

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

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

<b>KAPITEL 1</b>	<b>Auf der Suche nach einem geeigneten ökonomischen Verhaltensmodell.....</b>	<b>17</b>
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
<b>KAPITEL 2</b>	<b>Konsensorientierte Ordnungsökonomik und das Problem der Gestaltung von Regelordnungen.....</b>	<b>55</b>
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
<b>KAPITEL 3</b>	<b>Wettbewerb aus ordnungsökonomischer Perspektive .....</b>	<b>75</b>
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
<b>KAPITEL 4</b>	<b>Wettbewerb und Globalisierung im Meinungsbild der Bevölkerung .....</b>	<b>91</b>
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**

<b>KAPITEL 5</b>	<b>Interne kognitive Regeln der Informationsverarbeitung und Urteilsfindung.....</b>	<b>151</b>
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
<b>KAPITEL 6</b>	<b>Individuelle Meinungsbildung und mentale Modelle – Bedingungen der Informationsverarbeitung.....</b>	<b>187</b>
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**

<b>KAPITEL 7</b>	<b>Individuelle Meinungsbildung unter dem Einfluss von Massenmedien.....</b>	<b>251</b>
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
<b>KAPITEL 8</b>	<b>Politik und öffentliche Meinung: Politisches Handeln massenmedial bedingt .....</b>	<b>287</b>
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
	<b>Schlussbemerkung .....</b>	<b>377</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>383</b>