

Vorwort	13
 1. Bundesdeutsche Spitzenkandidatenplakate – 1. ein Forschungsdesiderat	 14
 2. Wahlen, Parteien und Spitzenkandidaten	25
2.1 Wahlen	25
2.2 Parteien	26
2.3 Die grundgesetzliche Regelung der Kanzlerwahl	27
 3. Politische Werbung und Plakat	29
3.1 Werbung	29
3.2 Politische Werbung	31
3.3 Plakat	32
3.4 Das politische Plakat	34
3.5 Politik als Marke	41
 4. Die Spitzenkandidatenplakate bei den Bundestagswahlen 4. von 1949 bis 1987	 43
4.1 Die Bundestagswahl 1949	43
4.1.1 Die Bedingungen der Wahl	43
4.1.2 Forschungsüberblick	44
4.1.3 CDU/CSU	45
4.1.4 CSU	69
4.1.5 SPD	75

4.1.6 FDP	86
4.1.7 KPD	87
4.1.8 Das Porträtplakat im Bundestagswahlkampf 1949	87
4.2 Die Bundestagswahl 1953	90
4.2.1 Bedingungen der Wahl	90
4.2.2 Forschungsüberblick	90
4.2.3 Die Themen der Bundestagswahl 1953	92
4.2.4 Die Organisation des Wahlkampfes für Adenauer – Mitspracheeinforderung durch die Partei	94
4.2.5 Wahlwerbung für Adenauer	99
4.2.6 Imagekonsolidierung	101
4.2.7 Die Plakate der Partei	106
4.2.8 CSU	115
4.2.9 Ludwig Erhard	116
4.2.10 SPD	119
4.2.11 FDP	131
4.2.12 KPD und übrige Parteien	134
4.2.13 Die Wahlwerbung zur Bundestagswahl 1953	135
4.3 Bundestagswahl 1957	138
4.3.1 Bedingungen der Wahl	138
4.3.2 Forschungsüberblick	138
4.3.3 Die politische Situation vor der Bundestagswahl 1957	139
4.3.4 Der Spitzenkandidat und der Wahlkampf der CDU	141
4.3.5 SPD	162
4.3.6 CSU	178
4.3.7 FDP	180
4.3.8 Zusammenfassung	185
4.4 Die Bundestagswahl 1961	187
4.4.1 Bedingungen der Wahl	187
4.4.2 Forschungsüberblick	187
4.4.3 Die politische Situation vor der Wahl 1961	188
4.4.4 Die Themen im Wahlkampf	189
4.4.5 CDU	193
4.4.6 SPD	207
4.4.7 CSU	225
4.4.8 FDP	227
4.4.9 DFU	236
4.4.10. Zusammenfassung	237

4.5 Der Bundestagswahlkampf 1965	240
4.5.1 Bedingungen der Wahl	240
4.5.2 Forschungsüberblick	241
4.5.3 Die Gegebenheiten	242
4.5.4 Bundeskanzler Erhard	242
4.5.5 Der Wahlkampf der CDU	244
4.5.6 SPD	261
4.5.7 CSU	277
4.5.8 FDP	280
4.5.9 Die übrigen Parteien	287
4.5.10 Zusammenfassung	287
4.6 Die Bundestagswahl 1969	293
4.6.1 Bedingungen der Wahl	293
4.6.2 Forschungsüberblick	294
4.6.3 Die Gegebenheiten	295
4.6.4 Die Große Koalition	296
4.6.5 CDU	298
4.6.6 CSU	308
4.6.7 SPD	311
4.6.8 FDP – Abstinenz im Spitzenkandidatenplakat	329
4.6.9 NPD	331
4.6.10 Zusammenfassung	331
4.7 Die Bundestagswahl 1972	335
4.7.1 Die Bedingungen der Wahl	335
4.7.2 Forschungsüberblick	335
4.7.3 Die politische Ausgangssituation	337
4.7.4 Die CDU	339
4.7.5 CSU – Weiß-Blau-Gelb	359
4.7.6 SPD	364
4.7.7 FDP	377
4.7.8 NPD	386
4.7.9 Zusammenfassung	386
4.8 Die Bundestagswahl 1976	393
4.8.1 Bedingungen der Wahl	393
4.8.2 Forschungsüberblick	393
4.8.3 Die politische Ausgangssituation	394
4.8.4 CDU	395
4.8.5 SPD	424

4.8.6 CSU	444
4.8.7 FDP	449
4.8.8 Zusammenfassung	454
4.9 Die Bundestagswahlen der 1980er-Jahre	463
4.9.1 Forschungsüberblick	463
4.10 Die Bundestagswahl 1980	464
4.10.1 Die Bedingungen	464
4.10.2 Die politischen Gegebenheiten	464
4.10.3 CDU und CSU	465
4.10.4 SPD	491
4.10.5 FDP	501
4.10.6 Die Grünen	508
4.10.7 Zusammenfassung	512
4.11 Die Bundestagswahl 1983	518
4.11.1 Die Bedingungen der Wahl	518
4.11.2 Politische Gegebenheiten	518
4.11.3 Machtwechsel: Das Zerschlagen der sozialliberalen Koalition	519
4.11.4 CDU	525
4.11.5 CSU	534
4.11.6 SPD	539
4.11.7 FDP	554
4.11.8 Die Grünen	559
4.11.9 Zusammenfassung	560
4.12 Die Bundestagswahl 1987	564
4.12.1 Bedingungen der Wahl	564
4.12.2 Politische Gegebenheiten: Der Flick-Skandal und die Glaubwürdigkeitsfrage	564
4.12.3 CDU	567
4.12.4 CSU	578
4.12.5 SPD	581
4.12.6 Die FDP	598
4.12.7 Die Grünen	601
4.12.8 Zusammenfassung	603

5	■ Das westdeutsche Spitzenkandidatenplakat	608
5.1	Personalisierung – ein reziproker Prozess	608
5.2	Amerikanisierung als Modernisierung	625
5.3	Traditionierte Seherwartungen	632
5.3.1	Was Werbung vermag und was Politiker wollen	632
5.3.2	Porträt-Text-Relation: Logo- oder ikonozentriert?	637
5.3.3	Das Porträt des politischen Spitzenkandidaten auf Plakaten	640
5.3.4	Ikonografie	645
5.3.5	Ikonologie der Glaubwürdigkeit	654
5.3.6	CD	656
5.3.7	Demoskopie	659
5.3.8	Streuung	664
5.3.9	Spitzenkandidatenplakate im Mediamix	664
5.3.10	Agenturen	665
5.3.11	Politik und Spitzenkandidatenplakat	669
5.3.12	Werbekritik	670
5.3.13	Zur Effizienz von Wahlwerbung und zum Informationsgebot	672
6	■ Anhang	721
6.1	Abkürzungen	721
6.2	Quellen- und Literaturverzeichnis	723
6.2.1	Quellen	723
6.2.2	Gedruckte Quellen	723
6.2.3	Literatur	727
6.3	Bildnachweis	808
6.4	Personenregister	810