

# Spieglein, Spieglein an der Wand, gewinnt nur noch der schönste Politiker im Land?

Von Anna Rabe

## 1. Einleitung

„Schönheit bietet eine natürliche Überlegenheit“

Das wusste Platon schon vor knapp 2.500 Jahren zu sagen und bis heute hat sich daran nicht viel geändert. Schönheit fasziniert Menschen und wir bewundern sie. Sie ist ein verheißungsvolles Konstrukt, das uns Macht und Möglichkeiten verspricht und uns genau deshalb danach streben lässt. In allen möglichen Bereichen haben schönere Menschen Vorteile gegenüber ihren weniger attraktiven Mitmenschen. Als Kinder bekommen sie mehr Aufmerksamkeit, sie sind sexuell sowie beruflich erfolgreicher und werden in Gruppen höher angesehen (vgl. Rosar et al. 2014: 2). Auch in der Politik profitieren attraktive Politiker, denn sie erreichen gegenüber ihren weniger attraktiven Mitkandidaten bei Wahlen einen höheren Stimmenanteil (vgl. Klein & Rosar 2005, Efran & Patterson 1974, King & Leigh 2009, Berggren et al. 2007). Zum Einfluss der Schönheit in der Politik tragen auch die Medien ihren Anteil bei. Politiker buhlen um die Aufmerksamkeit der Medien. Die Medien wiederum verlangen nach individualisierter, personalisierter und kommerzieller Berichterstattung, worunter sich auch die Schönheit verorten lässt. Wenn Politiker also die Aufmerksamkeit der Medien wollen, dann müssen sie sich anpassen. Sie müssen schöner werden.

Doch inwieweit passen sich politische Akteure an diese Anforderungen an? Legen Parteien vermehrt Wert auf attraktive Politiker in ihren Reihen? In wie weit bemühen sich die Politiker selbst? Werden Politiker tatsächlich schöner? Und welche Auswirkungen hat dies auf unser Verständnis von Politik, Demokratie und Wertevermittlung?

Zur Beantwortung dieser Fragen haben wir den Schönheitswert für 399 Politiker des Bayerischen Landtags ermittelt und die Veränderungen im Aussehen der Politiker über den Zeitraum von 1970 bis heute miteinander verglichen.

## 2. Untersuchungsgegenstand: Schönheit in der Politik

Schönheit spielt in unser aller Leben eine Rolle, noch dazu eine bedeutende: Sie begeistert uns, sie kann uns den Atem rauben, uns verzaubern und ein Gefühl von Staunen und Ehrfurcht geben, uns gar in einen Zustand „rauschhafter Verzückung“ (Blackburn 2010: 150)

versetzen (vgl. Blackburn 2010: 150). Schönheit beschäftigt die Menschheit seit jeher, und doch lässt sich keine endgültige Definition dazu finden (vgl. Johnston & Franklin Melissa 1993: 184). Es ist aber festzustellen, dass die Vorstellungen der Menschen darüber, was schön ist oder eben nicht, sehr ähnlich sind. Hamermesh & Biddle zeigen: „Within a Culture at a point in time there is tremendous agreement on standards of beauty, and these standards change quite slowly“ (1994: 1175). Auch Langlois et al. postulieren, dass sich sowohl innerhalb einer Kultur als auch kulturübergreifend, sowie für Geschlechter keine Unterschiede bei der Bewertung des Schönheitsideals feststellen lassen. Unterschiede im Alter waren ebenso nur gering zu erkennen (2000: 399).

Darüber hinaus zeigen Langlois et al., dass Schönheit Vorteile bringt – und das auch in der Politik. Diverse Studien legen dar, dass attraktivere Politiker erfolgreicher bei Wahlen abschneiden. Berggren, Jordahl und Poutvaara zeigen für Finnland, dass sich durch eine Steigerung der Schönheit um einen Punkt die Anzahl der Stimmen um 17-20 Prozent erhöht (vgl. Berggren et al. 2007: 1). King und Leigh beweisen für Australien, dass Schönheit einen Einfluss auf Wahlerfolg hat, denn eine Steigerung der Standardabweichung um einen Punkt in der Schönheit eines Politikers führt zu einer Zunahme am Stimmenanteil um 1,5-2 Prozent (vgl. King & Leigh 2009: 579). Efran und Patterson stellen für Kanada fest, dass attraktivere Kandidaten mehr Stimmen erlagen als ihre nicht so attraktiven Mitkandidaten. Darüber hinaus zeigen sie, dass politisch eher unbekanntere Parteien von unattraktiveren Kandidaten vertreten wurden (vgl. Efran & Patterson 1974: 352). Nicht nur für das Ausland wurden diese Ergebnisse gefunden. Auch in Deutschland hat Schönheit Einfluss auf Wahlen. Klein und Rosar führen aus, dass sich mit jedem weiterem Skalenpunkt auf der Attraktivitätsbewertung der Erststimmenanteil des Kandidaten um 0,7 Prozentpunkte erhöht (vgl. Klein & Rosar 2005: 282f.).

