

Dieses Kapitel ist 2021 in „Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2017“ (Hrsg. Bernhard Weßels und Harald Schoen) erschienen.

## **Es fährt ein Zug nach Nirgendwo. Martin Schulz, Angela Merkel und die Bundestagswahl 2017**

Ulrich Rosar, Lena Masch, Frederik Springer, Markus Klein

„Es fährt ein Zug nach Nirgendwo  
Mit mir allein als Passagier  
Mit jeder Stunde, die vergeht  
Führt er mich weiter weg von Dir“  
(Erste Strophe des Schlagers  
Es fährt ein Zug nach Nirgendwo  
von Christian Anders & Fred Jay)

### **1 Einleitung**

Als Martin Schulz beim außerordentlichen SPD-Bundesparteitag in Berlin am 19. März 2017 mit 100 % der Delegiertenstimmen zum Parteivorsitzenden und Kanzlerkandidaten gewählt wurde und der „Schulz-Zug“ damit richtig Fahrt aufnahm, hätte sich wohl niemand vorstellen können, dass dieser Zug Martin Schulz binnen Jahresfrist aufs politische Abstellgleis führen würde. In der Tat dürften Tiefe und Geschwindigkeit des politischen Falls selbst für sozialdemokratische Verhältnisse beispiellos sein. Betrachtet man Sigmar Gabriels Ankündigung vom 24. Januar 2017, zugunsten Schulz' auf Parteivorsitz und Kanzlerkandidatur verzichten zu wollen, als Ausgangspunkt der Entwicklung und Martin Schulz' Erklärung vom 9. Februar 2018, doch nicht als Außenminister ins Kabinett Merkel IV eintreten zu wollen, als ihren Schlusspunkt, so dauerte es gerade 382 Tage, bis sich Martin Schulz in der öffentlichen Wahrnehmung vom Heilsbringer der Sozialdemokratie zu einem Paria der bundesdeutschen Politik gewandelt hatte. Unterstrichen wird die Dynamik der Entwicklung, wenn sie in Relation zu den Umfragewerten bzw. Wahlergebnissen der SPD gesetzt wird. Legt man die Politbarometerdaten der Forschungsgruppe Wahlen<sup>1</sup> zugrunde, so gelang es der SPD in den Monaten Februar, März und April 2017, bei der auf der Sonntagsfrage basierenden sogenannten Projektion erstmals seit vier Jahren (Februar 2013) wieder Werte von 30 % und mehr zu erzielen und erstmals seit rund viereinhalb Jahren den Rückstand auf die Union auf unter fünf Prozentpunkte zu verkürzen (Juni 2012). Bei der Bundestagswahl 2017 lag die SPD mit einem Zweitstimmenanteil von 20,5 % aber nicht nur wieder mehr als 12 Prozentpunkte hinter der Union, sie fuhr zugleich auch ihr schlechtestes Bundestagswahlergebnis aller Zeiten ein. Den – vorläufigen – Tiefpunkt markiert jedoch die

---

<sup>1</sup> Vgl. <https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/>.

Politbarometererhebung vom Februar 2018, die durchgeführt wurde, nachdem die Koalitionsverhandlungen der SPD mit der CDU/CSU zum Abschluss gekommen waren und bekannt wurde, dass Schulz entgegen anderslautenden früheren Aussagen doch beabsichtigte, unter Angela Merkel als Bundeskanzlerin einen Ministerposten zu übernehmen. Nun erreichte die SPD bei der Projektion mit 17 % den schlechtesten Wert, der bis dato in den rund 40 Jahren der Existenz des Politbarometers für die älteste Partei Deutschlands ermittelt worden war.

Es ist nicht verwunderlich, dass sich Politik, Medien und Wissenschaft im Nachgang der Bundestagswahl 2017 intensiv mit der Frage befassten, wie der „Schulz-Zug“ zunächst so rasant an Tempo gewinnen konnte, um dann später so dramatisch zu entgleisen. Auch der SPD-Spitzenkandidat selbst hat sich dazu ausführlich geäußert (Feldenkirchen 2018). Neben der nach Wahlen so oft gestellten Frage, ob der Spitzenkandidat denn der Richtige gewesen sei, wurde dabei häufig auf bestimmte Ereignisse während des SPD-Wahlkampfes oder Entscheidungen der Parteiprotagonisten und -protagonistinnen Bezug genommen, die einzeln oder als Bündel entscheidend gewesen sein sollen. Relativ wenig Beachtung wurde und wird aber der Einbettung der konkreten Ereignisse und Entscheidungen in die langfristige Entwicklung des Wahlverhaltens in Deutschland und der damit eng verbundenen Konkurrenzsituation der beiden (bisherigen) Volksparteien und ihres jeweiligen Spitzenkandidaten bzw. ihrer jeweiligen Spitzenkandidatin geschenkt. Wird die Perspektive auf das Abschneiden der SPD bei der Bundestagswahl 2017 entsprechend erweitert, so scheint es plausibel, davon auszugehen, dass die anfänglichen Erfolge des „Schulz-Zuges“ maßgeblich das Resultat einer Schwächung der Kanzlerin respektive der Union waren und dass der Zuspruch zu Martin Schulz und damit auch zu seiner Partei in dem Maße erodierte, wie es Angela Merkel gelang, zu ihrer bisherigen Rolle zurückzufinden. Für die SPD nachteilige politische Ereignisse oder strategische und taktische Fehlentscheidungen der SPD-Wahlkampfleitung haben dies bestenfalls beschleunigt, sodass bereits mit Beginn der heißen Wahlkampfphase (wieder) eine Situation hergestellt war, bei der die Kanzlerin ihren Herausforderer in der Wahrnehmung der Wählerschaft und auf entscheidenden Beurteilungsdimensionen klar dominieren konnte.

Um diese Einschätzung argumentativ unterfüttern und empirisch plausibilisieren zu können, werden wir im nachfolgenden Kapitel zunächst einen Aufriss der theoretischen Argumente und Forschungsbefunde geben, die begründen, warum und auf welche Weise die Person einer Spitzenkandidatin oder eines Spitzenkandidaten für den Ausgang politischer Wahlen in westlich geprägten Demokratien wie der Bundesrepublik Deutschland bedeutsam sein sollte. Anschließend werden wir im dritten Kapitel kurz die Datenbasis vorstellen, auf die wir unsere

empirischen Analysen stützen, bevor wir uns im vierten Kapitel den Kanzlerkandidaten und der Kanzlerkandidatin in einer langfristigen Perspektive empirisch zuwenden. Das fünfte Kapitel ist der heißen Wahlkampfphase 2017 und einer differenzierten Analyse der Bewertungen Martin Schulz' und Angela Merkels gewidmet. Das abschließende sechste Kapitel fasst die vorgestellten Befunde noch einmal pointiert zusammen und ordnet sie wahlsoziologisch ein.

## **2 Theoretische Vorüberlegung und Forschungsbefunde**

Bei Bundestagswahlen ist vor allem während der Wahlkampfphase von einer Personalisierung der Politik die Rede. Mit Hinblick auf präsidentielle Demokratien, in denen die kandidierenden Personen systematisch einen größeren Stellenwert haben, wird eine solche Entwicklung auch als „Präsidentialisierung der Politik“ (Poguntke 2015; Poguntke und Webb 2005) parlamentarischer Demokratien bezeichnet. In den letzten Jahren hat die politikwissenschaftliche Debatte eine mögliche Personalisierung der Politik in etablierten Demokratien zunehmend in den Blick genommen (Karvonen 2010; Bittner 2011; Garzia 2014; Lobo und Curtice 2015). Dabei ist jedoch umstritten, inwiefern es sich tatsächlich um einen ansteigenden Trend oder vielmehr um eine konstante Entwicklung seit der Etablierung elektronischer Massenmedien handelt (Garzia 2017; Hayes 2009). Vor allem TV-Duelle und Fernsehdebatten werden als Plattformen der Inszenierung verstanden, die einen Fokus auf Spitzenkandidaten und Spitzenkandidatinnen fördern und maßgeblich die Kandidatenbewertung, Kanzlerpräferenz und letztlich die Wahlentscheidung beeinflussen können (Klein und Rosar 2007; Maier und Faas 2003; Maurer und Reinemann 2003). Jüngst gewannen das Internet und die sozialen Medien als Plattformen der medialen Selbstinszenierung für die Wahlkampfführung der Spitzenkandidaten und -kandidatinnen an Bedeutung. Twitter, Instagram und Facebook können zur Mobilisierung genutzt werden, indem die eigene Anhängerschaft direkt angesprochen oder ihr exklusive Einblicke in das Privatleben gewährt werden. Zudem ließen sich in diesem Bundestagswahlkampf sowohl Angela Merkel als auch Martin Schulz von YouTube-Stars befragen.<sup>2</sup> So sollte die Fokussierung auf Spitzenkandidaten und -kandidatinnen im digitalen Zeitalter insgesamt eher zu- als abnehmen (Garzia 2017).

Die fortschreitende gesellschaftliche Individualisierung (Beck 1986; Beck und Beck-Gernsheim 1994) wird zudem durch eine zunehmende Digitalisierung begünstigt, was wiederum die

---

<sup>2</sup> Die YouTube-Interviews mit Angela Merkel und Martin Schulz sind online abrufbar: YouTube LiveStreams, #DeineWahl – YouTuber fragen Angela Merkel | Mit Ishtar Isik, AlexiBexi, MrWissen2go, ItsColeslaw. <https://youtu.be/Uq2zIzscPgY> und #DeineWahl – YouTuber fragen Martin Schulz | Mit Marcel Scorpion, Nihan, MrWissen2go, ItsColeslaw. <https://www.youtube.com/watch?v=Uc-qYUELww>. Zugegriffen am 31. Mai 2019.

