

ÖGPW 3 – Länder – Tagung

„Politik und Persönlichkeit“

<http://www.oegpw.at/tagung06>

30. November bis 2. Dezember 2006

**Politische Wahlen als Schönheitskonkurrenz?
Eine Analyse zur Bedeutung der physischen Attraktivität der
Wahlkreiskandidaten für das Ergebnis der Bundestagswahl 2005**

Erster Entwurf, bitte nicht zitieren.
Literaturverweise sind noch nicht vollständig eingearbeitet

Von Markus Klein und Ulrich Rosar

Politische Wahlen als Schönheitskonkurrenz?
Eine Analyse zur Bedeutung der physischen Attraktivität der
Wahlkreiskandidaten für das Ergebnis der Bundestagswahl 2005

*– Erster Entwurf, bitte nicht zitieren.
Literaturverweise sind noch nicht vollständig eingearbeitet –*

PD Dr. Markus Klein

Universität Siegen
Fachbereich 1/Soziologie
Adolf-Reichwein-Straße 2
57068 Siegen
Tel.: 0271 / 740-4373
klein@za.uni-koeln.de

Dr. Ulrich Rosar

Institut für Angewandte
Sozialforschung der
Universität zu Köln
Greinstraße 2
50939 Köln
Tel.: 0221 / 470-2746
rosar@wiso.uni-koeln.de

1. Einleitung und Problemstellung

Dass Schönheit wirkt, ist ein in den Alltagstheorien der meisten Menschen tief verankerter Glaubenssatz. Aber auch die Wissenschaft hat wiederholt nachgewiesen, dass von der Attraktivität eines Menschen vielfältige Wirkungen auf seinen Erfolg in den unterschiedlichsten Lebensbereichen ausgehen. Vor diesem Hintergrund ist es eine nur allzu naheliegende Vermutung, dass auch die physische Attraktivität von Politikern Effekte auf ihren Wahlerfolg zeitigt. Allzu oft empirisch untersucht wurden solche Effekte bislang allerdings nicht. Dies ist insofern erstaunlich, als in der empirischen Wahlforschung verschiedentlich eine als Personalisierung von Politik bezeichnete Entwicklung diagnostiziert wurde. Diese besteht in ihrer globalen Variante in einer wachsenden Bedeutung von Kandidatenorientierungen für die individuelle Wahlentscheidung und in ihrer spezifischen Variante in einer Verlagerung der Bewertungskriterien von Politikern weg von rollenrelevanten hin zu rollenfernen Merkmalen. Wenn ein solcher Prozess aber tatsächlich existiert – was allerdings nicht unumstritten ist – dann kann mit einiger Berechtigung auch eine zunehmende Bedeutung des äußeren Erscheinungsbildes und der sexuellen Anziehungskraft von Politikern für ihren Wahlerfolg erwartet werden.

Der vorliegende Aufsatz knüpft an bereits vorliegende Arbeiten der Autoren zu diesem Themenkomplex an und erweitert diese um ein weiteres Anwendungsbeispiel und einige bislang nicht berücksichtigte Untersuchungsaspekte. Im Zentrum steht die Frage, welcher Einfluss von der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2005 auf deren Erststimmenanteil sowie auf den Zweitstimmenanteil ihrer jeweiligen Partei im Wahlkreis ausgeht. Im nachfolgenden Abschnitt wird zunächst ein kurzer Überblick über den bisherigen Forschungsstand gegeben. Dabei werden einige Forschungsdefizite herausgearbeitet, die mittels der im vorliegenden Aufsatz berichteten Analysen überwunden werden sollen (Abschnitt 2). Nach einer kurzen Beschreibung der Datenbasis (Abschnitt 3) werden dann die Ergebnisse der empirischen Analysen präsentiert (Abschnitt 4). Der Aufsatz schließt mit einigen einfacher Simulationsmodellen, die die praktisch-politische Relevanz der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten demonstrieren (Abschnitt 5).

2. Forschungsstand und Desiderata

Die für die empirische Wahlforschung relevanten Aspekte der Attraktivitätsforschung sind von den Autoren des vorliegenden Aufsatzes an anderer Stelle bereits ausführlich dargestellt

worden (Klein/Rosar 2005; Rosar/Klein/Beckers 2007). An dieser Stelle sollen daher nur die wichtigsten Bausteine der Argumentationskette noch einmal kurz rekapituliert werden: Die Attraktivitätsforschung startet von der Annahme, dass die Attraktivität eines Menschen ein objektiv beschreibbares Merkmal ist. Schönheit liegt demzufolge nicht im Auge des Betrachters, sondern ist vielmehr in den äußerlichen Eigenheiten der betrachteten Person begründet. Es besteht daher auch eine relativ große Übereinstimmung in den Urteilen unterschiedlicher Betrachter über die Attraktivität eines konkreten Menschen. Dieses Phänomen bezeichnet man als den sogenannten *Attraktivitätskonsens*. Attraktivität entfaltet darüber hinaus sehr klar beschreibbare Wirkungen: So werden attraktiven Menschen eine Reihe von positiv bewerteten Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben (*Attraktivitätsstereotyp*), ihnen wird größere Aufmerksamkeit entgegengebracht und sie werden von ihrer Umwelt deutlich besser behandelt als unattraktive Menschen. All diese Wirkungen sollten auch für attraktive Politiker gelten. Unsere Analyse startet folglich von der einfachen Hypothese, dass attraktive Politiker größere Wahlchancen haben als unattraktive Politiker.

Versucht man den Effekt der Attraktivität auf den Wahlerfolg von Politikern genauer zu spezifizieren, dann ergibt sich folgende einfache Kausalkette: Aufgrund des Attraktivitätskonsenses gelangen Wähler zu sehr ähnlichen Urteilen über die Attraktivität von Politikern. Attraktive Politiker bekommen eine Reihe von vorteilhaften Eigenschaften zugeschrieben, aus denen die Wähler die Erwartung einer überlegenen politischen Leistungsfähigkeit ableiten. Attraktiven Politikern wenden Wählerinnen und Wählern zudem ein größeres Maß an Aufmerksamkeit zu, was dazu führt, dass solche Politiker besser erinnert werden und im Prozess der Entscheidungsbildung dem Wähler präsenter sind. Im Ergebnis steigt die Wahrscheinlichkeit, dass attraktive Politiker auch gewählt werden.

Wie in der Einleitung bereits erwähnt, existieren bislang nur wenige Arbeiten, die diese Mechanismen empirisch untersuchen. Dies mag zum einen mit normativen Vorbehalten gegenüber solchen vermeintlich ‚halbseidenen‘ Forschungsfragen zusammenhängen. Zum anderen stellen sich der empirischen Erforschung dieser Zusammenhänge aber auch sehr praktische Probleme: So kann die Wirkung der Attraktivität der Spitzenkandidaten bei nationalen Wahlen auf den Wahlerfolg ihrer Parteien schon allein deshalb nicht untersucht werden, weil die Zahl dieser Kandidaten für differenzierte empirische Analysen in der Regel zu klein ist. Die wenigen existierenden empirischen Analysen beziehen sich daher auch vorrangig auf die Wahlchancen von Wahlkreiskandidaten, von denen bei einer konkreten Wahl in der Regel eine hinreichend große Zahl für statistische Analysen existiert.

