J., Klingemann, Hans-Dieter (Hg.), *The Oxford Handbook of Political Behavior* (S. 518-537). Oxford: Oxford University Press.
- Lijphart, Arend. 1997. Unequal participation: Democracy's unresolved dilemma, in *American Political Science Review* **91**: 1-14.
- Lipset, Seymour M., Rokkan, Stein. 1967. Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction, in Lipset, Seymour M., Rokkan, Stein (Hg.), *Party Systems and Voter Alignments* (S. 1-64). New York: The Free Press.
- Mair, Peter. 2008. The challenge to party government, in *West European Politics* **23**: 27-51.
- Mansbridge, Jane. 2003. Rethinking representation, in *American Political Science Review* **97**: 515-528.
- McAllister, Ian. 2007. The personalization of politics, in Dalton, Russell J., Klingemann, Hans-Dieter (Hg.), *The Oxford Handbook of Political Behavior* (S. 571-588). Oxford: Oxford University Press.
- McGuire, William J. 1969. The nature of attitudes and attitude change, in Gardner, Lindzey, Aronson, Elliot (Hg.), *Handbook of Social Psychology* (S. 136-314). Reading: Addison-Wesley.
- Melischek, Gabriele, Rußmann, Uta, Seethaler, Josef. 2010. Agenda Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970-2008, in Plasser, Fritz (Hg.), *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich* (S. 101-143). Wien: Facultas WUV.
- Moy, Patricia, Rinke, Eike M. 2012. Attitudinal and behavioral consequences of published opinion polls, in Holtz-Bacha, Christina, Strömbäck, Jesper (Hg.), *Opinion Polls and the Media: Reflecting and Shaping Public Opinion* (S. 225-245). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Müller, Wolfgang C. 1984. Direktwahl und Parteiensystem, in Khol, Andreas, Ofner, Günther, Stirnemann, Alfred (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 1983* (S. 83-112). Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Müller, Wolfgang C. 1989. Neuere Entwicklungen der Persönlichkeitswahl in Österreich, in Khol, Andreas, Ofner, Günther, Stirnemann, Alfred (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 1988* (S. 671-692). Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Müller, Wolfgang C. 1991. Persönlichkeitswahl bei der Nationalratswahl 1990, in Khol, Andreas, Ofner, Günther, Stirnemann, Alfred (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 1990* (S. 261-283). Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Müller, Wolfgang C. 1992. Politische Konsequenzen von innerparteilichen Vorwahlen: Theoretische Modelle und Überlegungen zur österreichischen Praxis, in Neisser, Heinrich, Plasser, Fritz (Hg.), *Vorwahlen und Kandidatennominierung im internationalen Vergleich* (S. 105-120). Wien: Signum Verlag.
- Müller, Wolfgang C. 1997a. Das Parteiensystem, in Dachs, Herbert, Gerlich, Peter, Gottweis, Herbert, Horner, Franz, Kramer, Helmut, Lauber, Volkmar, Müller, Wolfgang C., Tálos, Emmerich (Hg.), *Handbuch des politischen Systems Österreichs* (S. 181-196). Wien: Manz.
- Müller, Wolfgang C. 1997b. Österreich: Festgefügte Koalitionen und stabile Regierungen, in Müller, Wolfgang C., Strøm, Kaare (Hg.), *Koalitionsregierungen in Westeuropa. Bildung, Arbeitsweise und Beendigung* (S. 109-160). Wien: Signum Verlag.

- Müller, Wolfgang C. 2009. The snap election in Austria, September 2008, in *Electoral Studies* **28**: 492-517.
- Müller, Wolfgang C., Dolezal, Martin, Eder, Nikolaus, Ennser-Jedenastik, Laurenz, Jenny, Marcelo, Meyer, Thomas M., Schermann, Katrin, Winkler, Anna Katharina. 2014a. *AUTNES Inhaltsanalyse der Printwerbung (Inserate) bei der österreichischen Nationalratswahl 2013 – Dokumentation*. Wien: Universität Wien.
- Müller, Wolfgang C., Dolezal, Martin, Ennser-Jedenastik, Laurenz, Winkler, Anna Katharina, Eder, Nikolaus, Jenny, Marcelo, Meyer, Thomas M., Schermann, Katrin. 2014b. *AUTNES Inhaltsanalyse der Presseaussendungen (OTS) von Parteien bei der österreichischen Nationalratswahl 2013 – Dokumentation*. Wien: Universität Wien.