Die Attraktivität eines Politikers hat Einfluss auf den Wahlerfolg, jedoch gibt es kaum Studien inwiefern sich die Politiker an diese Anforderung anpassen. Betrachtet man diesen Aspekt mit Schimanks Akteur-Struktur-Dynamiken in Verbindung mit dem Medialisierungsbegriff nach Meyen, so passen politische Akteure ihre Strategien an die veränderte Handlungslogik des Mediensystems an. Diese veränderte Handlungslogik will personalisiertere und individualisiertere Berichterstattung und damit kommt der Ruf nach attraktiveren Politikern. Politiker müssen also schöner werden. Mit Hilfe der Theorie der Medialisierung lässt sich die Anpassung der Schönheit auf der Mikroebene des Politik-Systems verorten. Der Einfluss des Aussehens auf den Wahlerfolg ist den Medien geschuldet, nicht zuletzt „bezieht sich der normativ verwendete Begriff Schönheit auf massenmedial produzierte und im Alltag gewichtige Auffassungen von dem, was Schönheit als Norm im medial-öffentlichen Diskurs

in Abgrenzung zum Nicht-Schönen oder Hässlichen ist oder sein soll“ (Degele 2008: 10). Aber passen sich Politiker dieser Handlungslogik an? Werden Politiker immer schöner? Diese Annahme soll in der vorliegenden Arbeit anhand von vier forschungsleitenden Fragen auf den Prüfstand gestellt werden:

- 1) Politiker im Diktat der Schönheit. Die Unterschiede im Schönheitswert zwischen der siebten und der aktuellen Wahlperiode. Sind Politiker über die Jahre schöner geworden?
- 2) CSU und SPD im Rennen um den Schönheitskönig. Prüfung der parteilichen Unterschiede in Bezug auf Schönheit. Hat eine Partei schönere Politiker als die andere?
- 3) Wer ist schöner – Mann oder Frau? Unterschiede im Schönheitswert werden auf geschlechtlichen Einfluss hin geprüft.
- 4) Je mehr Titel desto schöner? Der Einfluss der Titel auf den Schönheitswert wird untersucht. Ergibt sich hier eine Korrelation?

### **3. Untersuchungsdesign**

In der empirischen Untersuchung wurden deshalb 399 Politiker des Bayerischen Landtags hinsichtlich ihrer Schönheit bewertet. Dieses Sample ergibt sich an Hand von zwei Kriterien. Zum einen ist es wichtig, dass die Politikerfotos aus zwei verschiedenen Wahlperioden stammen, die sich zeitlich deutlich unterscheiden. Zum anderen wurde das Sample durch die Parteizugehörigkeit beschränkt. Das erste Kriterium ist ausschlaggebend, denn nur wenn zwei Zeitpunkte bewertet werden, lassen sich auch Aussagen darüber treffen, ob Politiker über die Jahre schöner geworden sind. Hier wurden die siebte Wahlperiode von 1970-1974 und die aktuelle Wahlperiode (seit 2013) ausgewählt. Zwischen den beiden Perioden liegen etwa 40 Jahre. Dies scheint genügend Zeit, um valide Aussagen über eine Veränderung treffen zu können. Zum einen, da Veränderungen bereits ersichtlich sind, zum anderen hat sich der Stab an aktiven Politikern fast gänzlich ausgetauscht (nur zwei der insgesamt 399 Politiker waren zu beiden Perioden aktiv). Des Weiteren wurden nur Politiker der CSU und SPD in das Sample aufgenommen. Diese Einschränkung scheint sinnvoll, da in der siebten Wahlperiode kaum andere Parteien im Bayerischen Landtag vertreten waren. Somit ließen sich keine parteibezogenen Aussagen über eine Veränderung der Schönheit treffen. Außerdem teilen CSU (101 Sitze) und SPD (42 Sitze) mit 143 von 180 Sitzen die deutliche Mehrheit unter sich auf. Weitere Beschränkungen ergeben sich nicht. Das Sample umfasst somit alle Politiker der Parteien CSU und SPD, die in der siebten bzw. der 17. Wahlperiode aktiv waren/sind. Ob ein Politiker nur über einen Teil der Periode oder über die gesamte Periode hinweg aktiv war hat keinen Einfluss.

Die sich auf dieser Grundlage ergebenden Politikerfotos waren alle über die Seite des Bayerischen Landtags zugänglich. Vor der Bewertungsphase wurden die Fotos der aktuellen Wahlperiode mit Hilfe von Photoshop graustufig eingefärbt und mit einer Körnung und Weichzeichner bearbeitet, um sie an die Qualität der Fotos von 1970-74 anzupassen. Die Unterschiede sind auf Grund von Frisur- und Brillenmode sowie fotografischen Stilen dennoch erkennbar. Die Maßnahme, die Fotos anzupassen soll diese Unterschiede nicht überdecken, sondern lediglich einen Priming-Effekt der Teilnehmer auf Grund von Farbfotos verhindern. Anschließend wurden alle Fotos auf eine einheitliche Größe skaliert.

Die Bewertung der Fotos und der sich daraus ergebende Schönheitswert werden mit Hilfe der Konsenstheorie der Wahrheit ermittelt. Diese besagt, dass sich die Wahrheit einer (wissenschaftlichen) Behauptung ergibt, wenn sich über diese Behauptung allein durch Argumentation ein allgemeiner Konsens herstellen lässt (vgl. Habermas, 1981). Die Schönheit kann dann über den Attractiveness Consensus, also den Konsens über die Attraktivität, bewertet werden. Attractiveness Consensus bedeutet, dass Schönheit nicht so sehr im Auge des Betrachters liegt, sondern viel mehr ein Merkmal einer betrachteten Person ist (vgl. Klein & Rosar, 2005, S. 265, vgl. Rosar, et al., 2014, S. 2). Verschiedene Rater bewerten das Merkmal „Schönheit“ einer bestimmten Person immer ähnlich, also mit einem gewissen Konsens (vgl. Klein & Rosar, 2005, S. 265). Somit ergibt sich eine eindeutige Messung. In der vorliegenden Arbeit wurde diese Messung vorgenommen, indem eine Gruppe von Ratern die Schönheit der Politiker individuell und voneinander unabhängig einschätzt und anschließend der Schönheitswert durch Berechnung des Durchschnitts aller Bewertungen zu einem Politiker ermittelt wird.