Eine dieser Studien ist die Untersuchung von Klein und Rosar (2005) über den Einfluss der physischen Attraktivität der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2002 auf deren Erststimmenanteil. Auch wenn sich in dieser Studie deutliche Effekte der Kandidatenattraktivität auf den Wahlerfolg nachweisen lassen, so bleiben doch auch nach ihrer Veröffentlichung einige Desiderata bestehen. So stützen sich die Analysen von Klein und Rosar (2005) nur auf eine Teilmenge der Wahlkreiskandidaten der Bundestagswahl 2002. Wünschenswert wäre aber eine Vollerhebung, um etwaige Verzerrungen der Analyseergebnisse durch spezifische Charakteristika der ausgewählten Fälle zu vermeiden. Darüber hinaus untersuchen Klein und Rosar nur die Wahlkreiskandidaten der SPD und der CDU/CSU. Wünschenswert wäre aber auch die Einbeziehung der Kandidaten der Linkspartei, der FDP sowie von Bündnis90/Die Grünen. Dadurch würde sich die Möglichkeit bieten, die unterstellte Kausalkette zumindest indirekt zu testen. Da die Kandidaten der kleinen Parteien im Wahlkampf sehr viel weniger präsent sind, sollte nämlich der Effekt der Attraktivität bei ihnen weniger stark ausfallen als bei den Kandidaten der großen Parteien. Darüber hinaus wird bei Klein und Rosar (2005) nur der Einfluss der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten auf ihren Erststimmenanteil untersucht, nicht aber deren möglicher Einfluss auf den Zweitstimmenanteil der jeweils zugehörigen Partei im Wahlkreis. Ein solcher Effekt wird sogar als nicht existent angenommen, da der Zweitstimmenanteil der Partei im Wahlkreis als Kontrollvariable im Rahmen der Regressionsmodelle zur Erklärung des Erststimmenanteils der Kandidaten berücksichtigt wird. Der Einfluss der Attraktivität auf den Wahlerfolg wird daher bei Klein und Rosar (2005) tendenziell unterschätzt, da er künstlich um über den Zweitstimmenanteil vermittelte Effekte bereinigt wird. Im Rahmen der vorliegenden Studie werden die eben aufgelisteten Desiderata am Anwendungsbeispiel der Bundestagswahl 2005 aufgegriffen und im Rahmen der empirischen Analysen umgesetzt.

Der vorliegende Aufsatz greift darüber hinaus einige Aspekte auf, die von Rosar, Klein und Beckers (2007) aufgezeigt wurden. Die genannten Autoren konnten am Beispiel der Wahlkreiskandidaten bei der Nordrhein-Westfälischen Landtagswahl 2005 zeigen, dass die Stärke des Effekts der Kandidatenattraktivität von der durchschnittlichen Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis abhängt: Ein attraktiver Kandidat kann demnach vor allem dann von seinem Aussehen profitieren, wenn er in seinem Wahlkreis mit eher unattraktiven Kandidaten konkurriert. Sind hingegen alle Kandidaten attraktiv, neutralisieren sich die Wirkungen der Attraktivität wechselseitig. Rosar u.a. (2007) bezeichneten diesen Effekt als „Frog-Pond-Effekt“. Sie konnten darüber hinaus außerdem zeigen, dass die durchschnittliche Attraktivität der

Kandidaten in einem Wahlkreis nachweisbare Wirkungen auf die Wahlbeteiligung in diesem Wahlkreis hat. Je höher die durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten, desto höher demnach die Wahlbeteiligung. Im Rahmen des vorliegenden Aufsatzes wird untersucht, ob die beschriebenen Mechanismen nur für das Wählerverhalten bei Nordrhein-Westfälischen Landtagswahlen (bzw. nur unter den Besonderheiten des dort geltenden Wahlsystems) Gültigkeit besitzen oder auch auf Bundestagswahlen verallgemeinert werden können.

3. Datenbasis

Die im Folgenden berichteten empirischen Analysen beruhen auf einem Datensatz, der für alle 299 Wahlkreise der Bundestagswahl 2005 die Erst- und Zweistimmenanteile der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien sowie außerdem detaillierte Informationen über deren jeweiligen Wahlkreiskandidaten enthält. Die Angaben über die Wahlkreiskandidaten umfassen dabei Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund, akademische Titel, Adelstitel, eine bereits vor der Wahl bestehende Mitgliedschaft im Deutschen Bundestag sowie die politische Prominenz¹. Der Datensatz enthält darüber hinaus außerdem Informationen über die Wahlkreise selbst, wie z.B. die Zahl der angetretenen Direktkandidaten. All diese Informationen wurden im wesentlichen aus Dokumentationen entnommen, die auf der Homepage des Bundeswahlleiters² und des Deutschen Bundestags³ angeboten werden. Da bei der Bundestagswahl 2005 in zwei Wahlkreisen kein Direktkandidat der Grünen und in neun Wahlkreisen kein Direktkandidat der Linkspartei angetreten war, umfassen unsere Daten Angaben über insgesamt 1.484 Wahlkreiskandidaten. Da wir *alle* Kandidaten der von uns untersuchten Parteien erfassen, stellen unsere Daten eine Vollerhebung dar.

Um nun aber tatsächlich den Einfluss der Attraktivität der Kandidaten auf ihren persönlichen Wahlerfolg sowie den Wahlerfolg ihrer jeweiligen Partei untersuchen zu können, mussten dem beschriebenen Datensatz außerdem noch Messwerte für die Attraktivität der Kandidaten zugespielt werden. Wie in der Attraktivitätsforschung weithin üblich, benutzten wir als Grundlage der Attraktivitätsmessung Photographien der Kandidaten, wobei wir – wenn immer möglich – klassische Portraitphotographien verwendeten. Die Verwendung von Photographien war unserer Forschungsfrage aber auch insofern angemessen, als die überwältigende

¹ Als besonders prominent wurden angesehen die Spitzenkandidaten der Parteien, ihre Parteivorsitzenden, alle Bundesminister, der Bundestagspräsident, die Fraktions- bzw. Landesgruppenvorsitzenden im Bundestag sowie die drei Kandidaten der kleinen Parteien, die bei der BTW 2002 ein Direktmandat gewonnen hatten (Ströbele, Pau, Löttsch).

² <http://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahl2005/>

³ <http://www.bundestag.de>

Mehrheit der Wahlberechtigten ihren Wahlkreiskandidaten nur von den Photos auf den Wahlplakaten her kennt, ohne ihm jemals persönlich begegnet zu sein. Die verwendeten Photographien waren vor der Wahl den Wahlkampf-Internetseiten der Parteien entnommen worden, wobei es nur für 17 Kandidaten nicht gelang, eine geeignete Photographie zu finden.⁴

Die eigentliche Attraktivitätsmessung erfolgte gemäß der *Truth of Consensus Method* (Patzner 1985: 17). Hierbei beurteilt eine Gruppe von Probanden unabhängig voneinander die Attraktivität einer Person und durch Verrechnung der Einzelurteile zu einem Mittelwert ergibt sich dann ein Messwert ihrer Attraktivität. Grundlage dieses Verfahrens ist der oben bereits erwähnte *Attraktivitätskonsens*, also die Beobachtung, dass es sich bei der Attraktivität einer Person um ein Merkmal handelt, das verschiedene Betrachter sehr ähnlich wahrnehmen (vgl. Grammer et al. 2003, Henss 1987, 1992, Iliffe 1960). Variationen in der Attraktivitätsbeurteilung sind demnach im wesentlichen auf nachrangige Geschmacksunterschiede zwischen den Betrachtern zurückzuführen. Dies bedeutet gleichzeitig, dass bereits mit einer sehr kleinen Gruppe von Probanden eine vergleichsweise stabile und zuverlässige Attraktivitätsmessung erzielt werden kann. In der Literatur wird es gemeinhin als ausreichend angesehen, wenn sich die Attraktivitätseinstufung auf die Urteile von zwei Duzend Personen stützt. Bereits dann sei der durchschnittliche Attraktivitätswert so stabil, dass man auch mit 10.000 Probanden kaum ein anderes Ergebnis erzielen würde (Henss 1992: 308).