Abnahme langfristiger Parteibindungen verstärken kann. Das Dealignment, ein Prozess der abnehmenden Bindungen gesellschaftlicher Gruppierungen an Parteien, wird seit Längerem für die meisten westlichen Demokratien konstatiert. Seit den 1970er Jahren findet diese Entwicklung auch in der Bundesrepublik Deutschland statt (Dalton und Flanagan 2017; Dalton 2000; Arzheimer 2006). Die rückläufigen Parteibindungen werden vor allem auf eine abnehmende Bedeutung von „Arbeit vs. Kapital“ und „Kirche vs. Staat“ als den zentralen Konfliktstrukturen westlicher Demokratien zurückgeführt, da diese Konflikte vor allem für die Wählermobilisierung und Wahlteilnahme relevant sind (Elff 2007; Elff und Roßteutscher 2011, 2016). Der Bedeutungsverlust der Mobilisierung über die Konfliktlinie „Arbeit vs. Kapital“ stellt sich als besonders folgenreich für die SPD dar, wohingegen die Unionsparteien lange Zeit weniger stark von Dealignment-Prozessen betroffen waren (Elff und Roßteutscher 2011). Diese Entwicklungen wirken sich auch über die Zusammensetzung der sozialen Netzwerke der Wählerinnen und Wähler aus, da diese durch die Individualisierung und den Bedeutungsverlust der Konfliktlinien und Parteibindungen an Homogenität verloren haben, sodass zunehmend cross pressures auf die Wählerschaft wirken, die insgesamt die Chance der Wahlbeteiligung oder die Chance der frühzeitigen Festlegung auf eine Wahlentscheidung verringern (vgl. Lazarsfeld et al. 1944). Inwiefern das Web 2.0 der Heterogenität sozialer Netzwerke durch „filter bubbles“ und „echo chambers“ entgegenwirkt, bleibt abzuwarten. Eine homogene Online-Kommunikation konnte zumindest für bestimmte Parteianhängerschaften zur Bundestagswahl 2017 beobachtet werden (z. B. Kersting und Mehl 2018).

Als weiteres Resultat der zunehmenden cross pressures und abnehmenden Parteibindungen nimmt der Anteil der Wählerinnen und Wähler zu, die sich erst kurzfristig für eine Partei entscheiden, ihre Stimmen splitten oder zwischen Wahlen die Parteipräferenz wechseln (Roth und Wüst 2008, S. 405). Somit können neben Sachthemen vor allem die Spitzenkandidaten und Spitzenkandidatinnen in der klassischen Faktoren-Trias (Campbell et al. 1960) an Relevanz für die individuellen Entscheidungsprozesse zur Wahl gewinnen.

Prozesse der Globalisierung können zudem bestehenden Konfliktstrukturen wie „Arbeit vs. Kapital“ oder „Zentrum vs. Peripherie“ in neuer Form neuen Auftrieb geben oder gar völlig neue transnationale Konfliktlinien wie „Pro-Europa vs. Anti-Europa“ schaffen, die bereits bestehende Konfliktlinien kreuzen, verstärken und dadurch neue Spaltungen der Bevölkerung hervorbringen zwischen denen, die die Globalisierung ablehnen, und denen, die sie befürworten (Hooghe und Marks 2018). Mittelfristig könnte durch diese grundlegenden Veränderungen innerhalb der nationalen Gesellschaften – analog zum Ökologie-Cleavage – eine Phase des

Realignments eingeleitet werden. Dabei sind nicht zuletzt die Spitzenkandidaten und -kandidatinnen sowie die Parteispitzen in der Lage und gefordert, die Ausrichtung ihrer Parteien und eine entsprechende Issue-Ownership neu zu besetzen (Hayes 2005). Ganz allgemein werden konservativen Parteien höhere wirtschaftliche und finanzielle Kompetenzen zugewiesen, während linken Volksparteien häufiger eine höhere Kompetenz in den Themenbereichen der sozialen Sicherheit zugeschrieben wird (Kleinnijenhuis et al. 2001, S. 339). Diese stereotypen Erwartungen können sich dabei auf die Spitzenkandidaten und -kandidatinnen und ihre Kompetenzzuschreibungen übertragen (Hayes 2005, S. 912). Um Stimmen zu maximieren, sollten Spitzenkandidatinnen und -kandidaten während eines Wahlkampfes aber nicht nur die Erwartungen hinsichtlich der klassischen Kernpositionen erfüllen, sondern weitere Kompetenzzuschreibungen zu relevanten Issues ermöglichen (Hayes 2005, S. 912). Abgesehen von einer thematischen Besetzung relevanter Sachthemen können sie mit ihrer Persönlichkeit den Wahlkampf deutlich prägen (Ohr et al. 2013, S. 227). Sie werden dabei vor allem anhand rollennaher und rollenferner Eigenschaften durch die Wählerschaft evaluiert, wobei diese Kandidatenbewertungen wiederum einen Einfluss auf die Wahlentscheidung nehmen können. Studien zu bisherigen Bundestagswahlen haben zeigen können, dass beide Arten von Attributen für individuelle Wahlentscheidungen Bedeutung besitzen, wobei die rollennahen Merkmale wie Führungsstärke und Problemlösungskompetenz jedoch eine hervorgehobene Bedeutung gegenüber Bewertungen der Sympathie und Vertrauenswürdigkeit besitzen (Brettschneider 2002; Brettschneider und Gabriel 2002; Gabriel und Keil 2007; Gabriel et al. 2009; Klein und Ohr 2000, 2001; Ohr und Oscarsson 2011).

Die rollenfernen und rollennahen Kandidateneigenschaften können von allen Wählerinnen und Wählern als Heuristiken genutzt werden, um eine Wahlentscheidung zu treffen. Bisherige Forschungen haben gezeigt, dass diese Jedermannheuristik zwar vor allem für die Teile der Wählerschaft relevant ist, die nur ein geringes politisches Interesse aufweisen (Popkin 1995; Lau und Redlawsk 2001), da nahezu alle Wählerinnen und Wähler, also auch gering involvierte, in der Lage sind, ein Urteil über Kandidierende anhand kurzer Auftritte wie Fernsehdiskussionsrunden und TV-Duelle zu formen und eine Präferenz zu bilden. Diese Heuristik wird – wenn auch gegebenenfalls nachrangig – jedoch auch von Personen mit hoher Bildung genutzt, eben weil alle Wählerinnen und Wähler anhand solcher Auftritte unweigerlich ein Urteil über die Spitzenkandidaten und -kandidatinnen fällen (Bucy 2000, S. 194; Kleinnijenhuis et al. 2001, S. 341).

### **3 Datenbasis**

Wir stützen unsere empirischen Analysen auf zwei unterschiedliche Datenquellen, zum einen auf die Politbarometerumfragen der Forschungsgruppe Wahlen und zum anderen auf das forsa.omninet des Meinungsforschungsinstituts forsa. Da das Politbarometer in Fachkreisen gut bekannt sein dürfte und zudem alle relevanten Informationen zum Erhebungsverfahren und zur Operationalisierung auf den Homepages der Forschungsgruppe Wahlen bzw. der GESIS ausführlich dokumentiert und einfach abrufbar sind, verzichten wir hier auf eine neuerliche Darstellung der Studienreihe, der Stichprobenmerkmale und der Frageformulierungen, die den genutzten Variablen zugrunde liegen. Vielmehr beschränken wir uns auf den Hinweis, dass wir die Skalometer-Daten, auf denen die empirischen Betrachtungen des nachfolgenden Kapitels basieren, direkt aus dem Online-Archiv der Forschungsgruppe Wahlen<sup>3</sup> übernommen haben. Für alle politbarometergestützten Betrachtungen im Zusammenhang mit der Kanzlerpräferenz haben wir hingegen eigene Auswertungen der kumulierten Politbarometer 2016 bzw. 2017 durchgeführt. Die entsprechenden Datensätze und Dokumentationen sind bei der GESIS unter den Studiennummern 6888 und 6988 abrufbar.<sup>4</sup>

Weniger bekannt als das Politbarometer dürfte das forsa.omninet sein. Es wurde unter unserer Beteiligung an anderer Stelle bereits ausführlich beschrieben (Klein et al. 2019), sodass wir uns hier auf einige wesentliche Eckpunkte konzentrieren können, die für das Verständnis der im übernächsten Kapitel berichteten empirischen Analysen bedeutsam sind. Beim forsa.omninet handelt es sich um ein Online-Access-Panel. Alle Teilnehmenden werden jedoch ausschließlich im Rahmen von Telefonbefragungen rekrutiert, bei denen eine zufallsbasierte Stichprobenziehung erfolgt. In der Zeit vom 30. Juni bis 7. Juli 2017 wurden mehrere Tausend forsa.omninet-Panelisten eingeladen, an einer Online-Befragung zur Bundestagswahl 2017 teilzunehmen. Die Einladung erfolgte quotiert nach den Merkmalen Alter und Geschlecht, um mit Blick auf diese Merkmale ein möglichst getreues Bild der bundesdeutschen Wahlbevölkerung herstellen zu können. Insgesamt konnten rund 10 000 Interviews realisiert werden und die dabei erhobenen Angaben decken ein breites Spektrum der in der Wahlforschung relevanten Konzepte ab. So wurden u. a. auch differenzierte Beurteilungen der Kanzlerkandidatin Merkel und des Kanzlerkandidaten Schulz erhoben.<sup>5</sup> Vom 21. bis 29. Juni 2017, 18. bis 25. August 2017 sowie 8. bis 15. September 2019 fanden Wiederholungsbefragungen statt, zu denen alle Personen

---

<sup>3</sup> Vgl. <https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/>.

<sup>4</sup> Vgl. <https://dbk.gesis.org/dbksearch/index.asp?db=d>.

<sup>5</sup> Einzelheiten zu Operationalisierungen u. Ä. werden in Kap. 5 an entsprechender Stelle berichtet.

eingeladen wurden, die sich an der jeweils vorangegangenen Erhebungswelle beteiligt hatten. Die Frageformulierungen wurden dabei konstant gehalten. Die Fallzahlen der einzelnen Wellen und die Haltequoten können Tab. 1 entnommen werden.