Damit die Messungen zur Schönheit als valide gelten, muss die Gruppe an Bewertern ausreichend groß sein. Aus diesem Grund wurden 435 Rater akquiriert. Die Teilnehmerbedingungen wurden nicht durch Alter, Geschlecht, Demografie oder sonstige Kriterien eingeschränkt, hierfür wird auf Grund der Konsenstheorie der Wahrheit kein Anlass gesehen. Die Befragung selbst wurde mit Hilfe der Online-Befragungssoftware SoSci-Survey durchgeführt. Den Teilnehmern wurden immer 20 Politikerfotos zur Bewertung vorgelegt, je einzeln auf einer Seite präsentiert. Die Fotos wurden per Randomisierung einer Urne entnommen, so dass jedes Foto mindestens einmal bewertet werden musste, bevor es wieder zur Bewertung kam. Die Teilnehmer hatten folglich nie den gleichen Fragebogen. Die Rater konnten die Politiker auf einer fünfstufigen Skala von 1 (=unattraktiv) bis 5 (=attraktiv) bewerten. Jedes Foto musste bewertet werden, sonst gelangte der Teilnehmer nicht auf die nächste Seite. Dabei wurden keine Definitionen oder Maßstäbe vorgegeben, was Schönheit ist oder wie sich Schönheit bewerten lässt. Dies ist vor allem der fehlenden Definition und

wiederum der Konsenstheorie der Wahrheit geschuldet. Zudem haben die Teilnehmer keinerlei Informationen zu den Politikern selbst bekommen. So sollten Einflüssen durch Parteinäugung oder bekannte Namen vorgebeugt werden. Es wurde lediglich erläutert, dass es sich um Politiker des Bayerischen Landtags handelt und dass in der Studie herausgefunden werden soll, ob Politiker über die Jahre schöner geworden sind.

In der Literatur herrscht Uneinigkeit darüber, wie oft ein Foto bewertet werden muss, damit sich ein valider Schönheitsindex ergibt. Diese Arbeit orientiert sich an Klein und Rosar (2005) bzw. Rosar, Hagenah und Klein (2014), die den Einsatz von einem Dutzend Ratern empfehlen. Mit 435 Bewertungen ergibt sich eine durchschnittliche Ziehung von 21,8-mal, dies erweist sich als ausreichende Basis. Die Schönheitswerte wurden anschließend in Kategorien eingeteilt, wobei Kategorie 1 Werte von 1,00 bis 1,99 beinhaltet, Kategorie 2 = 2,00-2,99, Kategorie 3 = 3,00-3,99 und Kategorie 4 = 4,00-4,99, Kategorie 5 besteht nur aus der Höchstwertung 5. Auf Grundlage der errechneten Werte lassen sich Aussagen darüber treffen, ob Politiker schöner geworden sind.

#### **4. Ergebnisse**

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Arbeit präsentiert, hier wird zu allererst ein Überblick über das Sample gegeben, um dann die vier forschungsleitenden Fragen auf den Prüfstand zu stellen. Zunächst wird die Annahme geklärt, die im Mittelpunkt dieser Arbeit steht: Werden Politiker immer schöner? Aufbauend darauf wird auf die Unterschiede eingegangen, die sich zwischen den Parteien ergeben. Im vierten Punkt wird gezeigt, dass Frauen schöner bewertet werden als Männer. Schlussendlich wird einem Einfluss von Titeln eines Politikers auf seinen Schönheitswert nachgegangen.

##### ***Das Sample im Überblick***

Nach den in (3.) dargestellten Kriterien ergibt sich ein Sample von 399 Politikern, wovon 263 (65,9%) der CSU und 136 (31,4%) der SPD angehören. Von den 263 Politikern der CSU waren 132 in der siebten Wahlperiode aktiv, 131 sind in der aktuellen Periode im Landtag. Bei der SPD waren 1970-74 82 Politiker aktiv, heute sind es 54. Somit ergeben sich für CSU und SPD zusammen für die siebte Wahlperiode 214 Politiker und für die aktuelle Periode 185 Politiker. Von allen Politikern sind 16,29% weiblich und 83,71% männlich. Die Quote der Frauen im Bayerischen Landtag hat sich seit den Siebziger deutlich verbessert, denn während damals 6,1% der Politiker im Bayerischen Landtag Frauen waren, sind es heute immerhin 28,1%. Bei der Frauenquote innerhalb der Parteien weist die SPD einen leicht höheren Anteil mit 19,9% im Gegensatz zu 14,4% bei der CSU auf. Bezüglich der Titel (Dokortitel, Professorentitel) lässt sich feststellen, dass von allen Politikern 18% einen Titel

haben. Von diesen 18% Titelträger entfallen 6,9% auf Frauen und 93,1% auf Männer. Generell sind Doktoren- bzw. Professorentitel bei Männern also häufiger als bei Frauen. Aber auch hier sind die Frauen auf dem Vormarsch, denn während in der siebten Wahlperiode nur eine Frau einen Dokortitel hatte, sind es heute immerhin vier. Den Männern mit 43 Titelträgern (1970-74) bzw. 24 (heute) sind die Frauen aber deutlich unterlegen. Es fällt auf, dass der Trend der Titel bei den Männern deutlich zurückgegangen ist. Dies ist besonders interessant, weil diese Neigung im Gegensatz zu den Frauen mit einer steigenden Tendenz steht.