Die in dieser Studie verwendeten Attraktivitätsmessungen der Wahlkreiskandidaten basieren auf Bewertungen, die von zwölf männlichen und zwölf weiblichen Soziologie-Studenten der Universität zu Köln im Alter zwischen 20 und 28 Jahren abgegeben wurden. Diese Studenten wurden für ihre Teilnahme an der Studie bezahlt und konnten die Kandidatenphotographien von ihrem heimischen PC aus im Rahmen einer Online-Befragung bewerten. Im Rahmen dieser Befragung wurden die auf eine einheitliche Höhe skalierten Photographien jeweils auf einer eigenen Seite präsentiert. Die Bewertung erfolgte anhand einer siebenstufigen Skala mit den Polen „unattraktiv“ (im Datensatz als „0“ codiert) und „attraktiv“ (im Datensatz als „6“ codiert).⁵ Eine Reliabilitätsanalyse der Einzelbeurteilungen bestätigte empi-

⁴ Dieses Vorgehen gibt Grund zu der Annahme, dass wir die Wirkungen der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten in der vorliegenden Abhandlung auch weiterhin unterschätzen. Um die von uns behauptete Kausalkette angemessen abzubilden, hätten wir sicherstellen müssen, dass das im Rahmen unserer Analysen verwendete Kandidatenphoto dasjenige Photo war, das auch am häufigsten plakatiert wurde und daher die Urteile der Wähler über die Kandidaten am stärksten beeinflusste.

⁵ Die Präsentation der Photographien erfolgte dabei so, dass die Kandidaten eines Wahlkreises immer nacheinander angezeigt wurden, die Reihenfolge der Kandidaten innerhalb der Wahlkreise und die Reihenfolge der Wahlkreise aber zufällig rotierte.

risch den erwarteten hohen Konsens in der Attraktivitätseinschätzung.⁶ Die Attraktivität der 17 Kandidaten, für die keine Photographien gefunden werden konnten, wurde auf der Grundlage multipler Regressionsmodelle geschätzt.⁷

In Tabelle 1 ist neben der durchschnittlichen Attraktivität aller Wahlkreiskandidaten auch deren Attraktivität in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit dargestellt. Dabei zeigt sich, dass die Attraktivität deutlich mit dem Geschlecht und dem Alter der Kandidaten variiert und zwar dahingehend, dass junge Menschen attraktiver erscheinen als alte Menschen und Frauen attraktiver als Männer (dies spiegelt sich auch deutlich in der Zusammensetzung der jeweils zehn attraktivsten bzw. unattraktivsten Wahlkreiskandidaten der Bundestagswahl 2005 wieder, die im Anhang dieses Aufsatzes in den Abbildungen A1 und A2 dokumentiert sind). Diese Muster entsprechen oft replizierten Befunden der sozialpsychologischen Attraktivitätsforschung (vgl. zur Übersicht Henss 1992). Dass die Attraktivität der Kandidaten auch mit ihrer Parteizugehörigkeit variiert ist zunächst überraschend, letztlich aber vor allem darauf zurückzuführen, dass die SPD und die Grünen mehr junge und weibliche Kandidaten nominierten als die CDU und die FDP. Auffällig ist darüber hinaus das ausgesprochen schlechte Abschneiden der westdeutschen PDS-Kandidaten.

⁶ Gemäß der gängigen Vorgehensweise in der Attraktivitätsforschung wurden dabei die Probanden als Variablen und die präsentierten Photographien als Fälle betrachtet. Cronbach's α ergab sich dabei zu ,95.

⁷ Die Schätzung erfolgte auf der Basis der durchschnittlichen Attraktivitätswerte der 1.467 Kandidaten, für die eine geeignete Photographie zur Verfügung stand. Nachdem deren Attraktivitätswerte ermittelt waren, wurden sie mittels einer OLS-Gleichung auf das Geschlecht, das Alter, den Migrationshintergrund, den akademischen Titel, den Adelstitel, den politischen Status und die Parteizugehörigkeit der Kandidaten regredierte. Auf der Grundlage dieser Regressionsgleichung konnte dann die Attraktivität der 17 Kandidaten geschätzt werden, für die zwar keine geeignete Photographie ermittelt werden konnte, wohl aber die entsprechenden Personenmerkmale und die Parteizugehörigkeit bekannt waren.

Tabelle 1: Die Attraktivität der Wahlkreiskandidaten insgesamt sowie differenziert nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit

	Mittelwert	Standard- abweichung	N	η
Alle	2,15	,83	1484	
Nach Geschlecht				
<i>Männer</i>	1,96	,69	1.113	,38**
<i>Frauen</i>	2,70	,95	371	
Nach Alter				
<i>unter 30 Jahre</i>	3,02	,93	109	,41**
<i>30 bis 44 Jahre</i>	2,40	,89	464	
<i>45 bis 59 Jahre</i>	1,94	,67	742	
<i>über 59 Jahre</i>	1,79	,55	169	
Nach Parteizugehörigkeit				
<i>CDU/CSU</i>	2,10	,74	299	,24**
<i>SPD</i>	2,27	,74	299	
<i>FDP</i>	2,14	,83	299	
<i>Grüne</i>	2,38	,89	297	
<i>Linkspartei (Ost)</i>	2,16	,88	58	
<i>Linkspartei (West)</i>	1,76	,80	232	

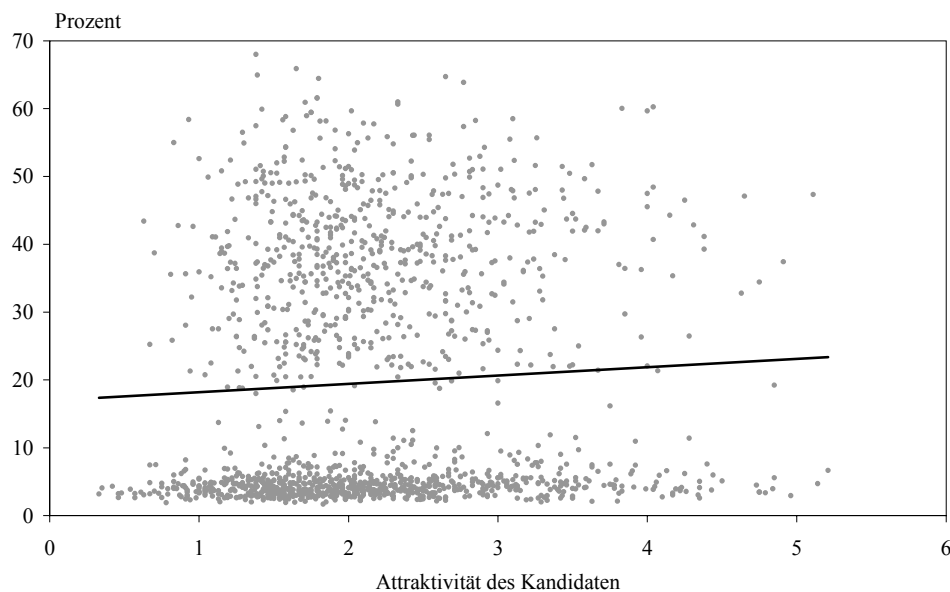
Anmerkungen: **: $p \leq ,01$;

4. Empirische Analysen

4.1 Empirische Analysen zum Einfluss der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten auf ihren Erststimmenanteil

Einen ersten Eindruck von der Beziehung zwischen der Attraktivität eines Wahlkreiskandidaten und seinem Wahlerfolg kann man sich auf der Grundlage eines einfachen Streudiagramms der beiden Variablen verschaffen. In Abbildung 1 ist daher der Erststimmenanteil der 1.484 untersuchten Kandidaten in Abhängigkeit von ihrer Attraktivität abgetragen. Beschreibt man den Zusammenhang der beiden Variablen mittels einer linearen Einfachregression, so ergibt sich die in Abbildung 1 abgetragene Regressionsgerade. Diese weist ein positives Steigungsmaß auf, d.h. es besteht bivariat ein theoriekonformer Zusammenhang zwischen der Kandidatenattraktivität und dem Erststimmenanteil.