*[Tabelle 1]*

#### **4 Empirische Analysen I: Langfristige Entwicklungen**

Die Bundestagswahl 2017 war die vierte Bundestagswahl, die Angela Merkel als Spitzenkandidatin der Union bestritten hat, und die dritte, die sie aus der Position der Inhaberin des Kanzleramtes heraus hat führen können. Bestanden bei der Bundestagswahl 2005 noch erhebliche Zweifel an ihrer Eignung als Spitzenkandidatin der CDU/CSU sowie an ihrer Fähigkeit, sich gegenüber dem „Medienkanzler“ Gerhard Schröder im Wahlkampf behaupten zu können (Klein und Rosar 2009; Kornelius und Roth 2007; Ohr et al. 2013), so führte sie den Wahlkampf zur Bundestagswahl 2009 bereits aus einer Position der Stärke und Überlegenheit heraus. Nahezu auf allen relevanten Beurteilungsdimensionen dominierte sie ihren SPD-Herausforderer Frank-Walter Steinmeier und in Teilen vergrößerte sich die Kluft sogar noch, je mehr Steinmeier von der Rolle des Außenministers in die des wahlkampfführenden SPD-Spitzenkandidaten wechselte (Ohr et al. 2013). Auch wenn die Union 2009 ihr zum damaligen Zeitpunkt zweitschlechtestes Bundestagswahlergebnis erzielte, konnte sie ihren Stimmenanteil von 2005 fast halten und ihre Position als stärkste Partei behaupten, während die SPD dramatisch verlor. Mit zu diesem Abwehrerfolg beigetragen haben dürfte Angela Merkels Fähigkeit, sich durch ihren präsidientlichen, konfliktvermeidenden, teils überparteilich und teils apolitisch wirkenden Führungs- und Wahlkampfstil Konfrontationen mit politischen Gegnerinnen und Gegnern und verbindlichen Festlegungen bei kontrovers erscheinenden politischen Sachfragen zu entziehen. Nicht zuletzt diese Fähigkeiten dürften ihr in ihrer zweiten Amtszeit den Beinamen der Teflon-Kanzlerin eingebracht haben (vgl. ursprünglich Der Spiegel 2010). Während ihrer zweiten Amtszeit entwickelte sie diese Fähigkeiten weiter und perfektionierte sie scheinbar, so dass sie während des Bundestagswahlkampfes 2013 vielen geradezu als Übermutter der Nation erschien, während ihr dritter SPD-Kontrahent beim Kampf ums Kanzleramt, Peer Steinbrück, es darauf anzulegen schien, während des Wahlkampfes kein Fettnäpfchen auszulassen (Klein und Rosar 2016; Rosar und Hoffmann 2015; Schoen und Greszki 2014).

Vor diesem Hintergrund ist es wenig überraschend, dass Angela Merkel mit hervorragenden Popularitätswerten in ihre dritte Amtszeit als Kanzlerin starten konnte. Legt man die Skalometerbeurteilungen der zehn wichtigsten Politikerinnen und Politiker in Deutschland zugrunde, die regelmäßiger Bestandteil der Politbarometererhebungen sind, so erzielte Angela Merkel bis

ins dritte Quartal 2015 hinein im Durchschnitt positive Beurteilungen von über 2.0 auf der von -5 bis +5 reichenden Beurteilungsskala (vgl. den oberen Teil von Abb. 1). In der 39. Kalenderwoche 2013, also unmittelbar nach der Bundestagswahl, erreichte sie mit einem Durchschnittswert von 2,7 laut Forschungsgruppe Wahlen sogar die beste Beurteilung, die im Rahmen der Politbarometer bis dahin jemals ermittelt wurde, und in der 29. Kalenderwoche 2014 bzw. in der 11. Kalenderwoche 2015 konnte sie sich mit einem Wert von 2,8 sogar noch einmal geringfügig verbessern. Bis zur 34. Kalenderwoche 2015 war sie durchgängig die bestbewertete Politikerin unter den zehn abgefragten Spitzenpolitikern und -politikerinnen. In der 37. Kalenderwoche 2015 verlor sie diese Spitzenposition jedoch und ab der 39. Kalenderwoche 2015 sanken ihre Werte deutlich ab, um in den folgenden Monaten auf niedrigerem Niveau stark zu oszillieren. Der Grund für diesen Umschwung dürfte in der von Angela Merkel am 5. September 2015 getroffenen Entscheidung zu sehen sein, die deutschen Grenzen nicht vor den über den Balkan auf Deutschland zuwandernden, vorwiegend arabischen Flüchtenden zu schließen. Wohl zum ersten Mal hatte Angela Merkel sich hier als Kanzlerin in einer hochemotionalen und hochkontroversen Frage klar positioniert und musste direkt den politischen Preis dafür zahlen.

*[Abbildung 1]*

Nachdem sich in der zweiten Jahreshälfte 2016 jedoch verlässlich abzeichnete, dass die Zahl der Flüchtenden, die es auf ihrer Odyssee bis nach Deutschland schafften, wieder deutlich sank, erholten sich ihre Werte langsam, so dass Angela Merkel sich in der 47. Kalenderwoche 2016 stark genug fühlte, um zu verkünden, ein viertes Mal als Kanzlerkandidatin der Union antreten zu wollen. Gleichwohl blieb ihr Ansehen in der Bevölkerung geschwächt. In diese Situation hinein verkündete der damalige SPD-Vorsitzende Sigmar Gabriel, zugunsten Martin Schulz' auf Parteivorsitz und Spitzenkandidatur verzichten zu wollen. Auch wenn Schulz bei der Europawahl 2014 Spitzenkandidat der Europäischen Sozialisten und Sozialdemokraten gewesen war, war in Deutschland vergleichsweise wenig über ihn bekannt. Es war wohl auch nur den wenigsten bewusst, dass er bereits seit 1999 dem Bundesvorstand der SPD angehörte. Diese Konstellation ermöglichte es, dass Schulz als ein Quereinsteiger in den Berliner Politbetrieb erscheinen konnte, auf den jede Wählerin und jeder Wähler zunächst einmal beliebige Wunschvorstellungen projizieren konnte.<sup>6</sup> Gerade das dürfte erklären, warum er bei der ersten Skalometermessung zu seiner Person in der 4. Kalenderwoche 2017 aus dem Stand einen

---

<sup>6</sup> Zu einer vergleichbaren Einschätzung kam Kai Arzheimer im Rahmen eines Zeit-Online-Interviews bereits auf dem Höhepunkt des Schulz-Hypes 2017; vgl. <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-02/spd-martin-schulz-bundestagswahl-2017-interview>. Zugegriffen am 23. Juni 2019.

Durchschnittswert von 2.0 erreichte.<sup>7</sup> Es dürfte aber auch erklären, warum seine Zustimmungswerte danach zunächst nur sinken konnten, da jeder Informationsschnipsel, der über ihn bekannt wurde, und jede politische Positionierung, die er vornahm, zu seiner Entzauberung beitrugen. Dass Angela Merkel phasenweise wieder an ihre früheren Popularitätswerte anknüpfen konnte und – beginnend mit der 20. Kalenderwoche 2017 – in der unmittelbaren Vorwahlzeit wieder die bestbewertete Spitzenpolitikerin war, dürfte zudem für Martin Schulz wenig hilfreich gewesen sein. Lediglich das TV-Duell vermochte es, hier einen kurzfristigen Kontrapunkt zu setzen. Im Gegenzug dürfte Schulz' mangelnde Fortune bei seinen Festlegungen und Widerrufern nach der Wahl und hier insbesondere bei der Rücknahme seiner Entscheidung, nicht in ein Kabinett Merkel IV eintreten zu wollen, ihn schließlich seiner politischen Glaubwürdigkeit beraubt haben.

Gleichwohl muss festgehalten werden, dass unter den Alternativen, die die SPD 2016/2017 mit Blick auf die Spitzenkandidatur hatte, Martin Schulz zu den besten Optionen gezählt haben dürfte. Wie der untere Teil von Abb. 1 veranschaulicht, weist zwar Frank-Walter Steinmeier zu allen hier betrachteten Erhebungszeitpunkten gute Skalometerwerte auf, die ab Spätsommer 2015 sogar durchgängig besser als die Angela Merkels waren. Seine Popularität dürfte jedoch in erheblichem Umfang auf einen in bundesdeutschen Umfragen schon mehrfach beobachteten Außenministerbonus zurückgehen. Somit wäre zu erwarten gewesen, dass dieser Bonus – wie schon 2009 – umso mehr verloren gegangen wäre, je mehr Steinmeier die Rolle des Außenministers gegen die des SPD-Kanzlerkandidaten eingetauscht hätte. Zudem wurde Steinmeier von seiner Partei seit Herbst 2016 als Nachfolger Joachim Gaucks im Amt des Bundespräsidenten forciert. Spätestens nachdem auch die Union seine Nominierung ab Mitte November 2016 mittrug, schied er de facto als potenzieller SPD-Kanzlerkandidat aus. Andrea Nahles, wohl die einzige Spitzenpolitikerin der SPD, die überhaupt ernsthaft als Kanzlerkandidatin infrage gekommen wäre, stand gemessen an den verfügbaren Skalometerdaten des Politbarometers bei der Bevölkerung nie so hoch im Ansehen, dass sie für Angela Merkel eine erstzunehmende Konkurrenz gewesen wäre – nicht einmal nach ihrer Wahl zur Parteivorsitzenden der SPD. Auch der „natürliche“ Anwärter auf die SPD-Spitzenkandidatur, der von Oktober 2009 bis März 2017 amtierende Parteivorsitzende Sigmar Gabriel, lag vor der Bundestagswahl 2017 hinsichtlich seiner Skalometerwerte durchgängig und oft deutlich hinter Angela Merkel zurück. Nicht

---

<sup>7</sup> Es dürfte im Übrigen auch erklären, warum es so schwierig ist, empirisch Faktoren zu identifizieren, die für den Schulz-Hype verantwortlich sind (vgl. exemplarisch Wuttke und Schoen 2019). Wenn Martin Schulz eine nahezu beliebige Projektionsfläche für Vorstellungen und Wünsche war, dann kann die statistische Aggregation dieser Vorstellungen und Wünsche aufgrund ihrer Vielfalt und mutmaßlichen Widersprüchlichkeit kein klares Muster erzeugen, sondern nur ihre Entropie widerspiegeln.

einmal als Merkels Umfragedaten aufgrund der Entscheidung, die Grenzen für Flüchtende offen zu halten, einbrachen, konnte er mit ihr gleichziehen. Vielmehr verlor er in gleicher Weise an Unterstützung, da er diese Entscheidung mittrug. Kurzum, in Anbetracht der wenig erfolgversprechenden Optionen, die das SPD-Spitzenpersonal des Berliner Politbetriebes bot, war es nicht unplausibel, an anderer Stelle nach geeigneten Alternativen zu suchen.