- Müller, Wolfgang C., Jenny, Marcelo. 2004. "Business as usual" mit getauschten Rollen oder Konflikt- statt Konsensdemokratie? Parlamentarische Beziehungen unter der ÖVP-FPÖ-Koalition, in *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* **33**: 309-326.
- Müller, Wolfgang C., Jenny, Marcelo. 2013. Demokratischer Rollentausch oder Systembruch?, in Kriechbaumer, Robert, Schausberger, Franz (Hg.), *Die umstrittene Wende: Österreich 2000-2006* (S. 53-80). Wien: Böhlau Verlag.
- Müller, Wolfgang C., Jenny, Marcelo, Steininger, Barbara, Dolezal, Martin, Philipp, Wilfried, Preisl-Westphal, Sabine. 2001. *Die österreichischen Abgeordneten. Individuelle Präferenzen und politisches Verhalten*. Wien: Facultas WUV.
- Müller, Wolfgang C., Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. 1995. *Wählerverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994*. Wien: Signum Verlag.
- NEOS. 2013. *Offene Vorwahlwahlen Nationalratswahl 2013 (Partizipationsstatut)*. Online: <http://neos.eu/130315-Offene-Vorwahlen-Prozess.pdf> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Neyer, Gerda. 2006. Frauen im österreichischen politischen System, in Dachs, Herbert, Gerlich, Peter, Gottweis, Herbert, Horner, Franz, Kramer, Helmut, Lauber, Volkmarr, Müller, Wolfgang C, Tálos, Emmerich (Hg.), *Handbuch des Politischen Systems Österreichs: Die Zweite Republik* (S. 296-308). Wien: Manz.
- Nick, Rainer. 1992. Vorwahlen in Österreich und in der Bundesrepublik Deutschland: Erfahrungen zur Kandidatennominierung aus mehr als zwei Jahrzehnten, in Neisser, Heinrich, Plasser, Fritz (Hg.), *Vorwahlen und Kandidatennominierung im internationalen Vergleich* (S. 75-103). Wien: Signum Verlag.
- Nick, Rainer. 1995. Die Wahl vor der Wahl: Kandidatennominierung und Vorwahlen, in Müller, Wolfgang C., Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. (Hg.), *Wählerverhalten und Parteienwettbewerb: Analysen zur Nationalratswahl 1994* (S. 67-118). Wien: Signum Verlag.
- Norris, Pippa, Lovenduski, Joni. 1995. *Political recruitment: Gender, race and class in the British parliament*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OECD. 2013. *How's life? 2013: Measuring well-being. Country snapshot Austria*. Paris: OECD.
- ORF-Medienforschung. 2012. *TV-Tagesreichweite 1991-2012, Erwachsene ab 12 Jahren*. Online: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=1&z=1 (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- ORF. 2011. *Programminformation: ORF III Kultur und Information*. Online: <http://tv.orf.at/orf3/stories/ueberorf3/> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- ÖVP. 2013. *Zukunftsweisend. Österreich 2018: Das Programm zur Nationalratswahl 2013*. Online: http://www.bvoe.at/mediafiles/73/XVP-Wahlprogramm_2013.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Pappi, Franz U., Shikano, Susumu. 2007. *Wahl- und Wählerforschung*. Baden-Baden: Nomos.

- Parlamentsdirektion. 2013. XXIV. Gesetzgebungsperiode des Nationalrates, 28. Oktober 2008 bis 28. Oktober 2013: Bilanz. Wien: Parlamentsdirektion.
- Patterson, Thomas E. 1993. *Out of order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Pedersen, Mogens N. 1979. The dynamics of European party systems: Changing patterns of electoral volatility, in *European Journal of Political Research* 7: 1-26.
- Pelinka, Anton. 2002. Koalitionen in Österreich: Keine westeuropäische Normalität, in Kropp, Sabine, Schüttemeyer, Suzanne S., Sturm, Roland (Hg.), *Koalitionen in West- und Osteuropa* (S. 69-87). Opladen: Leske + Budrich.
- Petrocik, John R. 1996. Issue ownership in presidential elections, with a 1980 case study, in *American Journal of Political Science* 40: 825-850.
- Plasser, Fritz. 1996. TV-Confrontations und Strategien populistischer Politikvermittlung, in Jarren, Ottfried, Donges, Patrick, Weßler, Hartmut (Hg.), *Medien und politischer Prozess* (S. 95-113). Opladen: Springer.