Abbildung 1: Der Erststimmenanteil der Kandidaten in Abhängigkeit von ihrer Attraktivität



Aus mehreren Gründen ist eine solch einfache Analyse aber keinesfalls hinreichend: So stellt sich die Frage, ob der Einfluss der Kandidatenattraktivität auch dann erhalten bleibt, wenn man für andere Eigenschaften der Kandidaten statistisch kontrolliert. Darüber hinaus weisen die untersuchten Daten eine hierarchische Struktur auf, da sich jeweils fünf Kandidaten eindeutig einem bestimmten Wahlkreis zuordnen lassen. Die Berücksichtigung dieser hierarchischen Datenstruktur ist insbesondere für die Untersuchung möglicher Frog-Pond-Effekte von Bedeutung. Schließlich lässt sich in Abbildung 1 eine klare Strukturierung der Punktwolke nach großen und kleinen Parteien erkennen. Es scheint folglich ratsam, in multivariaten Mo-

dellen für die Parteizugehörigkeit der Kandidaten zu kontrollieren und zu untersuchen, ob und inwieweit der Effekt der Kandidatenattraktivität auf den Wahlerfolg in Abhängigkeit von der Parteizugehörigkeit variiert.

In Tabelle 2 sind daher die Ergebnisse linearer Mehrebenenmodelle der Determinanten des Erststimmenanteils der Direktkandidaten in den Wahlkreisen der Bundestagswahl 2005 dokumentiert. In Modell 1 finden dabei als unabhängige Level-1-Variablen alle in der Datenbeschreibung genannten Informationen über die Wahlkreiskandidaten Berücksichtigung. Hervorzuheben ist insbesondere, dass auch für die Parteizugehörigkeit der Kandidaten kontrolliert wird, wobei wir im Falle der Linkspartei aus nahe liegenden Gründen zwischen west- und ostdeutschen Kandidaten differenzieren. Die einzige Level-2-Variable, die in Modell 1 berücksichtigt wird, ist die Zahl der Kandidaten im Wahlkreis. Von dieser sollte ein negativer Effekt auf die Regressionskonstante ausgehen, da mit einer steigenden Zahl von verfügbaren Wahlalternativen der Stimmenanteil einer jeden einzelnen Alternative tendenziell sinkt. In diesem ersten, noch recht einfachen Modell, geht von der Attraktivität der Kandidaten ein recht deutlicher Effekt auf den Erststimmenanteil aus. Mit einer Erhöhung der Attraktivität eines Kandidaten um einen Skalenpunkt geht demnach eine Erhöhung seines Erststimmenanteils um 0,92 Prozentpunkte einher. Nun kann aus theoretischen Gründen angenommen werden, dass die Stärke des Effekts der Attraktivität eines Kandidaten in Abhängigkeit vom Durchschnitt und der Streuung der Attraktivität der Kandidaten in seinem Wahlkreis variiert (Rosar/Klein/Beckers 2007). Dies wird in Modell 2 empirisch überprüft, indem zusätzlich die entsprechenden Cross-Level-Interaktionen spezifiziert werden. Als bedeutsam erweist sich dabei vor allem der Effekt der durchschnittlichen Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis. Wenn sich diese um einen Skalenpunkt erhöht, vermindert sich die Stärke des Effekts der Attraktivität um den Betrag 0,18. Der Haupteffekt der Attraktivität beträgt in diesem Modell 1,27. Die Stärke des Effekts der Attraktivität variiert folglich in substantiell bedeutsamer Art und Weise in Abhängigkeit von der durchschnittlichen Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis. Der vermutet Frog-Pond-Effekt hat sich also empirisch bestätigt. In Modell 3 wird schließlich untersucht, ob die Stärke des Effekts der Attraktivität außerdem auch in Abhängigkeit von der Parteizugehörigkeit der Kandidaten variiert. Hierzu werden Interaktionseffekte zwischen der Parteizugehörigkeit und der Kandidatenattraktivität berücksichtigt. Es zeigt sich, dass der Effekt der Attraktivität bei Kandidaten der SPD und der CDU/CSU in der Tat deutlich stärker ausfällt, als bei Kandidaten der kleinen Parteien sowie bei den Linkspartei-Kandidaten in West und Ost.

Tabelle 2: Mehrebenenmodelle der Determinanten des Erststimmenanteils der Direktkandidaten in den Wahlkreisen der Bundestagswahl 2005

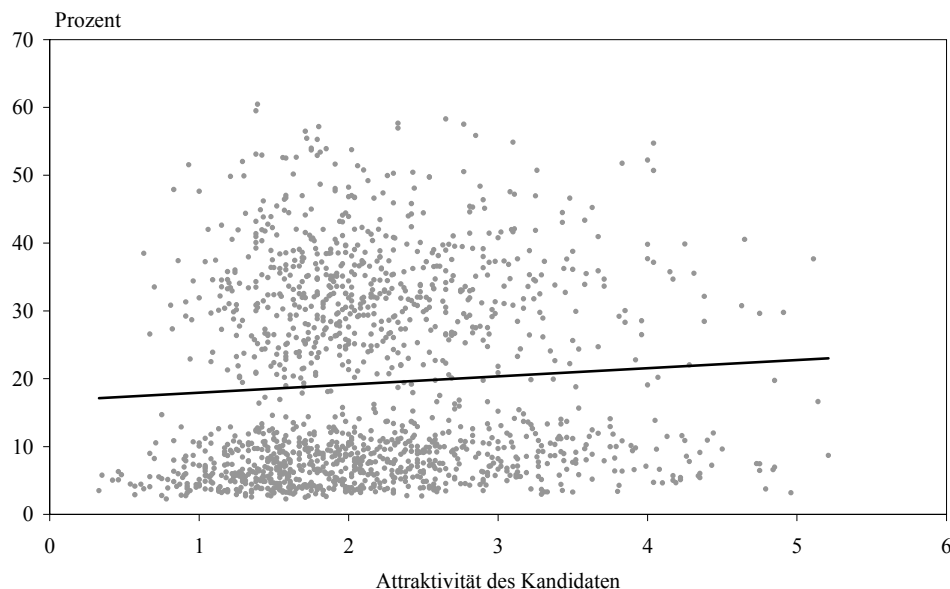
Level 1 Level 2	Modell 1	Modell 2	Modell 3
<i>Fixe Effekte</i>			
Konstante			
Konstante	36,20	36,06	35,30
Zahl der Kandidaten im Wahlkreis	-,42	-,42	-,42
Partei: (Referenzkategorie= CDU/CSU)			
SPD	-1,86	-1,87	-2,60
FDP	-32,71	-32,71	-31,39
Bündnis90/Die Grünen	-31,76	-31,77	-29,51
Linkspartei (Ostdeutschland)	-11,27	-11,27	-9,85
Linkspartei (Westdeutschland)	-31,95	-31,94	-30,65
Geschlecht des Kandidaten: weiblich	-2,20	-2,21	-2,28
Alter des Kandidaten (Referenzkategorie= jünger als 30 Jahre)			
30 bis 39 Jahre	1,79	1,80	1,55
40 bis 49 Jahre	1,20	1,23	1,02
50 bis 59 Jahre	1,68	1,70	1,52
60 Jahre und älter	2,27	2,32	2,17
Kandidat ist Immigrant	-1,36	-1,34	-1,31
Kandidat besitzt einen akademischen Titel	,62	,64	,63
Kandidat ist adlig	,43	,34	,32
Kandidat ist MdB	5,89	5,87	5,93
Kandidat besitzt besondere politische Prominenz	6,55	6,61	6,68
Attraktivität des Kandidaten			
Konstante		1,27	1,67
Durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis		-,18	-,16
Spannweite der Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis		,06	,06
Attraktivität des Kandidaten * SPD			,29
Attraktivität des Kandidaten * FDP			-,62
Attraktivität des Kandidaten * Bündnis90/Die Grünen			-1,00
Attraktivität des Kandidaten * Linkspartei (Ostdeutschland)			-,65
Attraktivität des Kandidaten * Linkspartei (Westdeutschland)			-,63
<i>Zufallseffekte</i>			
Varianz der Konstanten	,01	,13	,13
Varianz des Effekts der Attraktivität des Kandidaten		,03	,03
Devianz	9602,46	9601,86	9596,66
Zahl der Parameter	20	24	29

Anmerkungen: Eintragungen sind unstandardisierte Koeffizienten; Level-1 N = 1484; Level-2 N = 299.