Dies lässt sich noch einmal unterstreichen, wenn der Fokus von den Skalometerdaten direkt auf die Frage der Kanzlerschaft verschoben wird. Bereits in der 43. Kalenderwoche 2016 – also noch vor Martin Schulz' Ankündigung, von der EU-Ebene in die Bundespolitik wechseln zu wollen – hatte die Forschungsgruppe Wahlen erhoben, wen die Wählerinnen und Wähler als SPD-Kanzlerkandidaten oder -kandidatin präferieren würden, Sigmar Gabriel, Martin Schulz oder jemand anderen? Knapp 18 % sprachen sich für Gabriel aus, rund 28 % für Schulz, etwas mehr als 39 % nannten eine andere Person<sup>8</sup> und gut 15 % konnten oder wollten keine Präferenz angeben. In der 47. Kalenderwoche 2016, also in der Woche, zu deren Beginn Angela Merkel verkündete, erneut als Kanzlerkandidatin der Union antreten zu wollen, und an deren Ende Martin Schulz seine Wechselabsichten bekannt gab, wurde erneut erhoben, wen die Wählerinnen und Wähler als SPD-Spitzenkandidaten bevorzugen würden. Diesmal hatten sie jedoch nur die Wahl zwischen Gabriel und Schulz, wobei sich 29 % für Gabriel aussprachen, gut 51 % für Schulz optierten und sich knapp 20 % nicht für einen von beiden entscheiden konnten oder wollten. Wie Abb. 2 veranschaulicht, schnitt Martin Schulz auch bei der Gegenüberstellung mit Angela Merkel besser als Sigmar Gabriel ab. Beginnend mit der 43. Kalenderwoche 2016 wurde drei Mal die klassische Kanzlerpräferenzfrage parallel mit Gabriel und Schulz als potenziellen SPD-Kandidaten erhoben. Bei allen drei Erhebungen fiel der Abstand zwischen Schulz und Merkel deutlich geringer aus als der zwischen Gabriel und Merkel. Und wie schon bei den Skalometerwerten gelang es Martin Schulz auch bei der Kanzlerpräferenz Anfang 2017 kurzzeitig, Angela Merkel zu überflügeln – etwas, was zuvor schon lange keinem potenziellen oder realen SPD-Kanzlerkandidaten mehr gelungen war.

*[Abbildung 2]*

Anhand der Daten zur Kanzlerpräferenz lassen sich noch zwei weitere relevante Punkte verdeutlichen. Der eine bezieht sich auf die Frage, wen Martin Schulz und Angela Merkel für sich begeistern konnten. Der andere betrifft die Mobilisierung, die von ihnen zugunsten eines

---

<sup>8</sup> Unter diesen Personen präferierten 32,8 % – also 12,9 % aller Befragten – Frank-Walter Steinmeier, 3,1 % Hannelore Kraft, 2,6 % Olaf Scholz, 0,2 % Manuela Schwesig und nur 0,1 % Andrea Nahles. 2,8 % entfielen auf andere Personen, die im Datensatz nicht weiter aufgeschlüsselt sind, und 58,4 % derjenigen, die bei der Ursprungsfrage angaben, jemand anderen zu präferieren, nannten bei der Nachfrage keinen Namen.

Votums für ihre Parteien ausging. Differenziert man zu den verschiedenen Messzeitpunkten diejenigen, die angaben, Martin Schulz als Kanzler zu präferieren, danach, welche Partei sie bei der letzten Bundestagswahl gewählt hatten, so bestanden etwa bis zur 14. Kalenderwoche 2017 im Durchschnitt 19 % seiner Unterstützerinnen und Unterstützer aus Personen, die bei der Bundestagswahl 2013 die CDU oder die CSU gewählt hatten, danach sank dieser Anteil auf durchschnittlich rund 10 % ab. Im Gegenzug erhöhten sich die entsprechenden Recall-Angaben zugunsten der SPD von durchschnittlich 41 % auf durchschnittlich 48 %, während die Recall-Angaben zu Linken, Grünen, FDP, AfD, Nichtwahl und Erstwahl jeweils weitgehend unverändert blieben. Bei insgesamt sinkenden Zustimmungswerten für Schulz konzentrierte sich die Zustimmung also immer mehr auf Personen mit einer gewissen SPD-Affinität und es gelang ihm immer schlechter, Sympathien aus dem Lager des politischen Hauptgegners auf sich zu ziehen. Mit Blick auf die entsprechenden Angaben zu Angela Merkel ergeben sich zwar Schwankungen über die Zeit, aber keine systematischen Veränderungen. Bei steigenden Zustimmungsraten bleibt ihre Wirkung auf die verschiedenen Wählergruppen also in etwa gleich.

Zwar besteht kein Automatismus zwischen einer bestimmten Kanzlerpräferenz und der dazu passenden Wahlabsicht, dennoch ist es plausibel, davon auszugehen, dass eine bestimmte Kanzlerpräferenz eine analoge Wahlabsicht mit einer hohen Wahrscheinlichkeit begünstigt. Tatsächlich zeigt Abb. 3, dass unter den Personen mit einer Kanzlerpräferenz für Merkel bzw. für Schulz der Anteil derjenigen mit einer Wahlabsicht für die Union bzw. SPD sprunghaft anstieg, sobald klar war, dass sie für ihre jeweiligen Parteien als Spitzenkandidat bzw. Spitzenkandidatin antreten würden. Teilweise werden dabei Anteile von um die 70 % erreicht. Doch während der Trend für Angela Merkel und die Union bis unmittelbar vor der Bundestagswahl auf hohem Niveau verblieb, sackten die Werte für Martin Schulz und die SPD im Laufe des Jahres sukzessive ab. Erst im letzten Moment, zwischen TV-Duell und Wahltag, stellte sich eine Trendwende ein, so dass sich beide Kurven schließlich auf gleichem Niveau trafen. Dies kann so interpretiert werden, dass von einer Präferenz für Merkel oder für Schulz schließlich derselbe Mobilisierungseffekt für ihre jeweiligen Parteien ausgegangen sein dürfte – nur eben mit dem Unterschied, dass Angela Merkels Ansehen in der Wählerschaft zu diesem Zeitpunkt weit größer war als das von Martin Schulz.

*[Abbildung 3]*

## **5 Empirische Analysen II: Die heiße Wahlkampfphase**

Die heiße Wahlkampfphase im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 war in Bezug auf die Wettbewerbssituation der beiden Kanzlerkandidaten Merkel und Schulz durch weitgehende Stagnation

geprägt. Schon die Analyse der Politbarometererhebungen hat gezeigt, dass sich das Stärkeverhältnis der beiden Kandidierenden seit der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen im Mai 2017 weitgehend eingependelt hatte, und zwar mit deutlichen Vorteilen für Angela Merkel (vgl. Abb. 2). Die Analyse der Daten unserer während der letzten drei Monate vor der Wahl durchgeführten Panelbefragung bestätigt diesen Befund eindrucksvoll. In Tab. 2 ist die Zuschreibung verschiedener Persönlichkeitseigenschaften zu Merkel und Schulz über die vier Wellen dieser Befragung hinweg dokumentiert. Dabei zeigt sich zunächst, dass alle untersuchten Eigenschaftszuschreibungen in Bezug auf beide Kandidierenden über die Untersuchungsspanne hinweg weitgehend stabil sind. Ins Auge fällt einzig ein Anstieg um sechs Prozentpunkte in der Zuschreibung des Merkmals „macht einen engagierten Wahlkampf“ zu Martin Schulz in der letzten Panelwelle. Hier mag sich Schulz' letztes „Aufbäumen“ kurz vor dem Wahltag niederschlagen haben.

*[Tabelle 2]*

Deutlich aufschlussreicher sind die Unterschiede, die sich in Bezug auf die Eigenschaftszuschreibungen zwischen Merkel und Schulz beobachten lassen. So fällt ins Auge, dass Angela Merkel bei den im engeren Sinne rollennahen Merkmalen Führungsqualität, Vertrauenswürdigkeit und Problemlösungsfähigkeit deutlich vor Martin Schulz liegt. Im Hinblick auf die Führungsqualitäten liegt der Vorsprung Merkels durchgängig bei mindestens 40 Prozentpunkten. Bei der Problemlösungsfähigkeit beträgt der Unterschied jeweils ungefähr 30 Prozentpunkte und bei der Vertrauenswürdigkeit noch immerhin mindestens 20 Prozentpunkte. Doch selbst bei der eher rollenfernen Eigenschaft einer angenehmen Ausstrahlung liegt Merkel klar erkennbar vor Schulz. Annähernd Gleichstand herrscht zwischen beiden im Hinblick auf ihre Ideen für die Zukunft Deutschlands. Einen Vorsprung gegenüber Merkel hat Schulz nur bei der Verständlichkeit der Sprache und dem Engagement im Wahlkampf. Möchte man die Unterschiede zwischen Merkel und Schulz in pointierter Form zusammenfassen, so könnte man folglich zu der Deutung gelangen, dass Schulz in der Rolle als Wahlkämpfer durchaus positiv wahrgenommen und bewertet wurde, während Angela Merkel in deutlich höherem Maße die notwendigen Eigenschaften zur effektiven Ausübung des Amtes der Bundeskanzlerin zugeschrieben wurden.

Die eben vorgenommene Deutung relativiert sich allerdings, wenn man weitere in unserer Panelbefragung enthaltene Bewertungen der beiden Kandidaten analysiert. So wurden die Befragten auch darum gebeten, sich im Hinblick auf die beiden Fragen, wer den besten Wahlkampf führt und wer am besten mit den Problemen Deutschlands fertig wird, für einen oder eine der beiden Kandidierenden zu entscheiden (Tab. 3). Hier liegen Merkel und Schulz im Hinblick auf

die Wahlkampfführung nahezu gleichauf. Jeweils ca. 30 % der Befragten sind im Vorfeld der Wahl der Meinung, dass Merkel bzw. Schulz „den besten Wahlkampf“ macht. Das bei der isolierten Bewertung von Schulz gewürdigte Engagement im Wahlkampf schlägt sich in den Augen der Bevölkerung also letztlich nicht in der Wahrnehmung einer überlegenen Wahlkampfführung nieder. Einen deutlichen Vorsprung gegenüber Schulz hat Merkel im Hinblick auf die Problemlösungskompetenz. Hier entschieden sich – mit leicht rückläufigem Trend – durchgängig mindestens 50 % der Befragten für Merkel, während sich nur ca. 20 % für Schulz entschieden. Im Hinblick auf die ebenfalls erhobene Kanzlerpräferenz ergibt sich das bereits aus der Auswertung der Politbarometererhebungen vertraute Bild. Angela Merkel liegt hier – mit ebenfalls leicht rückläufigem Trend – durchgängig deutlich vor Martin Schulz und zwar um 20 bis 24 Prozentpunkte.