In dem Sample ergibt sich außerdem eine Besonderheit, denn zwei Politiker waren in beiden Perioden aktive Mitglieder im Bayerischen Landtag der CSU: Thomas Goppel und Günther Beckstein, wobei Beckstein in der aktuellen Periode ausgeschieden ist. Diese beiden Politiker sind nicht doppelt in die Bewertung eingegangen, sondern wurden der aktuellen Periode zugeordnet. Diese Zuordnung ergibt sich, da auf der Internetseite des Bayerischen Landtags nur Fotos von heute bereitgestellt werden, nicht aber für die siebziger Jahre. Auch wenn in der Suche der Seite spezifisch eine frühere Periode eingegeben wird, so erscheint das Foto von heute. Es lassen sich also keine Aussagen über ihr Aussehen von vor 40 Jahren treffen, daher sind sie nur in die Wertung der aktuellen Periode eingegangen.

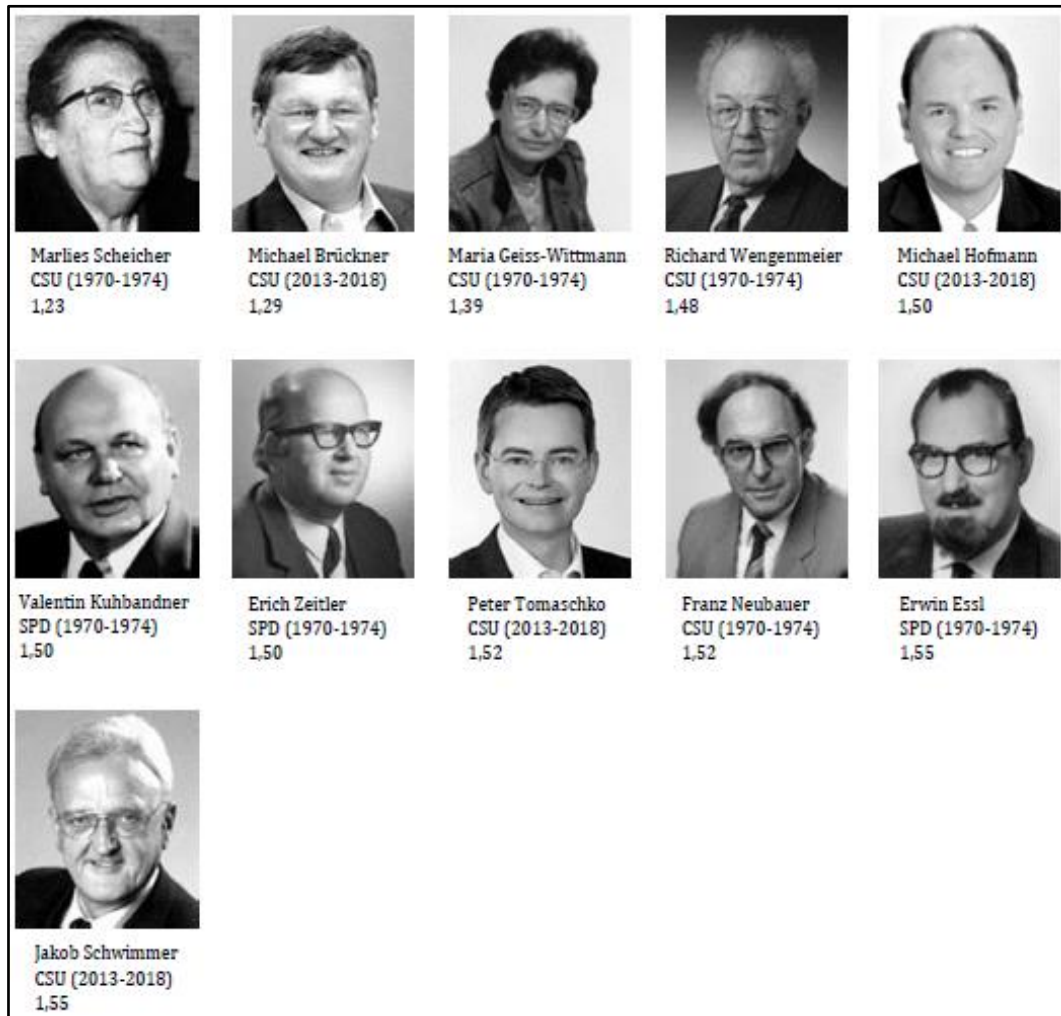
Der Schönheitswert über alle Politiker hinweg liegt im Durchschnitt bei 2,45 mit einer Standardabweichung von 0,58. Die Schönheitswerte streuen also mit dem Faktor 0,58 um 2,45. Im Bereich von 1,87 bis 3,03 liegen in diesem Sample 66,42% aller Werte der Grundgesamtheit. Der niedrigste Schönheitswert ist bei 1,23 (aus CSU 1970-1974), der höchste bei 4,75 (CSU 2013-2018).

### ***Politiker im Diktat der Schönheit***

Sowohl bei der CSU als auch bei der SPD ergeben sich für die siebte Wahlperiode durchschnittliche Schönheitswerte, die unterhalb von 2,45 liegen. Der Wert der CSU von 2,31 liegt um 0,14 Skalenpunkte unter dem allgemeinen Durchschnittswert. In dieser Kategorie liegt außerdem die niedrigste Wertung von 1,23, die höchste Wertung für die CSU in den Siebzigern liegt bei 3,86. Für die SPD ergibt sich ein ähnliches Bild: Der durchschnittliche Wert der Kategorie „SPD 1970-1974“ liegt bei 2,30 und damit 0,15 Skalenpunkte unterhalb von 2,45. Die schlechteste Wertung erreicht hier 1,50, die beste 3,43. Für die aktuelle Periode ergibt sich ein ganz anderes Bild. CSU und SPD erreichen beide durchschnittliche Schönheitswerte, die über dem Schönheitswert von 2,45 liegen. Die CSU ist mit 2,61 um 0,16 Skalenpunkte darüber, die SPD mit 2,66 sogar um 0,21 Punkte. Beide Parteien, getrennt betrachtet, zeigen einen deutlichen Anstieg der Schönheitswerte von 1970/-74 bis zur aktuellen Periode. Die CSU hat sich von 2,31 auf 2,61 gesteigert und ist

damit um 0,30 Skalenpunkte angestiegen. Die SPD erreicht einen noch gewaltigeren Anstieg von 0,36 Skalenpunkten (2,30 auf 2,66).