4.2 Empirische Analysen zum Einfluss der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten auf den Zweitstimmenanteil ihrer Partei im Wahlkreis

Die in diesem Kapitel berichteten empirischen Analysen erfolgen ganz analog zum Vorgehen in Abschnitt 4.1. Der einzige Unterschied besteht darin, dass wir nun die Zweitstimmenanteile der Parteien der Kandidaten in ihrem jeweiligen Wahlkreis als abhängige Variable verwenden. In Abbildung 2 ist der bivariate Zusammenhang zwischen den Zweitstimmenanteilen der Parteien und der Attraktivität ihrer jeweiligen Kandidaten in Form eines Streudiagramms dargestellt. Die zugehörige Regressionsgerade weist erneut ein positives Steigungsmaß auf. Die Wirkungen der Attraktivität der Kandidaten scheinen folglich auch auf die Zweitstimme durchzuschlagen.

Abbildung 2: Die Zweitstimmenanteile der Parteien in den Wahlkreisen in Abhängigkeit von der Attraktivität ihrer jeweiligen Wahlkreiskandidaten



Aus den in Abschnitt 4.1 dargelegten Gründen kann allerdings auch in diesem Fall nicht bei einem solch einfachen Vorgehen stehen geblieben werden. In Tabelle 3 sind daher die Ergebnisse linearer Mehrebenenmodelle der Determinanten des Zweitstimmenanteils der Parteien in den Wahlkreisen der Bundestagswahl 2005 dokumentiert. Die Modellierungslogik entspricht exakt der in Abschnitt 4.1 verwendeten Logik. Als zentraler Befund kann festgehalten werden, dass die Kandidatenattraktivität auch auf den Zweitstimmenanteil wirkt, allerdings schwächer als auf den Erststimmenanteil. Darüber hinaus zeigt sich, dass ein Frog-Pond-Effekt im Falle des Zweitstimmenanteils ebenso wenig beobachtet werden kann wie eine klare Differenzierung der Stärke des Effekts der Attraktivität nach großen und kleinen Parteien.

Tabelle 3: Mehrebenenmodelle der Determinanten des Zweitstimmenanteils der Parteien in den Wahlkreisen der Bundestagswahl 2005

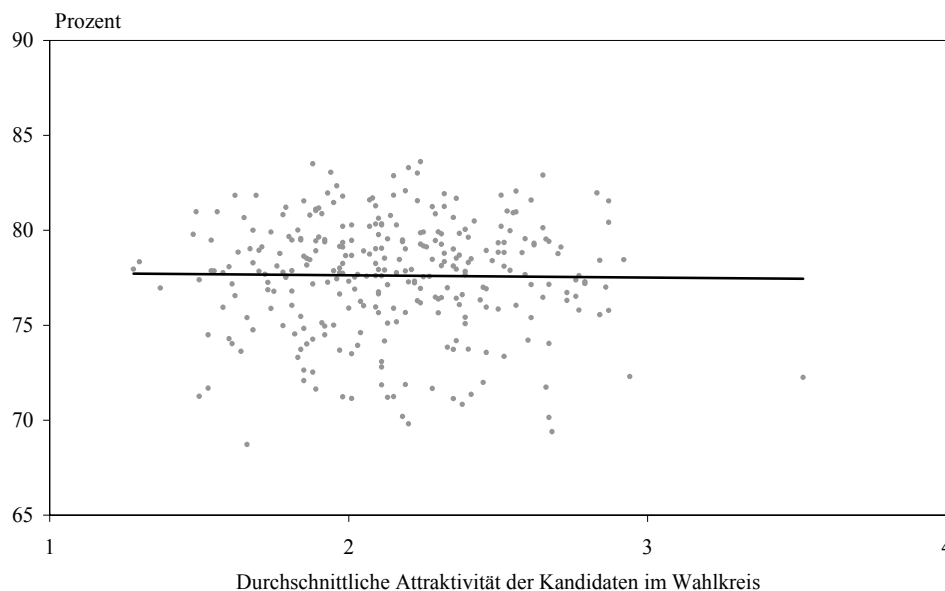
Level 1 Level 2	Modell 1	Modell 2	Modell 3
<i>Fixe Effekte</i>			
Konstante			
Konstante	25,83	25,81	25,36
Zahl der Kandidaten im Wahlkreis	,30	,30	,30
Partei: (Referenzkategorie= CDU/CSU)			
SPD	-,41	-,42	,32
FDP	-22,74	-22,75	-22,61
Bündnis90/Die Grünen	-24,22	-24,23	-23,88
Linkspartei (Ostdeutschland)	-5,88	-5,88	-4,89
Linkspartei (Westdeutschland)	-26,72	-26,71	-25,92
Geschlecht des Kandidaten: weiblich	-1,67	-1,65	-1,66
Alter des Kandidaten (Referenzkategorie= jünger als 30 Jahre)			
30 bis 39 Jahre	1,52	1,50	1,49
40 bis 49 Jahre	,64	,62	,62
50 bis 59 Jahre	1,22	1,20	1,21
60 Jahre und älter	1,53	1,51	1,54
Kandidat ist Immigrant	-,76	-,76	-,71
Kandidat besitzt einen akademischen Titel	,25	,25	,26
Kandidat ist adlig	1,31	1,32	1,28
Kandidat ist MdB	4,55	4,55	4,55
Kandidat besitzt besondere politische Prominenz	2,64	2,63	2,62
Attraktivität des Kandidaten			
Konstante		,75	,95
Durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis		,00	,01
Spannweite der Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis		-,02	-,03
Attraktivität des Kandidaten * SPD			-,34
Attraktivität des Kandidaten * FDP			-,07
Attraktivität des Kandidaten * Bündnis90/Die Grünen			-,17
Attraktivität des Kandidaten * Linkspartei (Ostdeutschland)			-,46
Attraktivität des Kandidaten * Linkspartei (Westdeutschland)			-,42
<i>Zufallseffekte</i>			
Varianz der Konstanten	,01	,07	,08
Varianz des Effekts der Attraktivität des Kandidaten		,02	,02
Devianz	9263,42	9263,42	9262,65
Zahl der Parameter	20	24	29

Anmerkungen: Eintragungen sind unstandardisierte Koeffizienten; Level-1 N = 1484; Level-2 N = 299.

4.3 Empirische Analysen zum Einfluss der Attraktivität der Wahlkreiskandidaten auf die Wahlbeteiligung im Wahlkreis

Über die bisher analysierten Zusammenhänge hinaus ist außerdem auch ein Effekt des Attraktivitätsniveaus der Direktkandidaten auf die Wahlbeteiligung in den Wahlkreisen denkbar (Rosar/Klein/Beckers 2007). In Abbildung 3 haben wir daher für die 299 Wahlkreise der Bundestagswahl 2005 die Wahlbeteiligung in Abhängigkeit von der durchschnittlichen Attraktivität der Wahlkreiskandidaten graphisch dargestellt. Die zugehörige Regressionsgerade weist ein negatives Steigungsmaß auf, was unseren theoretischen Erwartungen zunächst widerspricht.