*[Tabelle 3]*

Wie kommt die Kanzlerpräferenz der Befragten aber zustande? Und welche Rolle spielen dabei die in Tab. 2 dokumentierten Eigenschaftszuschreibungen? Antworten auf diese Fragen gibt Tab. 4. Hier ist für die Kanzlerpräferenz zugunsten von Merkel bzw. Schulz und alle vier Panelwellen jeweils der Einfluss der sieben Eigenschaftszuschreibungen dargestellt. Dabei ist sowohl die Erklärungskraft eines binären logistischen Regressionsmodells dokumentiert, in das die jeweilige Eigenschaftszuschreibung als einziger Prädiktor eingeht, als auch der Zuwachs an Erklärungskraft, der sich ergibt, wenn die jeweilige Eigenschaftszuschreibung nach der Parteiidentifikation als weiterer Prädiktor in ein solches Modell eingeführt wird. Was bei der Betrachtung der in Tab. 4 dokumentierten Analyseergebnisse unmittelbar ins Auge fällt, ist die Tatsache, dass die Eigenschaftszuschreibungen in Bezug auf die Kanzlerpräferenz zugunsten von Angela Merkel durchgängig eine höhere Erklärungskraft besitzen als in Bezug auf die Kanzlerpräferenz zugunsten von Martin Schulz. Dies erklärt sich aller Wahrscheinlichkeit nach dadurch, dass nach Merkels 12 Jahre währender Kanzlerschaft ihre Stärken und Schwächen den Befragten durchaus präsent waren und sie dieses Wissen in ihre Präferenzbildung im Hinblick auf die Kandidierenden systematisch einfließen ließen.

*[Tabelle 4]*

Im Hinblick auf Martin Schulz als einem eher unbekanntem und noch wenig vertrautem Akteur auf der bundespolitischen Bühne mögen die Befragten durchaus um die Vorläufigkeit und geringe Belastbarkeit ihrer Eigenschaftszuschreibungen gewusst und ihre Präferenzbildung daher stärker auf andere Faktoren gestützt haben, wie zum Beispiel den generellen Wunsch nach Veränderung. Überhaupt mag gelten, dass die Präferenz für Schulz bei manchen Befragten

zumindest teilweise auch ihre Ablehnung von Merkel reflektierte. Auch dies sollte dazu führen, dass die Präferenz für Schulz schwächer von der Wahrnehmung seiner konkreten Persönlichkeitseigenschaften beeinflusst wird, als dies bei Merkel der Fall ist.

Eine zweite Auffälligkeit der in Tab. 4 dokumentierten Befunde besteht darin, dass die beiden einzigen Persönlichkeitseigenschaften, die Schulz häufiger zugeschrieben werden als Merkel, für die Kanzlerpräferenz zugunsten von Schulz von besonders geringer Bedeutung sind. So liegt die Erklärungskraft des Merkmals „macht einen engagierten Wahlkampf“ für die Kanzlerpräferenz zugunsten von Schulz selbst ohne Kontrolle der Parteiidentifikation nur bei einem P2 von sechs bis sieben Prozent. Im Falle Angela Merkels liegen die entsprechenden Werte bei immerhin 19 bis 25 %. Ähnlich gravierende Unterschiede lassen sich bei der Eigenschaft „spricht eine Sprache, die die Menschen verstehen“ beobachten. Selbst dort, wo Schulz gegenüber Merkel also einen Vorsprung in der Bewertung seiner Person hat, kann er dies nur sehr eingeschränkt in einen Wettbewerbsvorteil übersetzen. Hinzu kommt, dass die im engeren Sinne rollennahen Persönlichkeitseigenschaften, bei denen Merkel einen klaren Vorteil gegenüber Schulz hat, für die Kanzlerpräferenz von größerer Bedeutung sind.

Abschließend soll nun der Blick auf das Ende der Wirkungskette gerichtet und der Frage nachgegangen werden, welcher Effekt bei der Bundestagswahl 2017 von der Kanzlerpräferenz auf die Wahlentscheidung ausging. Dabei ist zunächst zu betonen, dass sich die Kanzlerpräferenz in unseren Analysen als ein wirkungsmächtiger Prädiktor der Wahlentscheidung erweist. In Anbetracht der zahlreichen gesellschaftlichen Entwicklungen, die eine Personalisierung des Wahlverhaltens begünstigen (vgl. Abschn. 2), entspricht dies unseren Erwartungen. Für eine differenziertere Betrachtung ist ein Rückbezug auf frühere Analysen der Bedeutung der Kanzlerkandidaten bzw. Kanzlerkandidatin für die Wahlentscheidung aufschlussreich. Bei den Bundestagswahlen 2009 und 2013 hatte sich nämlich gezeigt, dass sich das Ausmaß der Personalisierung der Wahlentscheidung zwischen Parteien und kandidierenden Persönlichkeiten unterscheiden kann (Ohr et al. 2013; Klein und Rosar 2016). In Bezug auf die beiden genannten Bundestagswahlen kamen die Studien von Ohr et al. bzw. Klein und Rosar dabei zu dem Befund, dass eine Kanzlerpräferenz für Merkel die Wahlneigung zugunsten der Unionsparteien jeweils stärker beeinflusste als eine Präferenz für Steinmeier bzw. Steinbrück die Wahlabsicht zugunsten der SPD. Wie die in Tab. 5 dokumentierten Analysen zeigen, galt bei der Bundestagswahl 2017 Analoges. Dort ist für die vier Wellen unserer Befragung jeweils die Erklärungskraft der Kanzlerpräferenz zugunsten von Merkel bzw. Schulz für die Wahlabsicht zugunsten der Unionsparteien bzw. der SPD dokumentiert. Dabei werden eine optimistische (nur Kanzlerpräferenz als

Prädiktor) und zwei pessimistische (Kanzlerpräferenz nach Parteiidentifikation bzw. Parteiidentifikation und Kompetenzzuschreibung berücksichtigt) Effektschätzungen vorgenommen. Es zeigt sich, dass die Erklärungskraft der Kanzlerpräferenz bei Merkel und den Unionsparteien durchgängig höher liegt als bei Schulz und der SPD.

*[Tabelle 5]*

## **6 Fazit**

Die vorliegende Abhandlung ist die dritte in einer Serie von Analysen, die sich in den sogenannten Blauen Bänden zu den Bundestagswahlen 2009, 2013 und 2017 mit der Bedeutung der Kanzlerkandidaten bzw. der Kanzlerkandidatin für das Wahlergebnis beschäftigen (vgl. neben dem vorliegenden Beitrag Ohr et al. 2013; Klein und Rosar 2016). Diesen Aufsätzen ist in analytischer Hinsicht gemeinsam, dass sie den Einfluss der Kanzlerkandidaten bzw. Kanzlerkandidatin nicht nur auf der Grundlage von Daten untersuchen, die kurz vor oder kurz nach der betreffenden Wahl erhoben wurden, sondern vielmehr eine langfristige Perspektive einnehmen. In allen drei Aufsätzen decken die empirischen Analysen (mindestens) die gesamte Legislaturperiode vor der jeweiligen Wahl ab und schließen damit jeweils auch die Zeitpunkte der Nominierung für die Kanzlerkandidatur von CDU/CSU und SPD mit ein. Die Grundlage dieser Analysestrategie bilden Überlegungen, die von Dieter Ohr und Markus Klein bereits anlässlich der Bundestagswahl 1998 angestellt wurden (Ohr und Klein 2001).

Bei der Bundestagswahl 2017 geriet durch die gewählte langfristige Untersuchungsperspektive nun auch der „Schulz-Zug“ in den Blick. Mit diesem Begriff wird der kurzzeitige Hype nach der Verkündung von Schulz' Kanzlerkandidatur bezeichnet, der sich sowohl in positiven Umfragewerten für Martin Schulz persönlich als auch in einer deutlich steigenden Unterstützung für die SPD niederschlug. Anders aber als bei der Bundestagswahl 1998, als sich mit der Nominierung Gerhard Schröders die Wettbewerbssituation der SPD nachhaltig verbesserte und der Schröder-Effekt maßgeblich zum Wahlsieg der SPD beitrug, verpuffte 2017 der Schulz-Effekt innerhalb kürzester Zeit.

Die Frage nach den Gründen für diese Kurzfristigkeit des Schulz-Effekts können wir auf der Grundlage der hier möglichen und berichteten Analysen selbstverständlich nicht abschließend beantworten. Auf zwei Aspekte sei aber hingewiesen: Zum einen konnten wir für die Bundestagswahl 2013 zeigen, dass sich nach der Nominierung Steinbrücks zum Kanzlerkandidaten der SPD auch dessen Umfragewerte kurzzeitig deutlich verbesserten (Klein und Rosar 2016). Die offizielle Nominierung des Kanzlerkandidaten der SPD, die bei den letzten drei

Bundestagswahlen jeweils mit großem Überraschungsmoment aus einer eher unübersichtlichen innerparteilichen Konkurrenzsituation heraus erfolgte, mag schlicht kurzzeitig die besondere Aufmerksamkeit der Medienberichterstattung und der Bevölkerung auf sich gezogen haben. Von dieser Fokussierung der öffentlichen Aufmerksamkeit konnten die Kandidaten und ihre Partei kurzzeitig profitieren. Dass dieser Aufmerksamkeitseffekt bei Martin Schulz besonders groß ausfiel, kann dabei nicht weiter überraschen, da er im Vergleich zu den früheren SPD-Kandidaten Steinmeier und Steinbrück sicherlich der unbekannteste und der der Öffentlichkeit am wenigsten vertraute Kandidat war. Er mag damit zu Beginn seiner Kanzlerkandidatur eine Projektionsfläche für die verschiedensten Wünsche, Hoffnungen, aber auch Unzufriedenheiten gewesen sein. Es erscheint rückblickend fast zwangsläufig, dass jede konkrete Festlegung und Positionierung durch Schulz sowie jede seiner strategischen (Fehl-)Entscheidungen nur zu seiner Entzauberung beitragen konnten. Am Schluss blieb nach unseren Analyseergebnissen nicht viel mehr übrig, als eine positive Einschätzung seines Engagements im Wahlkampf und der Klarheit seiner Sprache. Von beidem konnte er in Bezug auf die Kanzlerpräferenz aber letztlich nicht profitieren.