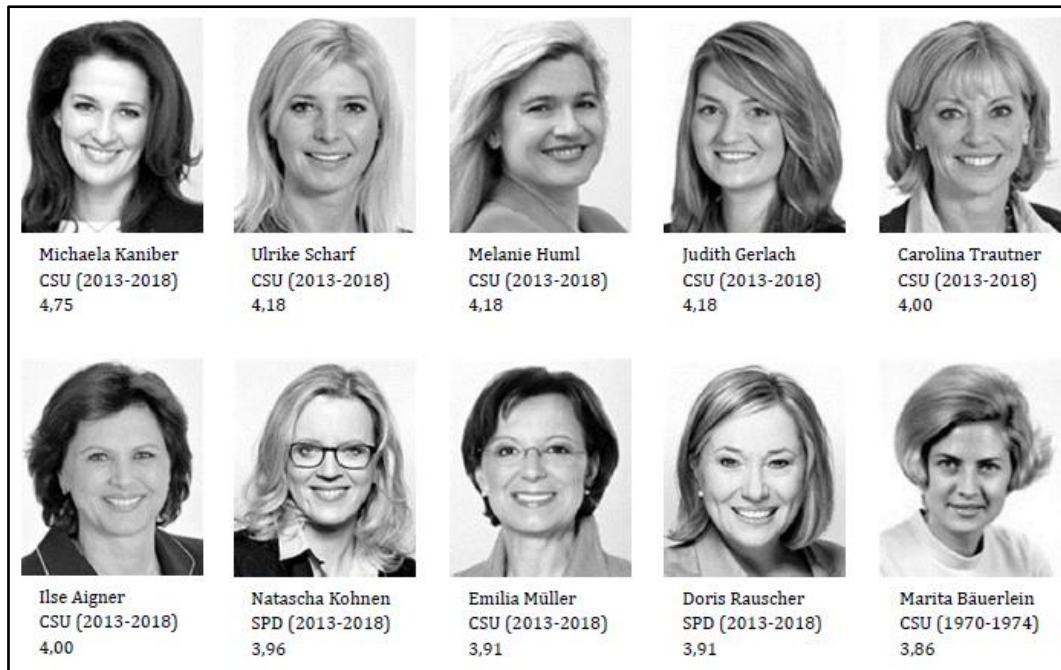
Abbildung 1: Darstellung der elf Politiker mit der niedrigsten Wertung des Schönheitswerts



Dieses Bild konkretisiert sich, wenn man beide Parteien gemeinsam betrachtet. In der siebten Periode ergibt sich ein Mittelwert des Schönheitswertes von 2,30 mit einer Standardabweichung von 0,47. Die aktuelle Periode weist einen Mittelwert von 2,62 Punkten auf mit einer Standardabweichung von 0,65. Insgesamt sind die Politiker also um 0,32 Skalenpunkte schöner geworden, aber auch die Standardabweichung ist um 0,18 gestiegen. Das heißt die Politiker sind zwar schöner geworden, konzentrieren sich von Werten her aber in der früheren Periode eher um den Mittelpunkt von 2,30, während sich die Schönheitswerte heute weiter über den ganzen Wertebereich verteilen. Die Schönheitskönigin mit 4,75 Punkten ist der Kategorie „CSU 2013-2018“ zuzuordnen, der Politiker mit der niedrigsten Wertung von 1,23 war 1970-1974 ebenfalls für die CSU aktiv; beides sind Frauen. Von den 20 am wenigsten attraktiven Politikern sind elf aus den Siebzigern und neun von heute. Diese Verteilung lässt die Neigung erahnen, dass Politiker damals weniger attraktiv waren,

zeigt dies jedoch nicht eindeutig. Betrachtet man allerdings die 20 attraktivsten Politiker, so lässt sich feststellen, dass nur eine Abgeordnete aus der siebten Wahlperiode stammt. Die restlichen 19 Politiker sind alle aus der aktuellen Wahlperiode. Zur Veranschaulichung sind in den Abbildungen 1 und 2 je die zehn Politiker abgebildet, die am schlechtesten bzw. am besten abgeschnitten haben. In Abbildung 1 erscheinen elf Gesichter, da sich Platz 10 zwei Politiker mit der gleichen Wertung von 1,55 teilen.

Abbildung 2: Darstellung der zehn Politiker mit der höchsten Wertung des Schönheitswerts



Die Kreuztabelle für „Periode korreliert mit Schönheitswert“ bestätigt, was bereits vermutet wurde: Es besteht ein Zusammenhang zwischen den beiden Faktoren. Aus der Kreuztabelle wird ersichtlich, dass sich die Wertungen für die Periode 1970-1974 auf die Kategorien 1 (64,4%) und 2 (57,4%) aller in 1 bzw. 2 verordneten Wertungen verteilen. Insgesamt bewegen sich 90,7% aller Politiker der siebziger Jahre in diesen beiden Kategorien. In den Kategorien 3 und 4 ist die Mehrzahl der Wertungen aus der aktuellen Wahlperiode, nämlich 69,7% aller 3-Wertungen und 100% aller 4-Wertungen. Knapp 80% der jetzigen Politiker erreichen Wertungen zwischen 2 und 3. Im Bereich 4-er Wertung ist bei den 1970-1974-Politikern keiner zu finden. Von den heutigen Politikern immerhin 3,2% der Politiker. Der Chi<sup>2</sup>-Test beweist schließlich mit einem hochsignifikantem  $p = 0,000$ , dass ein Zusammenhang zwischen Periode und Schönheitswert besteht (vgl. Abb. 3). Das Jahr in dem ein Politiker aktiv war hat einen Einfluss auf dem Schönheitswert. Daraus lässt sich schlussfolgern: Politiker sind schöner geworden. Die Akteure im politischen System haben also ihre Handlungslogiken an die des Mediensystems angepasst und liefern attraktivere Politiker.