Abbildung 3: Die Wahlbeteiligung im Wahlkreis in Abhängigkeit von der durchschnittlichen Attraktivität der Wahlkreiskandidaten



Ein genauerer Blick auf das in Abbildung 2 dargestellte Streudiagramm lässt aber erkennen, dass die Lage der Regressionsgeraden erheblich von einem spezifischen Wahlkreis beeinflusst wird, der mit einem durchschnittlichen Attraktivitätsniveau der Direktkandidaten von 3,5 und einer Wahlbeteiligung von nur etwa 72 Prozent einen deutlichen „Ausreißer“ darstellt. Bei diesem Wahlkreis handelt es sich um den Wahlkreis 160 (Dresden I). Dieser Wahlkreis hat zwei Besonderheiten: Zum einen haben die FDP, Bündnis90/Die Grünen und die Linkspartei jeweils ausgesprochen attraktive, junge Direktkandidaten aufgestellt. Die Kandidatinnen der FDP und der PDS gehören zu den zehn attraktivsten Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2005 (Platz 2 bzw. Platz 6). Das Attraktivitätsniveau der Kandidaten in Wahlkreis 160 war folglich ausgesprochen hoch. Darüber hinaus fand die Bundestagswahl

2005 in diesem Wahlkreis erst zwei Wochen nach dem bundesweiten Wahltermin statt, weil die Direktkandidatin der NPD kurz vor der Wahl verstorben war. Die Wahlbeteiligung war dabei eher gering, da dem Wahlausgang in diesem Wahlkreis allgemein nur geringe Bedeutung für die Machtverteilung in Berlin zugeschrieben wurde. Dieser Wahlkreis arbeitet aufgrund der konkreten historischen Umstände folglich gegen unsere Hypothese. Würde man ihn aus der Analyse ausschließen, so würde die Regressionsgerade für den Zusammenhang zwischen der durchschnittlichen Attraktivität der Kandidaten und der Wahlbeteiligung im Wahlkreis ein positives Steigungsmaß aufweisen. Um uns nicht dem Vorwurf auszusetzen, unsere Daten zugunsten unserer Hypothesen zu manipulieren, haben wir diesen Wahlkreis aber gleichwohl in der Analyse belassen.

Ebenso wie in den vorangegangenen Abschnitten wollen wir aber nicht bei einer bivariaten Betrachtung stehen bleiben, sondern haben auch in diesem Fall den Einfluss der Attraktivität im Rahmen eines multivariaten Modells untersucht (vgl. Tabelle 4). Da die nun untersuchten Daten keine hierarchische Struktur mehr aufweisen (wir bewegen uns ausschließlich auf der Ebene der Wahlkreise), handelt es sich bei dem multivariaten Modell um ein gewöhnliches lineares Regressionsmodell. Als unabhängige Variablen haben wir dabei all diejenigen Kandidatenmerkmale berücksichtigt, die bereits in dem Modell zur Erklärung des Erst- bzw. Zweitstimmenanteils Verwendung fanden. Da es sich bei den meisten dieser Variablen um Dummy-Variablen handelt, konnten sie einfach zu relativen Anteilen auf der Ebene der Wahlkreise aggregiert werden. So findet beispielsweise das Kandidatenmerkmal „Adelstitel“ in Form des relativen Anteils der Kandidaten mit Adelstitel in den Modellen Berücksichtigung. Einzig und allein die Variable Alter wurde umkodiert und findet nicht mehr in Gestalt von Altersklassen, sondern vielmehr als Durchschnitt und Spannweite des Alters der Kandidaten im Wahlkreis Eingang in die Modelle (da die Anteilswerte der verschiedenen Altersklasse nicht sinnvoll zu interpretieren gewesen wären).

In Modell 1 wird der Attraktivitätseffekt über den Durchschnitt der Attraktivität der Kandidaten *aller* Parteien sowie deren Spannweite modelliert. Dabei zeigt sich ein substantiell bedeutsamer Effekt auf die Wahlbeteiligung: Wenn sich die durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten im Wahlkreis um einen Skalenpunkt erhöht, steigt die Wahlbeteiligung um 0,77 Prozentpunkte. Eine nahe liegende Vermutung besteht nun aber darin, dass die Direktkandidaten der großen Parteien (SPD, CDU/CSU, in Ostdeutschland: Linkspartei) für die Wahlbeteiligung besonders bedeutsam sind, weil diese Kandidaten flächendeckend plakatiert werden. In Modell 2 sind daher zusätzlich Variablen berücksichtigt, die den Durchschnitt und die Spann-

Spannweite der Attraktivität der Kandidaten der großen Parteien beschreiben. Diese Variablen setzen sich im Modell gegen die auf alle Kandidaten bezogenen Variablen klar durch. In Modell 3 sind daher nur noch diejenigen Attraktivitätsvariablen berücksichtigt, die sich auf die Kandidaten der großen Parteien beziehen. Dabei zeigt sich, dass die Wahlbeteiligung um so höher ausfällt, je höher die Attraktivität dieser Kandidaten im Durchschnitt ist und je geringer ihre Spannweite ausfällt.

Tabelle 4: Regressionsmodelle der Determinanten der Wahlbeteiligung in den Wahlkreisen bei der Bundestagswahl 2005

	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Konstante	70,16	69,20	69,01
Zahl der Parteien im Wahlkreis	,29	,29	,29
Anteil der weiblichen Kandidaten	-1,34	-1,37	-1,43
Durchschnittsalter der Kandidaten	,46	,43	,46
Spannweite des Alters der Kandidaten	-,03	,00	,00
Anteil der Kandidaten mit Migrationshintergrund	-1,66	-1,59	-1,61
Anteil der Kandidaten mit akademischem Titel	,40	,25	,26
Anteil der Kandidaten mit Adelstitel	7,35	7,45	7,43
Anteil der Kandidaten, die bereits Mitglied des Bundestags sind	2,05	2,16	2,15
Anteil der Kandidaten, der besondere politische Prominenz besitzt	-1,63	-,97	-,98
Durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten (alle Parteien)	,77	-,03	
Spannweite der Attraktivität der Kandidaten (alle Parteien)	-,20	-,04	
Durchschnittliche Attraktivität der Kandidaten (große Parteien)		1,12	1,11
Spannweite der Attraktivität der Kandidaten (große Parteien)		-,45	-,46
Korrigiertes R ² in %	7,2	8,7	9,3

Anmerkungen: Eintragungen sind unstandardisierte Koeffizienten; N = 299

5. Zur politischen Relevanz der Kandidatenattraktivität

Die vorstehend berichteten empirischen Befunde waren im Sinne wissenschaftlicher Grundlagenforschung sicherlich interessant genug. Aus praktischer Sicht stellt sich aber die Frage, welche Relevanz die identifizierten Mechanismen für die politische Machtverteilung im Deutschen Bundestag besitzen. Im Folgenden soll dieser Frage mit einigen einfachen Simulationsmodellen nachgegangen werden. In Tabelle 5 wird zunächst berichtet, wie sich die Zahl der von einer Partei errungenen Direktmandate verändert hätte, wenn all ihre Wahlkreiskandidaten hoch attraktiv gewesen wären (die Attraktivität der Wahlkreiskandidaten der anderen Parteien wurde dabei jeweils als konstant angenommen). Die Simulation erfolgte unter der Annahme, dass die Stimmengewinne der Kandidaten der jeweils untersuchten Partei gleichmäßig zu Lasten der Kandidaten der mit ihr konkurrierenden Parteien gehen. Es zeigt sich, dass im Rahmen eines solchen Szenarios die CDU/CSU 80, die SPD 74 und die Linkspartei in Ostdeutschland 12 Direktmandate hätte hinzugewinnen können.

