

Einleitung.....	1
-----------------	---

Teil I: Wettbewerb und „öffentliche Meinung“ aus theoretischer und empirischer Sicht

KAPITEL 1	Auf der Suche nach einem geeigneten ökonomischen Verhaltensmodell.....	17
1.1	Einleitung.....	18
1.2	Der herkömmliche ökonomische Ansatz: Die Rational-Choice Theorie.....	21
1.3	Eine kritische Auseinandersetzung: Einschränkungen und „Defizite“.....	23
1.4	Stellenwert der Rationalität innerhalb eines geeigneten Verhaltensmodells.....	29
1.5	Bemerkungen hinsichtlich eines geeigneten Verhaltensmodells.....	33
1.6	Menschliches Verhalten als regelorientiertes Problemlösen.....	37
1.6.1	Handlungs- versus Regelindividualismus.....	37
1.6.2	Interne und externe Steuerungsstrukturen: Mentale Modelle und soziale Institutionen.....	41
1.6.3	Mentale Modelle: Der Beitrag der Kognitionswissenschaft.....	48
1.7	Zusammenfassung und Ausblick auf die weitere Vorgehensweise.....	51
KAPITEL 2	Konsensorientierte Ordnungsökonomik und das Problem der Gestaltung von Regelordnungen.....	55
2.1	Einleitung.....	55
2.2	Relevante Grundlagen der konsensorientierten Ordnungsökonomik.....	58

2.2.1	Regel- versus Handlungsebene	58
2.2.2	Konsensfähige Interessen: Handlungs- versus Regelinteressen	60
2.2.3	Das Konsenskriterium als Prozesskriterium	62
	(1) Freiwilligkeit	63
	(2) Orientierung an den gemeinsamen Regelinteressen	64
	(3) Informierte Wahl	66
2.3	Der Staat als Bürgerverband: Zur Frage der Ausgestaltung der politischen Ordnung	69
KAPITEL 3	Wettbewerb aus ordnungsökonomischer Perspektive	75
3.1	Einleitung	75
3.2	Der Wettbewerb als Ordnungsprinzip: Definition und Funktionen	76
3.3	Die Kanalisierung von Wettbewerb	82
	3.3.1 Bedingter versus unbedingter Wettbewerb	82
	3.3.2 Begrenzung und Schutz von Wettbewerb	85
3.4	Zur Frage der theoretischen Bewertung von Wettbewerb	88
KAPITEL 4	Wettbewerb und Globalisierung im Meinungsbild der Bevölkerung	91
4.1	Das Phänomen der öffentlichen Meinung: Bevölkerungsmeinung oder Medienmeinung?	92
4.2	Öffentliche Meinung als messbare Bevölkerungsmeinung	98
4.3	Direkt gefragt: Was halten die Menschen von „Wettbewerb“ und was von „Globalisierung“?	103
4.4	Akzeptieren die Menschen die Grundwerte Eigenverantwortung und Handlungsfreiheit?	109

4.5	Welche Gerechtigkeitsvorstellungen besitzen die Menschen und in welcher Rolle sehen sie den Staat?.....	110
4.6	Konkret gefragt: Problembewusstsein für Arbeitslosigkeit und Rentensicherung – Welche Lösungen halten die Menschen für problemadäquat?	116
4.7	Für wie fair halten die Menschen Wettbewerbspreise?	122
4.8	Die Auswertung der Umfrageergebnisse	129
4.9	Das Akzeptanzverhalten der Bevölkerung aus ordnungsökonomischer Sicht	138
4.9.1	Die Diskrepanz zwischen Regel- und Ergebnisinteressen und die Ablehnung von Wettbewerb.....	139
4.9.2	Die Handlungsinteressen der Menschen und die Ablehnung von Wettbewerb.....	141
4.9.3	Interdependenzen beider Erklärungsansätze	143
4.9.4	Die Vermengung beider Erklärungsansätze im Meinungsbild der Bevölkerung	145

Teil II: Charakteristika der Meinungsbildung

KAPITEL 5	Interne kognitive Regeln der Informationsverarbeitung und Urteilsfindung.....	151
5.1	Einleitung: Individuelle Meinungsbildung als kognitives Phänomen	152
5.2	Empirisch fundierte Erklärungsangebote aus dem Bereich der Kognitionswissenschaften	153
5.2.1	Die Bevorzugung von situationsspezifischen gegenüber klassenspezifischen Informationen.....	154
5.2.2	Die Bevorzugung von persönlichkeitspezifischen gegenüber kontextspezifischen Informationen.....	156
5.2.3	Schlussfolgerungen im Hinblick auf die Beurteilung von Wettbewerbsprozessen	158