Abbildung 3: Kreuztabelle und Chi<sup>2</sup>-Test: Periode korreliert mit Schönheitswert

**Kreuztabelle**

			Schönheitswert_in_Kategorien				Gesamt
			1	2	3	4	
Periode	1970-1974	Anzahl	58	136	20	0	214
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	64,4%	57,4%	30,3%	0,0%	53,6%
	2013-2018	Anzahl	32	101	46	6	185
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	35,6%	42,6%	69,7%	100,0%	46,4%
Gesamt		Anzahl	90	237	66	6	399
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	26,957 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood-Quotient	29,540	3	,000
Anzahl der gültigen Fälle	399		

a. 2 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,78.

**CSU und SPD im Rennen um den Schönheitskönig**

Unpopuläre Parteien haben unattraktivere Kandidaten (vgl. Efran & Patterson, 1974, p. 354). Das fanden Efran und Paterson in ihrer „Voters vote beautiful“-Studie von 1974 heraus. Nur einer der 17 Kandidaten, die nicht einer der drei großen kanadischen Parteien angehörten, wurden überdurchschnittlich (gemessen an allen Kandidaten) attraktiv bewertet. In der Gruppe der unattraktiven Politiker fanden sich viele Kandidaten aus weniger bedeutenden Parteien wieder. Zwar konnten Efran und Patterson nicht nachweisen, ob diese Kandidaten Stimmen auf Grund ihrer Parteizugehörigkeit oder ihres Aussehen verloren, allerdings zeigt sich deutlich, dass erfolgreichere Parteien auch attraktivere Politiker haben (vgl. Efran & Patterson, 1974, S. 354f.). Um dieses Ergebnis aufzugreifen wollte ich untersuchen, ob sich zwischen CSU und SPD signifikante Unterschiede ergeben. Dabei ist mir klar, dass weder SPD noch CSU als unpopuläre Parteien angesehen werden können, schließlich sind sie gerade aus dem Grund in das Sample aufgenommen worden, weil sie die dominierenden Parteien im Bayerischen Landtag sind. Dennoch und gerade deswegen scheint dieser Aspekt interessant. Schließlich ist besonders Bayern für die Vorherrschaft der CSU bekannt, dies zeigt sich nicht zuletzt darin, dass seit Bestehen des Bayerischen Landtags die Landtagspräsidenten immer von der CSU gestellt wurden und in 17 Wahlperioden die CSU immer die fraktionsstärkste Partei war (vgl. Landtag, 2015; Bayern, 2015).

Die Ergebnisse zeigen, dass die CSU über beide Perioden hinweg einen durchschnittlichen Schönheitswert von 2,46 erreicht. Dieser Wert unterscheidet sich um nur 0,01 Punkt vom gesamten Durchschnittswert 2,45 und ist somit als fast perfekt durchschnittlich zu interpretieren. Für die SPD ergibt sich ein durchschnittlicher Schönheitswert von 2,44. Auch dieser Wert unterscheidet sich nur um 0,01 Punkt von 2,45 und ist ebenfalls als fast perfekt im Mittel aufzufassen. Beide Parteien liegen also sehr nah beieinander, wobei die CSU geringfügig über dem Durchschnitt liegt und die SPD geringfügig darunter.

Abbildung 4: Kreuztabelle und Chi<sup>2</sup>-Test: Partei korreliert mit Schönheitswert

**Kreuztabelle**

			Schönheitswert_in_Kategorien				Gesamt
			1	2	3	4	
Partei	CSU	Anzahl	58	158	43	6	263
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	64,4%	65,8%	65,2%	100,0%	65,9%
	SPD	Anzahl	32	81	23	0	136
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	35,6%	34,2%	34,8%	0,0%	34,1%
Gesamt		Anzahl	90	237	66	6	399
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,207 <sup>a</sup>	3	,361
Likelihood-Quotient	5,106	3	,164
Anzahl der gültigen Fälle	399		

a. 2 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,05.

Auch bei näherer Betrachtung aller vier Kategorien zeigt sich ein eindeutiges Bild. Die CSU hat mehr Politiker im jeweiligen Feld, was an der höheren Anzahl an Politikern liegt. Die Anteile sind relativ ausgeglichen, da die CSU immer einen Prozentsatz im Bereich der 60% hat, die SPD bewegt sich immer im Bereich um 30%. Der einzige Ausreißer ist die Kategorie der Wertung 4. Hier wurden ausschließlich Politiker der CSU platziert. Alles in allem lässt sich aber kein kennzeichnender Unterschied feststellen. Dies beweist auch der p-Wert des Chi<sup>2</sup>-Tests, welcher mit 0,361 als nicht signifikant gedeutet wird (vgl. Abb. 4). Es besteht folglich kein Zusammenhang zwischen CSU und SPD in Hinblick auf den Schönheitswert, das heißt keine der beiden Parteien weist eindeutig attraktivere bzw. unattraktivere Politiker auf. Efran und Pattersons Ergebnis wird hier also gestützt, da beide Parteien wichtige

Akteure darstellen. Interessant zu vergleichen wären die hier präsentierten Ergebnisse mit dem Schönheitswert einer Minderheitspartei im Bayerischen Landtag.