Ein zweiter für die Kurzfristigkeit des Schulz-Effekts relevanter Aspekt ist sicherlich die kurzzeitige Schwächephase Angela Merkels nach ihrer Entscheidung, die Grenzen für die über Österreich nach Deutschland gelangenden Flüchtenden offen zu halten. Martin Schulz sah sich bei seiner offiziellen Nominierung einer geschwächten Amtsinhaberin gegenüber. In dem Maße, in dem sich Angela Merkels Ansehen im Laufe der Zeit wieder konsolidierte, musste die Unterstützung für Schulz aber zwangsläufig wieder schwinden.

Eine weitere Gemeinsamkeit der unter der Mitwirkung von Markus Klein und Ulrich Rosar entstandenen Serie von Analysen zu den Kanzlerkandidaturen bei den letzten drei Bundestagswahlen besteht darin, dass sie jeweils eine vergleichbare Kandidatenkonstellation untersuchen. Bei allen drei Bundestagswahlen trat Angela Merkel als amtierende Kanzlerin gegen einen (männlichen) Herausforderer der SPD an. Schon jetzt ist klar, dass diese Gemeinsamkeit bei einer etwaigen künftigen Fortschreibung dieser Aufsatzserie nicht mehr gegeben sein wird. Angela Merkel hat angekündigt, bei der nächsten Bundestagswahl nicht mehr kandidieren zu wollen. Für die Union wird daher ein neuer Kandidat oder eine neue Kandidatin antreten, der bzw. die nach gegenwärtigem Sachstand wohl ohne Amtsbonus auskommen muss. Ob die SPD bei der nächsten Bundestagswahl wirklich noch glaubhaft einen Kanzlerkandidaten oder eine Kanzlerkandidatin aufstellen kann, ist aus heutiger Sicht bei Sonntagsfrage-Ergebnissen von knapp über 10 % fraglich. Wahrscheinlich ist hingegen, dass Bündnis 90/Die Grünen bei einer

anhaltend positiven Entwicklung ihrer Umfrageergebnisse allem gegenwärtigen Zaudern zum Trotz nicht umhinkommen werden, sich im Vorfeld der nächsten Bundestagswahl zur Frage eines Kanzlerkandidaten oder einer Kanzlerkandidatin zu erklären. Zukünftige Analysen zur Bedeutung der Kandidierenden für das Wahlergebnis werden sich daher neuen spannenden Zweier- oder Dreierkonstellationen widmen können. Gleichzeitig werden bestimmte aus der bisherigen Untersuchungsserie resultierende Fragen wohl nie zu klären sein: Ob beispielsweise der Befund, dass bei den drei untersuchten Bundestagswahlen von einer Präferenz für Angela Merkel jeweils ein stärkerer Effekt auf die Wahl der Union ausging, als dies bei den SPD-Kandidaten und ihrer Partei der Fall gewesen ist, auf ihren Status der Amtsinhaberin zurückzuführen war oder aber mit Angela Merkel als Person zu tun hatte, muss letztlich offen bleiben.

## Literatur

- Arzheimer, Kai. 2006. Dead Men Walking? Party Identification in Germany, 1977–2002, *Electoral Studies* 25:791–807.
- Beck, Ulrich. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich, und Elisabeth Beck-Gernsheim. Hrsg. 1994. *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bittner, Amanda. 2011. *Platform or Personality? The Role of Party Leaders in Elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Brettschneider, Frank. 2002. Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Brettschneider, Frank, und Oscar W. Gabriel. 2002. The Nonpersonalization of Voting Behavior in Germany. In: *Leaders' Personalities and the Outcome of Democratic Elections*, hrsg. Anthony King, 127–157. Oxford: Oxford University Press.
- Bucy, Erik P. 2000. Emotional and Evaluative Consequences of Inappropriate Leader Displays. *Communication Research* 27:194–226.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller und Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Dalton, Russell J., 2000: The Decline of Party Identifications. In: *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*, hrsg. Russell J. Dalton und Martin Wattenberg, 19–36. Oxford: Oxford University Press.
- Dalton, Russell J., und Scott E. Flanagan. 2017. *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Elff, Martin. 2007. Social Structure and Electoral Behavior in Comparative Perspective: The Decline of Social Cleavages in Western Europe Revisited. *Perspectives on Politics* 5:277–294.
- Elff, Martin, und Sigrid Roßteutscher. 2011. Stability or Decline? Class, Religion and the Vote in Germany. *German Politics* 20:107–127.
- Elff, Martin, und Sigrid Roßteutscher. 2016. Parteiwahl und Nichtwahl: Zur Rolle sozialer Konfliktlinien. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2013*, hrsg. Harald Schoen und Bernhard Weißels, 45–69. Wiesbaden: Springer VS.
- Der Spiegel. 2010. Angela „Teflon“ Merkel. *Der Spiegel* 48/2010:21–31.
- Feldenkirchen, Markus. 2018. *Die Schulz-Story. Ein Jahr zwischen Höhenflug und Absturz*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Gabriel, Oscar W., und Silke I. Keil. 2007. Kandidatenorientierungen in Teilelektoraten und Wahlverhalten. In: *Der gesamtdeutsche Wähler. Stabilität und Wandel des Wählerverhaltens im wiedervereinigten Deutschland*, hrsg. Oscar W. Gabriel, Hans Rattinger und Jürgen W. Falter, 357–381. Baden-Baden: Nomos.
- Gabriel, Oscar W., Silke I. Keil und S. Isabell Thaidigsmann. 2009. Kandidatenorientierungen und Wahlentscheid bei der Bundestagswahl 2005. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005*, hrsg. Oscar W. Gabriel, Bernhard Weißels und Jürgen W. Falter, 267–303. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Garzia, Diego. 2014. *Personalization of Politics and Electoral Change*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Garzia, Diego. 2017. Voter Evaluations of Candidates. In: *The SAGE Handbook of Electoral Behavior*, hrsg. Kai Arzheimer, Jocelyn Evans und Michael S. Lewis-Beck, 633–654. London: Sage Publications Ltd.
- Hayes, Danny. 2005. Candidate Qualities through a Partisan Lens: A Theory of Trait Ownership. *American Journal of Political Science* 49:908–923.
- Hayes, Danny. 2009. Has Television Personalized Voting Behavior? *Political Behavior* 31:231–260.

- Hooghe, Liesbet, und Gary Marks. 2018. Cleavage Theory Meets Europe's Crises: Lipset, Rokkan, and the Transnational Cleavage. *Journal of European Public Policy* 25:109–135.
- Karvonen, Lauri. 2010. *The Personalisation of Politics: a Study of Parliamentary Democracies*. Colchester: ECPR Press.
- Kersting, Norbert, und Max Mehl. 2018. Echokammern im deutschen Bundestagswahlkampf 2017. Die ambivalente Rolle der Prominenz. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 49:586–602.
- Klein, Markus, und Dieter Ohr. 2000. Gerhard oder Helmut? ‚Unpolitische‘ Kandidateneigenschaften und ihr Einfluß auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. *Politische Vierteljahresschrift* 41:199–224.
- Klein, Markus, und Dieter Ohr. 2001. Die Wahrnehmung der politischen und persönlichen Eigenschaften von Helmut Kohl und Gerhard Schröder und ihr Einfluß auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998*, hrsg. Hans Dieter Klingemann und Max Kaase, 91–132. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2007. Wirkungen des TV-Duells im Vorfeld der Bundestagswahl 2005 auf die Wahlentscheidung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 59:81–104.
- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2009. Sie, Sie, Sie oder Er? Angela Merkel im Spiegel der Daten einer experimentellen Befragung. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005*, hrsg. Oscar W. Gabriel, Bernhard Weßels und Jürgen W. Falter, 346–357. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2016. Problem-Peer und die (Über-)Mutter der Nation: Kanzlerkandidaten und Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 2013. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2013*, hrsg. Harald Schoen und Bernhard Weßels, 91–110. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, Markus, Frederik Springer, Lena Masch, Dieter Ohr und Ulrich Rosar. 2019. Die Politische Urteilsbildung der Wählerschaft im Vorfeld der Bundestagswahl 2017. Eine empirische Analyse in der Tradition von „The People's Choice“. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 50:22–41.
- Kleinnijenhuis, Jan, Marcus Maurer, Hans Mathias Kepplinger und Dirk Oegema. 2001. Issues and Personalities in German and Dutch Television News: Patterns and Effects. *European Journal of Communication* 16:337–359.
- Kornelius, Bernhard, und Dieter Roth. 2007. Bundestagswahl 2005: Rot-Grün abgewählt. Verlierer bilden die Regierung. In: *Ende des rot-grünen Projektes. Eine Bilanz der Regierung Schröder 2002–2005*, hrsg. Christoph Egle und Reimut Zohlnhöfer, 29–59. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lau, Richard R., und David P. Redlawsk. 2001. Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science* 45:951–971.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson und Hazel Gaudet. 1944. *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York, NY: Duell, Sloan and Pearce.
- Lobo, Marina Costa, und John Curtice. Hrsg. 2015. *Personality Politics? The Role of Leader Evaluations in Democratic Elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Maier, Jürgen, und Thorsten Faas, 2003: *The Affected German Voter: Televised Debates, Followup Communication and Candidate Evaluations*. *Communications* 28:383–404.
- Maurer, Marcus, und Carsten Reinemann. 2003. *Schröder gegen Stoiber: Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Ohr, Dieter, Markus Klein und Ulrich Rosar. 2013. Bewertungen der Kanzlerkandidaten und Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 2009. In: *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009*, hrsg. Bernhard Weßels, Harald Schoen und Oscar W. Gabriel, 206–230. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ohr, Dieter, und Henrik Oscarsson. 2011. Leader Traits, Leader Image and Vote Choice. In: *Political Leaders and Democratic Elections*, hrsg. Kees Aarts, André Blais und Hermann Schmitt, 187–219. Oxford: Oxford University Press.
- Poguntke, Thomas. 2015. Die Präsidentialisierung des politischen Prozesses: Welche Rolle bleibt den politischen Parteien? In: *Parteienwissenschaften*, hrsg. Julian Krüper, Heike Merten und Thomas Poguntke, 261–282. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Poguntke, Thomas, und Paul Webb. 2005. *The Presidentialization of Politics: A Comparative Study of Modern Democracies*. Oxford: Oxford University Press.