- Plasser, Fritz, Lengauer, Günther. 2010. Die österreichische Medienarena: Besonderheiten des politischen Kommunikationssystems, in Plasser, Fritz (Hg.), *Politik in der Medienarena* (S. 19-52). Wien: Facultas WUV.
- Plasser, Fritz, Scheucher, Christian, Sommer, Franz. 1995. Massenmedien und Wahlkampf in Österreich: Personalisierung, Dethematisierung und Videopolitik, in Müller, Wolfgang C., Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. (Hg.), *Wahlverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994* (S. 227-264). Wien: Signum Verlag.
- Plasser, Fritz, Seeber, Gilg, Ulram, Peter A. 2000a. Breaking the Mold: Politische Wettbewerbsräume und Wahlverhalten Ende der neunziger Jahre, in Plasser, Fritz, Ulram, Peter A., Sommer, Franz (Hg.), *Das österreichische Wahlverhalten* (S. 55-116). Wien: Signum Verlag.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. 1996. Kampagnedynamik: Strategischer und thematischer Kontext der Wählerentscheidung, in Plasser, Fritz, Ulram, Peter A., Ogris, Günther (Hg.), *Wahlkampf und Wählerentscheidung: Analysen zur Nationalratswahl 1995* (S. 13-46). Wien: Signum Verlag.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. 2003. *Wahlverhalten in Bewegung*. Wien: Facultas WUV.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. 2007a. Wählerbewegungen und Parteienkampagnen im Nationalratswahlkampf 2006, in Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. (Hg.), *Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006* (S. 19-37). Wien: Facultas WUV.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A. 2007b. *Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006*. Wien: Facultas WUV.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A., Ogris, Günther. 1996. *Wahlkampf und Wählerentscheidung. Analysen zur Nationalratswahl 1995*. Wien: Signum Verlag.
- Plasser, Fritz, Ulram, Peter A., Sommer, Franz. 2000b. *Das österreichische Wahlverhalten*. Wien: Signum Verlag.
- Poguntke, Thomas, Webb, Paul. 2005. *The presidentialization of politics. A comparative study of modern democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Poier, Klaus. 2010. Briefwahl - Stärkung der Allgemeinheit der Wahl? Erste Erfahrungen aus der Anwendung der Briefwahl in Österreich, in Brünner, Christian, Hauser, Werner, Hitzler, Ronald, Kurz, Heinz-Dieter, Pöllinger, Martin, Reininghaus, Peter, Thomasser, Andreas, Tichy, Gunther, Wilhelmer, Peter (Hg.), *Mensch - Gruppe - Gesellschaft: Von bunten Wiesen und deren Gärtnerinnen bzw. Gärtnern. Festschrift für Manfred Prisching zum 60. Geburtstag* (S. 987-1003). Wien: NWV Verlag.
- Rosenstone, Steven J., Hansen, John M. 1993. *Mobilization, participation, and democracy in America*. New York: Macmillan.

- Schmitt-Beck, Rüdiger, Partheymüller, Julia. 2012. Why voters decide late: A simultaneous test of old and new hypotheses at the 2005 and 2009 German federal elections, in *German Politics* **21**: 299-316.
- Schönbach, Klaus. 1996. The „Americanization“ of German election campaigns: Any impact on the voters?, in Swanson, David L., Mancini, Paolo (Hg.), *Politics, media and modern democracy: An international study on innovations in electoral campaigning and their consequences* (S. 91-104). Westport: Praeger.
- Schönbach, Klaus, De Ridder, Jan, Lauf, Edmund. 2001. Politicians on TV news: Getting attention in Dutch and German election campaigns, in *European Journal of Political Research* **39**: 519-531.
- Schönbach, Klaus, Kleinen-von KönigsLöw, Katharina, Eberl, Jakob-Moritz, Haselmayer, Martin, Jacobi, Carina, Vonbun, Ramona. 2014a. *AUTNES Automatische Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur österreichischen Nationalratswahl 2013 - Dokumentation*. Wien: Universität Wien.
- Schönbach, Klaus, Kleinen-von KönigsLöw, Katharina, Eberl, Jakob-Moritz, Haselmayer, Martin, Jacobi, Carina, Vonbun, Ramona. 2014b. *AUTNES Manuelle Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur österreichischen Nationalratswahl 2013 - Dokumentation*. Wien: Universität Wien.