### **Wer ist schöner – Frau oder Mann?**

Die dritte Hypothese ist der Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Schönheitswert. Aus den oben dargestellten Ergebnissen lässt sich bereits vermuten, dass Frauen besser bewertet wurden als Männer, schließlich sind unter den zehn am wenigsten attraktiven Politikern nur zwei Frauen und dafür unter den Top zehn nur Frauen und kein Mann. Die in Abbildung 5 dargestellte Kreuztabelle stützt diese These, denn 88,9% aller Wertungen in der Kategorie 1, sowie 90,3% aller Wertungen im Bereich 2 entfallen auf die Männer. Die Frauen machen hier nur 11,1% (Kategorie 1) bzw. 9,7% (Kategorie 2) aus. 60,6% aller Wertungen in Kategorie 3 sind Männer und 39,4% Frauen. In Kategorie 4 sind ausschließlich Frauen zu finden.

Abbildung 5: Kreuztabelle und Chi<sup>2</sup>-Test: Geschlecht korreliert mit Schönheitswert

**Kreuztabelle**

			Schönheitswert_in_Kategorien				Gesamt
			1	2	3	4	
Geschlecht	männlich	Anzahl	80	214	40	0	334
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	88,9%	90,3%	60,6%	0,0%	83,7%
	weiblich	Anzahl	10	23	26	6	65
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	11,1%	9,7%	39,4%	100,0%	16,3%
Gesamt		Anzahl	90	237	66	6	399
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

### **Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	65,973 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood-Quotient	52,396	3	,000
Anzahl der gültigen Fälle	399		

a. 1 Zellen (12,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,98.

Natürlich sind diese Zahlen etwas verzogen, denn die Anzahl der Männer im Vergleich zu den Frauen ist viel höher. Jedoch ergibt sich für die Aufteilung der Wertungen der Männer in Bezug auf die Gesamtzahl der Männer, dass 24,0% in Kategorie 1 landen, 64,1% in Kategorie 2 und 12,0% in Kategorie 3. Die Mehrheit befindet sich also im Bereich einer zweier-Wertung. Bei den Frauen sieht die Lage anders aus: Nur 15,4% bekommen eine Wertung mit einer eins vor dem Komma, 34,4% entfallen auf Kategorie 2 und 40% auf

Kategorie 3. Immerhin knapp 10%, genauer 9,2%, aller Frauen erreichen einen Schönheitswert im Bereich der 4. Die größte Häufung liegt also in der Kategorie 3, also eine Kategorie über den Männern. Gestützt wird diese Annahme durch den Chi<sup>2</sup>-Test, der einen hochsignifikanten p-Wert von 0,000 ergibt. Das heißt der Zusammenhang von Geschlecht und Schönheitswert ist hochsignifikant und damit bewiesen. Weibliche Politiker werden also tatsächlich als schöner bewertet im Gegensatz zu den Männern.

### ***Je mehr Titel desto schöner?***

Schlussendlich wird die These auf den Prüfstand gestellt, ob Titel einen Einfluss auf den Schönheitswert haben. Wie schon festgestellt, hat die Mehrheit des Samples, nämlich 82% keinen Titel. Aus der Kreuztabelle (vgl. Abb. 6) lässt sich entnehmen, dass die Verteilung derer ohne Titel (in der Tabelle als 1 codiert) auf die vier Kategorien des Schönheitswerts relativ ausgeglichen scheint.

Abbildung 6: Kreuztabelle und Chi<sup>2</sup>-Test: Titel korreliert mit Schönheitswert

**Kreuztabelle**

			Schönheitswert_in_Kategorien				Gesamt
			1	2	3	4	
Titel	1	Anzahl	75	194	52	8	327
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	83,3%	81,9%	78,8%	100,0%	82,0%
	2	Anzahl	15	43	14	0	72
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	16,7%	18,1%	21,2%	0,0%	18,0%
Gesamt		Anzahl	90	237	66	6	399
		% innerhalb von Schönheitswert_in_Kategorien	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

### **Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,886 <sup>a</sup>	3	,596
Likelihood-Quotient	2,937	3	,402
Zusammenhang linear-mit-linear	,051	1	,821
Anzahl der gültigen Fälle	399		

a. 2 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,08.

Von allen denen, die einen Schönheitswert mit einer eins haben, haben 83,3% keinen Titel, bei denen mit einem Schönheitswert von 2 sind es 81,9%, aus Kategorie 3 haben 78,8% keinen Titel und alle sechs Politiker in Kategorie 4 haben ebenso keinen Titel. Diejenigen Politiker, die einen Titel (in der Abbildung als 2 codiert) haben sind ebenso gleichmäßig auf

die Kategorien 1-3 verteilt (vgl. Abb. 6). Mit Blick auf die Kreuztabelle lässt sich kein Zusammenhang zwischen Titel und Schönheitswert vermuten. Dies bestätigt auch der Chi<sup>2</sup>-Test mit einem p-Wert von 0,569, der nicht signifikant ist, somit wird die Hypothese abgelehnt. Es besteht folglich kein Zusammenhang zwischen Titeln und Schönheitswert. Es lassen sich keine Aussagen darüber treffen, ob Politiker mit Titel einen höheren oder niedrigeren Schönheitswert als die Politiker ohne Titel erreichen.

## 5. Diskussion

Die Diskussion gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil soll die Methodik dieser Arbeit kritisch reflektiert werden und auf problematische Aspekte hingewiesen werden. Der zweite Teil diskutiert die Ergebnisse, auch vor dem Hintergrund der zu Grunde liegenden Theorie, und setzt sich mit weiterführenden Gedanken zu den Wirkungen auseinander.