Popkin, Samuel L. 1995. Information Shortcuts and the Reasoning Voter. In: *Information, Participation and Choice: An Economic Theory of Democracy in Perspective*, hrsg. Bernard Grofman, 17–35. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Rosar, Ulrich, und Hanna Hofmann. 2015. Einflüsse der Bewertung der Kanzlerkandidaten Steinbrück und Merkel auf die Wahlchancen ihrer Parteien bei der Bundestagswahl 2013: War er der Falsche, war sie die Richtige? In: *Die Bundestagswahl 2013*, hrsg. Karl-Rudolf Korte, 119–139. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Roth, Dieter, und Andreas M. Wüst. 2008. Emanzipiert und ungeliebt: Nicht-, Wechsel- und Protestwähler in Deutschland. In: *Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls*, hrsg. Werner J. Patzelt, Martin Sebaldt und Uwe

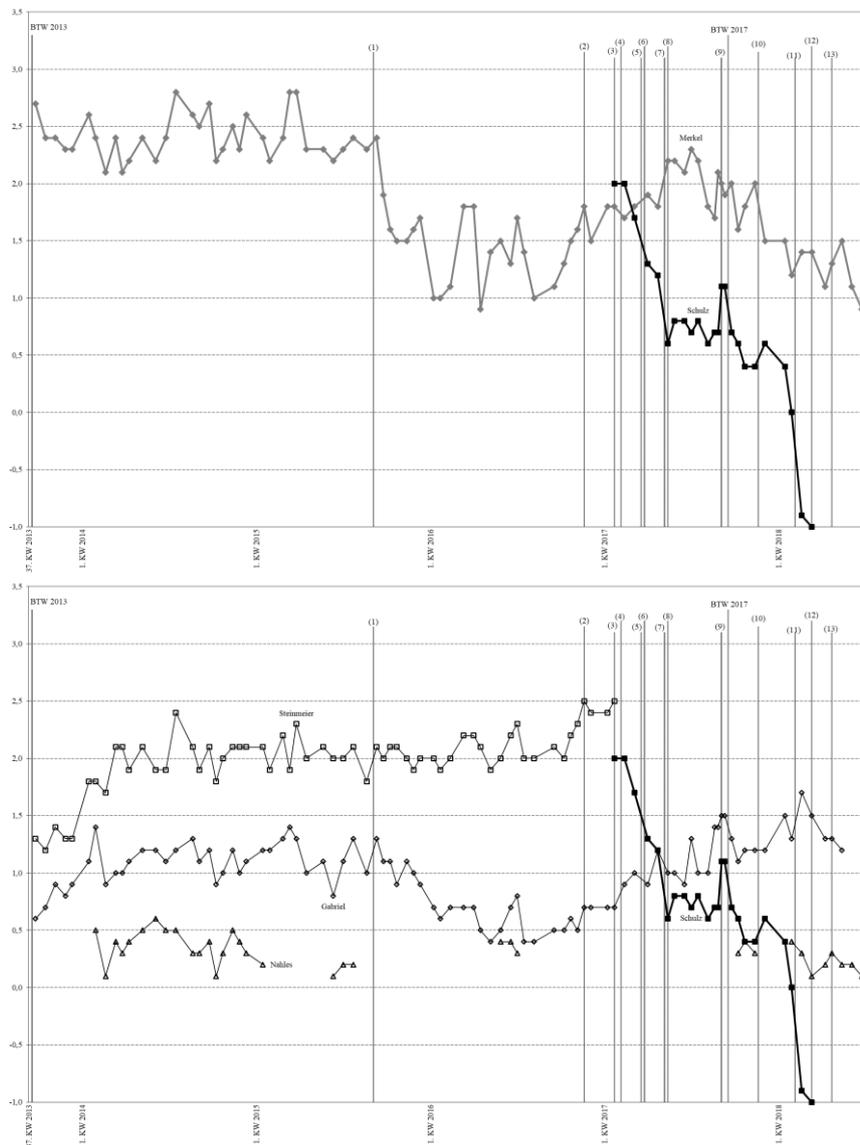
Kranenpohl, 390–412. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Schoen, Harald, und Robert Greszki. 2014. A Third Term for a Popular Chancellor: An Analysis of Voting Behaviour in the 2013 German Federal Election. *German Politics* 23:251–267.

Wuttke, Alexander, und Harald Schoen. 2019. Who Are the Voters behind the Schulz Effect? An Analysis of Voter Trajectories in the Run up to the 2017 German Federal Election. Mannheim: unveröffentlichtes Manuskript.

*Tabelle 1:* Feldzeiten, Fallzahlen und Haltequoten der Panelbefragung

	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Feldzeit	30.6 - 7.7.17	21.7 - 29.7.17	18.8 - 25.8.17	8.9 - 15.9.17
n (Befragte)	10.027	8.674	7.753	7.135
Haltequote (zu Welle t-1)		86,5 %	89,4 %	92,0 %

Abbildung 1: Die Skalometer-Werte von Angela Merkels, Martin Schulz, Frank-Walter Steinmeier, Sigmar Gabriel und Andrea Nahles im Vergleich (arithmetische Mittel)

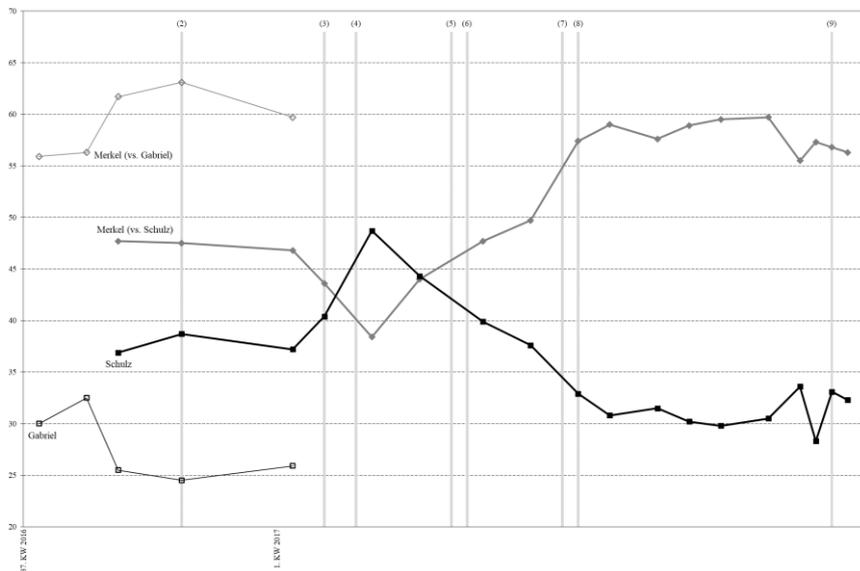


**Legende Ereignisse:**

- (1) 5.9.2015 (36. KW): Merkel beschließt Grenzen vor Flüchtenden nicht zu schließen
- (2) 20.11.2016 (47. KW): Merkel kündigt an, erneut als Kanzlerkandidatin der Union antreten zu wollen
- (3) 24.1.2017 (4. KW): Gabriel verzichtet auf SPD-Kanzlerkandidatur und empfiehlt seiner Partei Schulz als Kanzlerkandidaten
- (4) 12.2.2017 (6. KW): Steinmeier wird zum Bundespräsidenten gewählt und Gabriel folgt ihm in Amt des Außenministers
- (5) 19.3.2017 (12. KW): Schulz wird zum SPD-Parteivorsitzenden und Kanzlerkandidaten gewählt
- (6) 26.3.2017 (13. KW): Landtagswahl im Saarland
- (7) 7.5.2017 (19. KW): Landtagswahl in Schleswig-Holstein
- (8) 14.5.2017 (20. KW): Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen
- (9) 3.9.2017 (36. KW): TV-Duell
- (10) 19.11.2017 (47. KW): Jamaika-Gespräche scheitern
- (11) 7.2.2018 (6. KW): Nach Abschluss der Koalitionsverhandlungen wird bekannt, dass Schulz SPD-Parteivorsitz an Nahles abgeben und – entgegen früherer Äußerungen – Außenminister unter Merkel werden möchte
- (12) 9.2.2018 (6. KW): Schulz erklärt schriftlich seinen Verzicht auf ein Ministeramt
- (13) 13.2.2018 (7. KW): Schulz erklärt Rücktritt vom SPD-Parteivorsitz
- (12) 14.3.2018 (11. KW): Merkel wird zur Bundeskanzlerin gewählt
- (13) 22.4.2018 (17. KW): Nahles wird zur SPD-Parteivorsitzenden gewählt

Datenbasis: Politbarometer

Abbildung 2: Kanzlerpräferenzen im Vergleich (Prozent)