Tabelle 5: Veränderung in der Zahl der gewonnenen Wahlkreise, wenn alle Wahlkreiskandidaten einer Partei hochattraktiv gewesen wären

	Zahl der tatsächlich gewonnenen Wahlkreise	Hinzugewonnene Wahlkreise bei hochattraktiven Direktkandidaten
CDU/CSU	150	80
SPD	145	74
FDP	0	0
Grüne	1	0
Linkspartei (Ost)	3	12
Linkspartei (West)	0	0

Anmerkungen: Auf der Grundlage von Modell 3 aus Tabelle 2 wurde für jede Partei in jedem Wahlkreis ein theoretischer Erststimmenanteil errechnet, der sich ergeben hätte, wenn statt des tatsächlichen Kandidaten ein hochattraktiver Kandidat (Skalenwert 6.0) angetreten wäre. Die Prozentpunkte, die ein hochattraktiver Kandidat im Vergleich zum tatsächlichen Kandidaten zusätzlich gewonnen hätte, wurden dann den Erststimmenanteilen der echten Kandidaten der übrigen Parteien in gleichen Teilen abgezogen. Wenn also beispielsweise ein hochattraktiver SPD-Kandidat 4 Prozentpunkte zusätzlich gewonnen hätte, dann wurde den übrigen vier Wahlkreiskandidaten jeweils 1 Prozentpunkt von ihrem tatsächlichen Ergebnis abgezogen. Anschließend wurde überprüft, ob der hochattraktive Kandidat unter diesen Bedingungen den Wahlkreis gewonnen hätte. Die Zahl der hinzugewonnenen Wahlkreise ergab sich schließlich durch einen Vergleich mit dem tatsächlichen Ergebnis der Bundestagswahl 2005.

Nun ist die Zahl der von einer Partei gewonnenen Direktmandate aber nur vermittelt über möglicherweise entstehende Überhangmandate relevant für die politischen Mehrheitsverhältnisse im Deutschen Bundestag. In Tabelle 6 sind daher außerdem auch die Ergebnisse von Simulationsmodellen berichtet, die sich auf die Zweitstimmenanteile der Parteien beziehen. Hierbei wurde untersucht, wie sich die Zweitstimmenanteile der Parteien verändert hätten, wenn all ihre Wahlkreiskandidaten hoch attraktiv gewesen wären (die Attraktivität der Wahl-

kreiskandidaten der anderen Parteien wurde dabei wiederum jeweils als konstant angenommen). Im Rahmen eines solchen Szenarios hätten die Parteien ihren Zweitstimmenanteil um 1,4 (Linkspartei in Ostdeutschland) bis 3,1 Prozentpunkte (CSU/CSU) erhöhen können.

Tabelle 6: Veränderung des Zweitstimmenanteils, wenn alle Wahlkreiskandidaten einer Partei hochattraktiv gewesen wären

	Tatsächlicher Zweitstimmenanteil der Parteien (in %)	Veränderung des Zweitstimmenanteils bei <i>hoch attraktiven</i> Kandidaten (in %-Punkten)
CDU/CSU	35,2	+3,1
SPD	34,2	+1,9
FDP	9,8	+2,9
Grüne	8,1	+2,4
Linkspartei (Ost)	25,3	+1,4
Linkspartei (West)	4,9	+1,9

Anmerkung: Auf der Grundlage von Modell 3 aus Tabelle 3 wurde für jede Partei in jedem Wahlkreis ein theoretischer Zweitstimmenanteil errechnet, der sich ergeben hätte, wenn statt des tatsächlichen Kandidaten ein hochattraktiver Kandidat (Skalenwert 6.0) angetreten wäre. Anschließend wurde der durchschnittliche simulierte Stimmenanteil über alle Wahlkreise berechnet und von diesem das amtliche Endergebnis abgezogen.

Durchaus interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Antwort auf die Frage, um welchen Betrag sich die Attraktivität aller SPD-Wahlkreiskandidaten hätte erhöhen müssen, damit die SPD bei der Bundestagswahl 2005 einen höheren Zweitstimmenanteil als die CDU/CSU erzielt hätte. Wären die entsprechenden Stimmengewinne der SPD vollständig zu Lasten der CDU/CSU gegangen, so wäre dazu ein durchgängiger Attraktivitätszuwachs der SPD-Kandidaten um 0,66 Skalenpunkte notwendig gewesen. Wäre der Zweitstimmenanteil der CDU/CSU von den Stimmengewinnen der SPD hingegen unbeeinflusst geblieben, so hätte die Attraktivität der SPD-Kandidaten durchgängig um 0,98 Skalenpunkte steigen müssen.

Dass eine solche Steigerung der Attraktivität der Kandidaten einer Partei durchaus im Bereich des Möglichen liegt, ergibt sich aus Abbildung 4. Dort ist für einige ausgewählte Wahlkreiskandidaten dargestellt, wie sich deren Attraktivitätsbewertung im Vergleich zur Bundestagswahl 2002 (Klein/Rosar 2005) verändert hat. Die sechs dargestellten Kandidaten konnten ihre Attraktivitätsbewertung im Vergleich unserer beiden Studien um 0,87 bis 2,08 Skalenpunkte verbessern. Diese Verbesserungen wurden durch eine ansprechendere Gestaltung der bewerteten Photographie und/oder eine grundlegende Neugestaltung des äußeren Erscheinungsbildes der Kandidaten erzielt.

Abbildung 4: Veränderung der Attraktivitätsbewertung ausgewählter Direktkandidaten zwischen der Bundestagswahl 2002 und der Bundestagswahl 2005



Anmerkungen: In der oberen Zeile sind die Photographien dokumentiert, die von Klein und Rosar (2005) in ihrer Analyse der Bundestagswahl 2002 verwendeten wurden. In der unteren Zeile sind die in der vorliegenden Analyse der Bundestagswahl 2005 verwendeten Kandidatenphotographien dokumentiert. Die Zahlen geben jeweils an, wie sich die Attraktivitätsbewertung des entsprechenden Kandidaten bzw. der entsprechenden Kandidatin im Vergleich der beiden Bundestagswahlen verändert hat.

Als Fazit kann folglich festgehalten werden, dass die Attraktivität der Wahlkreiskandidaten das Ergebnis einer Bundestagswahl durchaus in politisch relevanter Art und Weise beeinflussen kann. Einer möglichst ansprechenden Gestaltung der Portraits der Direktkandidaten für die Wahlplakate wird daher in der politischen Praxis zu Recht große Aufmerksamkeit gewidmet. Es kann zudem vermutet werden, dass das äußere Erscheinungsbild bereits bei der Nominierung der Wahlkreiskandidaten in den Entscheidungsprozeß der verantwortlichen Parteigremien mit einfließt. Auf eine normativ-demokratiethoretische Bewertung unserer Befunde soll an dieser Stelle ausdrücklich verzichtet werden. Das Anliegen der vorliegenden Studie bestand vielmehr darin, die akademische empirische Wahlforschung für die Relevanz solcher Mechanismen zur sensibilisieren.