- Schudson, Michael. 2002. The news media as political institutions, in *Annual Review of Political Science* **5**: 249-269.
- Sickinger, Hubert. 2013. Neue Regeln für die Parteienfinanzierung, in Khol, Andreas, Ofner, Günther, Karner, Stefan, Halper, Dietmar (Hg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik 2012* (S. 273-288). Wien: Böhlau Verlag.
- Social Media Radar. 2013. *Social Media Radar Austria*. Online: www.socialmediaradar.at/ (zuletzt abgerufen am 25.11.2013).
- SPÖ. 2013a. *111 Projekte für Österreich. SPÖ-Wahlprogramm 2013*. Online: http://spoe.at/sites/default/files/spoe_wahlprogramm13.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- SPÖ. 2013b. *Gerechtigkeit. Stabilität. Fortschritt. 4 Jahre Regierung Faymann*. Online: http://spoe.at/sites/default/files/4_jahresbilanz_wf.pdf (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Stainer-Hämmerle, Kathrin. 2010. *Die Briefwahl im deutschen Sprachraum: ein systematischer Ländervergleich unter besonderer Berücksichtigung der Wahlrechtsgrundsätze in Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz*. Saarbrücken: Saarbrücker Verlag für Rechtswissenschaften.
- Stark, Birgit, Karmasin, Matthias. 2009. Österreich - Land der Zeitungsleser auch im Zeitalter des Internets?, in *Medien & Kommunikationswissenschaft* **57**: 353-373.
- Stirnemann, Alfred. 1988. Rekrutierung und Rekrutierungsstrategien, in Pelinka, Anton, Plasser, Fritz (Hg.), *Das österreichische Parteiensystem* (S. 599-643). Wien: Böhlau Verlag.
- Tocqueville, Alexis de. 2000, Original 1835, 1840. *Democracy in America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Trilling, Damian. 2013. *Following the news patterns of online and offline news use*. Amsterdam: Dissertation at the Amsterdam School of Communication Research.
- Van Aelst, Peter, Sheafer, Tamir, Stanyer, James. 2011. The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings, in *Journalism* **13**: 203-220.
- Verba, Sidney, Schlozman, Kay L., Brady, Henry E. 1995. *Voice and equality. Civic voluntarism in American politics*. Cambridge: Harvard University Press.

- Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen. 2008. *Media-Analyse 2008*. Online: <http://www.media-analyse.at/studieDetail.do?year=2008> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen. 2013. *Media-Analyse 2012/13*. Online: <http://www.media-analyse.at/studieDetail.do?year=12/13> (zuletzt abgerufen am 23.1.2014).
- Vliegenthart, Rens, Boomgarden, Hajo G., Boumans, Jelle W. 2011. Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers, in Brants, Kees, Vollmer, Katrin (Hg.), *Political communication in postmodern democracy challenging the primacy of politics* (S. 92-110). Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Vonbun, Ramona, Schönbach, Klaus. 2014. Wer ist politisch aktiv im Social Web?, in *Publizistik* **59**: Im Druck.
- Wagner, Markus, Kritzinger, Sylvia. 2012. Ideological dimensions and vote choice: Age group differences in Austria, in *Electoral Studies* **31**: 285-296.
- Walter, Annemarie S., Van der Brug, Wouter. 2013. When the gloves come off: Inter-party variation in negative campaigning in Dutch elections, 1981-2010, in *Acta Politica* **48**: 367-388.
- Wilke, Jürgen, Reinemann, Carsten. 2000. *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949 - 1998*. Köln: Böhlau.
- Wolf, Armin. 2007. *Image-Politik: Prominente Quereinsteiger als Testimonials der Politik*. Baden-Baden: Nomos Verlag.
- Zaller, John R. 1992. *The nature and origins of mass opinion*. New York: Cambridge University Press.
- Zaller, John R. 1996. The myth of mass media impact revived: New support for a discredited idea, in Mutz, Diana C., Sniderman, Paul M., Brody, Richard A. (Hg.), *Political Persuasion and Attitude Change* (S. 17-78). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Zeglovits, Eva, Aichholzer, Julian. 2014. Are people more inclined to vote at 16 than at 18? Evidence for the first-time voting boost among 16- to 25-year-olds in Austria, in *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*: doi: 10.1080/17457289.17452013.17872652.