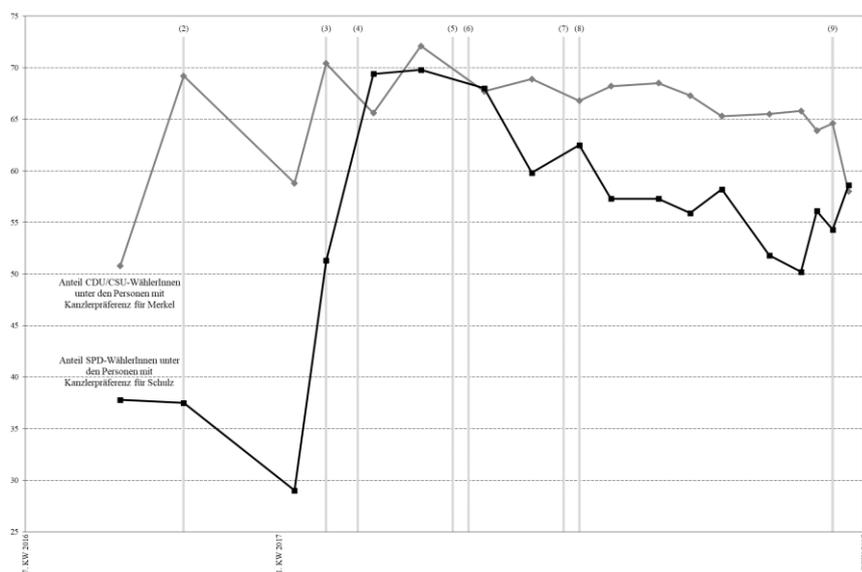


**Legende Ereignisse:**

- (2) 20.11.2016 (47. KW): Merkel kündigt an, erneut als Kanzlerkandidatin der Union antreten zu wollen
- 24.11.2016 (47. KW): Schulz kündigt an, in die Bundespolitik wechseln zu wollen
- (3) 24.1.2017 (4. KW): Gabriel verzichtet auf SPD-Kanzlerkandidatur und empfiehlt seiner Partei Schulz als Kanzlerkandidaten
- (4) 12.2.2017 (6. KW): Steinmeier wird zum Bundespräsidenten gewählt und Gabriel folgt ihm im Amt des Außenministers
- (5) 19.3.2017 (12. KW): Schulz wird zum SPD-Parteivorsitzenden und Kanzlerkandidaten gewählt
- (6) 26.3.2017 (13. KW): Landtagswahl im Saarland
- (7) 7.5.2017 (19. KW): Landtagswahl in Schleswig-Holstein
- (8) 14.5.2017 (20. KW): Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen
- (9) 3.9.2017 (36. KW): TV-Duell

Datenbasis: Politbarometer

Abbildung 3: Wahlabsichten nach Kanzlerpräferenzen im Vergleich (Prozent)<sup>9</sup>



**Legende Ereignisse:**

- (2) 20.11.2016 (47. KW): Merkel kündigt an, erneut als Kanzlerkandidatin der Union antreten zu wollen
- 24.11.2016 (47. KW): Schulz kündigt an, in die Bundespolitik wechseln zu wollen
- (3) 24.1.2017 (4. KW): Gabriel verzichtet auf SPD-Kanzlerkandidatur und empfiehlt seiner Partei Schulz als Kanzlerkandidaten
- (4) 12.2.2017 (6. KW): Steinmeier wird zum Bundespräsidenten gewählt und Gabriel folgt ihm im Amt des Außenministers
- (5) 19.3.2017 (12. KW): Schulz wird zum SPD-Parteivorsitzenden und Kanzlerkandidaten gewählt
- (6) 26.3.2017 (13. KW): Landtagswahl im Saarland
- (7) 7.5.2017 (19. KW): Landtagswahl in Schleswig-Holstein
- (8) 14.5.2017 (20. KW): Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen
- (9) 3.9.2017 (36. KW): TV-Duell

Datenbasis: Politbarometer

Tabelle 2: Die Zuschreibung verschiedener Persönlichkeitseigenschaften zu Angela Merkel und Martin Schulz im Verlauf der Panelbefragung

	Welle	Angela Merkel				Martin Schulz			
		1	2	3	4	1	2	3	4
hat Führungsqualitäten		73	73	72	71	32	31	27	29
ist vertrauenswürdig		58	59	57	56	32	32	31	34
ist fähig, die Probleme des Landes in den Griff zu bekommen		51	52	50	50	21	21	19	22
hat eine angenehme Ausstrahlung		46	47	47	47	30	28	25	26
spricht eine Sprache, die die Menschen verstehen		45	46	45	42	52	52	49	52
hat gute Ideen für die Zukunft Deutschlands		36	37	35	36	34	34	30	34
macht einen engagierten Wahlkampf		34	36	34	36	56	57	55	61

Anmerkungen: Der Fragestimulus lautete wie folgt: "Bei der Bundestagswahl kandidieren Angela Merkel und Martin Schulz für das Amt des Bundeskanzlers. Bitte geben Sie im Folgenden an, inwieweit die Aussagen auf die Kandidaten zutreffen. Vergeben Sie bitte KEINEN Punkt, wenn eine Aussage Ihrer Ansicht nach überhaupt nicht zutrifft und VIER Punkte, wenn sie voll und ganz auf den jeweiligen Kandidaten zutrifft. Mit den Punktwerten dazwischen können Sie Ihre Einschätzung abstimmen. Zunächst zu Angela Merkel [...] Inwieweit trifft diese Aussage auf Angela Merkel zu? Kommen wir nun zu Martin Schulz. Inwieweit treffen die Aussagen auf Martin Schulz zu?". In der Tabelle ist jeweils der Prozentanteil der Befragten abgetragen, der entweder 3 oder 4 Punkte vergeben hat.

Datenbasis: forsa.omninet

*Tabelle 3: Der unmittelbare Vergleich von Angela Merkel und Martin Schulz im Verlauf der Panelbefragung*

	Welle 1		Welle 2		Welle 3		Welle 4	
	Merkel	Schulz	Merkel	Schulz	Merkel	Schulz	Merkel	Schulz
macht den besten Wahlkampf	-	-	28	31	29	29	29	32
wird am besten mit Problemen Deutschlands fertig	56	20	55	20	53	19	51	21
Kanzlerpräferenz	50	27	50	26	49	25	47	27

*Anmerkungen:* Die Fragestimuli lauteten wie folgt: "Und wenn Sie jetzt einmal an die beiden Kanzlerkandidaten von CDU/CSU und SPD denken: Welcher der beiden Kanzlerkandidaten wird bzw. würde da, alles in allem, am besten mit den Problemen in der Bundesrepublik fertig?",

"Und welcher der beiden Kandidaten für das Amt des Bundeskanzlers macht Ihrer Ansicht nach gegenwärtig den besten Wahlkampf?" sowie „Wenn Sie den Bundeskanzler selbst wählen könnten: Für wen würden Sie sich dann entscheiden?". Die Antwortkategorien waren bei allen drei Fragen "Angela Merkel", "Martin Schulz", "keiner von beiden" und "weiß nicht". Abgetragen ist jeweils der Prozentanteil der Befragten, der sich für Merkel bzw. für Schulz entschied.

*Datenbasis:* forsa.omninet

*Tabelle 4:* Erklärungskraft der zugeschriebenen Persönlichkeitseigenschaften für die Kanzlerpräferenz zugunsten von Merkel bzw. Schulz (binäre logistische Regressionen)

Merkel bzw. Schulz ...	Welle	Kanzlerpräferenz Merkel		Kanzlerpräferenz Schulz	
		p <sup>2</sup>	ΔP <sup>2</sup> nach PI	p <sup>2</sup>	ΔP <sup>2</sup> nach PI
... hat Führungsqualitäten	1	0,281	0,133	0,217	0,109
	2	0,303	0,136	0,236	0,116
	3	0,316	0,133	0,232	0,105
	4	0,317	0,132	0,234	0,107
... ist vertrauenswürdig	1	0,365	0,177	0,227	0,107
	2	0,389	0,184	0,234	0,104
	3	0,397	0,174	0,250	0,108
	4	0,405	0,176	0,239	0,100
... ist fähig, die Probleme des Landes in den Griff zu bekommen	1	0,400	0,199	0,278	0,139
	2	0,415	0,200	0,287	0,139
	3	0,422	0,186	0,291	0,129
	4	0,426	0,186	0,279	0,121
... hat eine angenehme Ausstrahlung	1	0,301	0,142	0,216	0,106
	2	0,325	0,147	0,220	0,104
	3	0,335	0,145	0,240	0,114
	4	0,350	0,146	0,236	0,108
... spricht eine Sprache, die die Menschen verstehen	1	0,252	0,115	0,133	0,061
	2	0,284	0,124	0,136	0,059
	3	0,293	0,115	0,154	0,065
	4	0,319	0,131	0,150	0,061
... hat gute Ideen für die Zukunft Deutschlands	1	0,384	0,180	0,243	0,113
	2	0,410	0,191	0,264	0,123
	3	0,416	0,177	0,251	0,111
	4	0,423	0,177	0,249	0,106
... macht einen engagierten Wahlkampf	1	0,188	0,078	0,055	0,025
	2	0,202	0,077	0,063	0,026
	3	0,221	0,078	0,067	0,027
	4	0,246	0,091	0,065	0,027

*Anmerkungen:* In der ersten Spalte ist jeweils die Erklärungskraft eines Modells abgetragen, dass nur die jeweilige Persönlichkeitseigenschaft als Determinante enthält. Aus der zweiten Spalte lässt sich der Zuwachs an Erklärungskraft ablesen, der sich ergibt, wenn die jeweilige Eigenschaft nach der Parteiidentifikation ins Modell eingeführt wird.

*Tabelle 5:* Erklärungskraft der Kanzlerpräferenz für die Wahlabsicht zugunsten der Union bzw. der SPD bei der Bundestagswahl 2017  
(binär logistische Regressionen)

	Wahlabsicht Zweitstimme: Union			Wahlabsicht Zweitstimme: SPD		
	$R^2$	$\Delta R^2$ nach PI	$\Delta R^2$ nach PI + Komp.	$R^2$	$\Delta R^2$ nach PI	$\Delta R^2$ nach PI + Komp.
Welle 1	0,370	0,040	0,009	0,333	0,021	0,007
Welle 2	0,377	0,045	0,012	0,347	0,023	0,005
Welle 3	0,397	0,050	0,011	0,356	0,034	0,008
Welle 4	0,363	0,063	0,014	0,317	0,044	0,011

*Anmerkungen:* In der ersten Spalte ist jeweils die Erklärungskraft eines Modells abgetragen, das nur die Kanzlerpräferenz als Determinante enthält. Aus der zweiten Spalte lässt sich der Zuwachs an Erklärungskraft ablesen, der sich ergibt, wenn die Kanzlerpräferenz nach der Parteiidentifikation ins Modell eingeführt wird. In der dritten Spalte ist schließlich der Zuwachs an Erklärungskraft abgetragen, der sich ergibt, wenn die Kanzlerpräferenz nach der Parteiidentifikation und der generellen Problemlösungskompetenz der Union bzw. der SPD in das Modell eingeführt wird.