Anhang

Abb. A1: Die zehn attraktivsten Wahlkreiskandidaten der Bundestagswahl 2005
(links oben mit der attraktivsten Kandidatin beginnend)



Abb. A2: Die zehn unattraktivsten Wahlkreiskandidaten der Bundestagswahl 2005
(links oben mit dem unattraktivsten Kandidaten beginnend)



Literatur

- Biddle, J. E. & Hamermesh, D. S. (1998). Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre. *Journal of Labor Economics* 16, (1): 172-201.
- Brunswik, E. (1956). *Perception and the representative design of psychological experiments*. Berkeley: University of California Press.
- Budesheim, T. L. & DePaola, S. J. (1994). Beauty or the Beast? The Effects of Appearance, Personality, and Issue Information on Evaluations of Political Candidates. *PSPB* 20: 339-348.
- Buss, D. M. & Schmidt, D. P. (1993). Sexual strategies theory - an evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review* 100 (2): 204-232.
- Cunningham, M. R. (1986). Measuring the Physical in Physical Attractiveness: Quasi-Experiments on the Sociobiology of Female Beauty. *Journal of Personality and Social Psychology* 50 (5): 925-935.
- Cunningham, M.R. & Barbee, A. P. & Pike, C. L. (1986). What Do Women Want? Facial-metric Assessment of Multiple Motives in the Perception of Male Physical Attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59 (1): 61-72.
- Cunningham, M. R. & Roberts, A. R. & Barbee, A. P. & Druen, P. B. & Wu, C.-H. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and Variability in the Cross-Cultural Perception of Female Physical Attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology* 68 (2): 261-279.
- Darwin, C. (1982) [1871]. *Die Abstammung des Menschen*. Stuttgart: Kröner.
- Davis, J. A., 1966. The Campus as a Frog Pond: An Application of the Theory of Relative Deprivation to Career Decisions of College Men. *American Journal of Sociology* 72 (1): 17-31.
- Dermer, M. & Thiel, D. L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology* 31 (6): 1168-1176.
- Dion, K. K. & Berscheid, E. (1974). Physical attractiveness and peer perception among children. *Sociometry* 37 (1): 1-12.
- Dion, K. K. & Berscheid, E. & Walster, E. (1972). What is Beautiful is Good. *Journal of Personality and Society Psychology* 24 (3): 285-290.
- Eagly, A. H. & Ashmore, R. D. & Makhijani, M. G. & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but ...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin* 110 (1): 109-128.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin* 111 (2): 304-341.
- Grammer, K. (2000). *Signale der Liebe. Die biologischen Gesetze der Partnerschaft*. München: dtv.
- Grammer, K. & Fink, B. & Møller, A. P. & Thornhill, R. (2003). Darwinian aesthetics : sexual selection and the biology of beauty. *Biological Review* 78 (3): 385-407.
- Hamermesh, D. S. & Biddle, J. E. (1994). Beauty and the Labor Market. *American Economic Review* 84 (5): 1174-1194.

- Hamermesh, D. S. & Parker, A. M. (2003). *Beauty in the Classroom: Professors' Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity*. Cambridge: NBER Working Paper 9853.
- Henss, R. (1987). Zur Beurteilerübereinstimmung bei der Einschätzung der physischen Attraktivität junger und alter Menschen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 18: 118-130.
- Henss, R. (1992). „Spieglein, Spieglein an der Wand ...“. *Geschlecht, Alter und physische Attraktivität*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Hosoda, M. & Stone-Romero, E. F. & Coats, G. (2003). The Effects of Physical Attractiveness on Job-Related Outcomes: A Meta-Analysis of Experimental Studies. *Personnel Psychology* 56 (2): 431-462.
- Hox, J. J. (2002). *Multilevel Analysis. Techniques and Applications*. Mahwah, New Jersey & London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Iliffe, A. H. (1960). A study of preferences in feminine beauty. *British Journal of Psychology* 51 (1): 267-273.
- Kaase, M. (1994). Is There Personalization in Politics? Candidates and Voting Behavior in Germany. *International Political Science Review* 15 (3): 211-230.
- Klein, M. & Ohr, D. (2000). Gerhard oder Helmut. 'Unpolitische' Kandidateneigenschaften und ihr Einfluß auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998. *Politische Vierteljahresschrift* 41 (2): 199-224.
- Kenrick, D.T. & Keefe, R.C. (1992). Age preferences in mates reflect sex differences in reproductive strategies. In: *Behavioral and Brain Sciences* 15 (1): 75-133.
- Köhler, B. (1984). Physische Attraktivität und Persönlichkeitsmerkmale. In Amelang, M. & Ahrens, H.-J (Hrsg.), *Brennpunkte der Persönlichkeitsforschung*. Band 1. Göttingen: Hogrefe, 139-153.
- Kranz, F. & Ishai, A. (2006). Face Perception is Modulated by Sexual Preference. *Current Biology* 16 (1): 63-68.
- Langlois, J. H. & Roggman, L. A. & Casey, R. J. & Ritter, J. M. & Rieser-Danner, L. A. & Jenkins, V. Y. (1987). Infant preferences of attractive faces: Rudiments of a stereotype. *Developmental Psychology* 23 (3): 363-369.
- Langlois, J. H. & Ritter, J. M. & Roggman, L. A. & Vaughn, L. S. (1991). Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology* 27 (1): 79-84.
- Lass, J., (1995): *Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten. Zur Diskussion um die Personalisierung von Politik*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Martin, D. S. (1978). Person Perception and Real-Life Electoral Behavior. *Australian Journal of Psychology* 30 (2): 255-262.
- Maner, J. K. & Kenrick, D. T. & Becker, D. V. et al. (2003). Sexually Selective Cognition: Beauty Captures the Mind of the Beholder. *Journal of Personality and Social Psychology* 85 (6): 1107-1120.
- Miller, A. G. (1970). Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science* 19 (2): 241-243.
- Mughan, A. (2000). *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*. Houndmills: Palgrave.

- Mulford, M. & Orbell, J. & Shatto, C. & Stockard, J. (1998). Physical Attractiveness, Opportunity, and Success in Everyday Exchange. *American Journal of Sociology* 103 (6):1565-1592.
- Pappi, F. U. & Shikano, S. (2001). Personalisierung der Politik in Mehrparteiensystemen am Beispiel deutscher Bundestagswahlen seit 1980. *Politische Vierteljahresschrift* 42 (3): 355-387.
- Patzer, G. L. (1985). *The Physical Attractiveness Phenomena*. New York: Plenum.
- Ritter, J. M. & Casey, R. J. & Langlois, J.H. (1991). Adults' responses to infants varying in appearance of age and attractiveness. *Child Development* 62 (1): 68-82.
- Rosar, U. & Klein, M. & Beckers, Tilo (2007):The Frog Pond Beauty Contest. Physical Attractiveness and Electoral Success of the Constituency Candidates at the North Rhine-Westphalia State Election 2005. *European Journal of Political Research* 46 (i.E.)
- Samuels, C. A. & Ewy, R. (1985). Aesthetic perception of faces during infancy. *British Journal of Developmental Psychology* 3: 221-228.
- Sigelman, C. K. & Sigelman, L. & Thomas, D. B. & Ribich, F. D. (1986). Gender, Physical Attractiveness, and Electability: An Experimental Investigation of Voter Biases. *Journal of Applied Social Psychology* 16 (3): 229-248.
- Sigelman, L. & Sigelman, C. & Fowler, C.(1987). A Bird of a Different Feather? An Experimental Investigation of Physical Attractiveness and the Electability of Female Candidates. *Social Psychology Quarterly* 50 (1): 32-43.
- Snijders, T. & Bosker, R. (1999). *Multilevel Analysis. An introduction to basic and advanced multilevel modeling*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage.
- Stephan, C. W. & Langlois, J. H., 1984: Baby beautiful: Adult attributions of infant competence as a function of infant attractiveness. *Child Development* 55 (2): 576-585.
- Todorov A. & Mandisodza, A. N. & Goren, A. & Hall, C. C. (2005). Inferences of Competence from faces Predict Election Outcome. *Science* 308 (5728): 1623-1626.
- Wattenberg, M. P. (1991). *The Rise of Candidate-Centered Politics. Presidential Elections of the 1980s*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.