5.3	Empirisch fundierte Erklärungsangebote aus dem Bereich der kognitiven Psychologie.....	163
5.3.1	Verlustaversion.....	165
	(1) Verlustaversion und Status-quo-Effekt	166
	(2) Sunk Costs und Status-quo-Effekt	169
5.3.2	Framingeffekt und Bezugspunktabhängigkeit	170
5.3.3	Availability-Heuristik	175
5.3.4	Representativeness-Heuristik	176
5.3.5	Schlussfolgerungen im Hinblick auf die Beurteilung von Wettbewerbsprozessen	177
KAPITEL 6	Individuelle Meinungsbildung und mentale Modelle – Bedingungen der Informationsverarbeitung.....	187
TEIL 1:	Meinungsbildung und die Rolle von Informationen	188
6.1	Einleitung: Meinungsbildung als kontextabhängiger Prozess.....	188
6.2	Information als Rohmaterial der Meinungsbildung.....	191
6.3	Mentale Modelle, Lernen und Alltagswissen.....	195
6.4	Massenmedien als universeller Informationslieferant	203
6.5	Information, Problemwahrnehmung und Problemlösungswissen.....	209
6.6	Zwischenfazit: Politische Meinungsbildung auf der Basis unzureichender mentaler Modelle?	218
Teil 2:	Meinungsbildung, Rückkopplungsprozesse und Anreizbedingungen	222
6.7	Einleitung	222
6.8	Alltagswissen und der institutionelle Handlungsrahmen	226
6.9	Die Verfügbarkeit relevanter Informationen und der institutionelle Handlungsrahmen.....	230
6.9.1	Zum Begriff der „relevanten Information“	231

6.9.2	Anreizorientierte Nachfrage relevanter Informationen	234
6.9.3	Relevante Informationen und die Zuordnung von Problemen	238
6.9.4	Relevante Informationen und ihre Zugänglichkeit	239
6.10	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	242

Teil III: Meinungen, Massenmedien und Politik

KAPITEL 7	Individuelle Meinungsbildung unter dem Einfluss von Massenmedien.....	251
7.1	Einleitung	251
7.2	Worauf Massenmedien Einfluss nehmen – Agenda-Setting und Priming.....	253
7.3	Das Anreizsystem der Massenmedien	258
7.4	Medieneinfluss konkret: Wahlverhalten und Fernsehnachrichten	268
7.5	Öffentliche Meinung und Wettbewerb	278
KAPITEL 8	Politik und öffentliche Meinung: Politisches Handeln massenmedial bedingt	287
8.1	Einleitung: Politisches Handeln, institutionelle Entwicklung und öffentliche Meinung.....	287
8.2	Der Staat als Bürgerverband: Was soll die Politik für die Bürger leisten?	291
8.3	Das Entscheidungsverhalten der Politiker aus Sicht der Neuen Politischen Ökonomie	292
8.4	Öffentliche Meinung als Restriktion: Die Beziehung zwischen Politik und Medien.....	296
8.5	Strategisches Politikerverhalten als Reaktion auf die Bedeutung der öffentlichen Meinung.....	299

8.5.1	Die aktive Nutzung der Massenmedien	300
8.5.2	Die passive Nutzung der Massenmedien	303
8.6	Politik und öffentliche Meinung: Politische Konsequenzen	306

Teil IV: Wissensdefizite abbauen

KAPITEL 9 Auf der Suche nach dem informierten Bürger 317

9.1	Einleitung: Das Wissensproblem der Bürger und der politische Prozess	318
9.2	Die diagnostizierten Problemschwerpunkte im Überblick...	321
9.2.1	Interne Regeln der selektiven Informationsverarbeitung	321
9.2.2	Anreizprobleme kollektiven Handelns.....	323
9.2.3	Massenmedien als Informationslieferant: Verzerrte Informationsbasis	324
9.2.4	Politisches Handeln und öffentliche Meinung.....	325
9.3	Informationsdefizite abbauen: zwei prinzipielle Herangehensweisen.....	326
9.3.1	Wissensanforderungen senken: „Weniger Staat“ als Problemlösung?	327
9.3.2	Mehr Wissen nutzen: Auf dem Weg zum informierten Bürger	330
	(1) Welche Information fehlt, wie muss sie dargestellt und wie vermittelt werden?	331
	(2) Ungelöste Anreizprobleme – Wer stellt die nötige Information bereit?	335
9.4	Ein institutionalisiertes Angebot an wirtschaftspolitischer Bürgerinformation: Think Tanks innerhalb der deutschen Beratungslandschaft.....	339
9.5	Direkte Demokratie, Wissensprobleme und Politikeranreize	348

9.5.1	Direkte versus repräsentative Demokratie: Abgrenzungen, Inhalte und Anforderungen.....	349
9.5.2	Die Herausbildung informierter Bürgerpräferenzen	354
9.5.3	Die Durchsetzung von Bürgerpräferenzen im politischen Prozess.....	359
9.5.4	Anmerkungen zur Ausgestaltung direktdemokratischer Volksrechte.....	364
	Schlussbemerkung	377
	Literaturverzeichnis.....	383