### ***Diskussion der Methodik: Eine kritische Reflexion***

Für die vorliegende Arbeit wurde die quantitative Herangehensweise gewählt, da „sie empirische Beobachtungen über wenige, ausgesuchte Merkmale systematisch mit Zahlenwerten belegt und auf einer zahlenmäßig breiten Basis gesammelt [wird]“ (Brosius et al. 2008: 4). Da in Zentrum der Schönheitswert steht, mit dem die Ergebnisse berechnet wurden, erweist sich diese Methode als angemessen. So konnten aussagekräftige Ergebnisse gefunden werden und mit Hilfe von Kreuztabellen und Chi<sup>2</sup>-Tests einfach belegt werden. Der komplexe Zusammenhang wird also auf wenige Aussagen reduziert und übersichtlich dargestellt (vgl. Brosius et al.: 2008: 4). Auf Grund der Konsenstheorie der Wahrheit ergeben sich aus meiner Sicht keine Probleme bei der Bestimmung des Schönheitswertes per se. Als problematisch erweist sich aber der doch große Unterschied zwischen den Fotos aus den Siebzigern und denen von heute. Zwar wurde durch die Bearbeitung der Fotos der Priming-Effekt durch Farbfotos vorgebeugt, dennoch lassen sich zwei Aspekte festmachen, die die Bewertung beeinflusst haben könnten: Mode und Fotografiertechnik. Zum einen haben sich in den letzten vierzig Jahren die Modetrends deutlich verändert. Da es sich bei den Fotos um Portraitfotos handelt, kann ein Großteil an modischen Aspekten ausgeschlossen werden, dennoch lassen sich Unterschiede im Hinblick auf Frisur-, Bart- und Brillenmode ausmachen, welche eine Rolle spielen können. Die aktuellen Modetrends werden als Standard angesehen und die Trends der Vergangenheit möglicherweise als veraltet wahrgenommen. Aus diesem Grund könnten modische Aspekte unterbewusst zu einer schlechteren Wertung beigetragen haben. Gegen diese Befürchtung spricht, dass das Gesicht an sich bewertet werden sollte und ein schönes Gesicht bleibt ein schönes Gesicht, ungeachtet der Modetrends. Der zweite Aspekt ist die Fotografiertechnik.

Die Fotos von heute sind von deutlich besserer Qualität. Obwohl die Fotos aus den Siebzigern angepasst wurden, sind sie oft über- oder unterbelichtet oder aus einem ungünstigen Winkel aufgenommen.

Ein weiterer kritischer Ansatzpunkt ist die fehlende Definition der Schönheit. Zwar ergibt sich auf Grund der Konsenstheorie der Wahrheit ein Bewertungskriterium für den Schönheitswert, die Schönheit an sich wird dadurch aber nicht definiert. Schließlich besagt die Theorie bloß, dass ein Konsens darüber besteht, was schön ist. Ein Blick in die Literatur zu diesem Thema bietet leider ebenso wenig Aufschluss. Hier wird davon gesprochen, wie Schönheit gemessen werden kann (Braun, et al., 2003), welche Vorteile sie bringt (s.o.) und darüber philosophiert, was schön ist und welche Rolle Schönheit hat (Blackburn, 2010). Eine eindeutige Definition lässt sich aber nicht finden. Dieser Aspekt ist insofern als kritisch anzusehen, da in der Befragung kein eindeutiges Gütekriterium für die Bewertung genannt werden konnte. So kann Schönheit für den Einen bedeuten nach der Sympathie für einen Kandidaten zu bewerten und für den Nächsten ist jemand attraktiv, wenn dieser gepflegt aussieht. Aus diesem Grund wurden im Fragebogen gar keine Informationen dazu Preis gegeben. So wollte ich erreichen, dass die Teilnehmer sich nicht allzu viele Gedanken darüber machen, sondern ganz aus dem Bauch heraus bewerten. Nach dieser Vorgehensweise können sich die Ergebnisse mit der Konsenstheorie begründen lassen.

Als letzter Punkt der kritischen Reflexion der Methode ist die Repräsentativität der Teilnehmer zu nennen. Mit einem Durchschnittsalter von 27,7 liegt dieses deutlich unter dem der deutschen Bevölkerung von 44,2 (Bevölkerungsforschung, 2015) und ist somit nicht repräsentativ. Mit einer Verteilung von 190 Männern zu 245 Frauen ist auch diese nicht repräsentativ zur deutschen Bevölkerung mit 49,1% zu 50,9% (Bildung, 2012). Diese Soziodemografie ergibt sich aus der Akquise der Teilnehmer. Da in dem kurzen Zeitraum der Erstellung dieser Arbeit 400 Teilnehmer akquiriert werden mussten und dabei keine Einschränkungen gemacht wurden, habe ich mich darauf konzentriert die gesetzte Teilnehmerzahl zu erreichen und dafür hauptsächlich persönliche Ressourcen ausgeschöpft. Da meine Kontakte eher in der Altersgruppe zwischen 20- und 30-jährigen liegen, ergibt sich das junge Durchschnittsalter. Es wäre interessant die Studie mit einem repräsentativen Teilnehmerspektrum durchzuführen, um zu sehen, ob sich andere Ergebnisse ergeben. Denkbar wäre, dass ältere Politiker in der Wertung eine höhere Punktzahl erreichen.

### ***Diskussion der Ergebnisse und weiterführende Gedanken***

Die Ergebnisse legen offen, dass 1) Politiker in den vergangenen vierzig Jahren schöner geworden sind, 2) sich kein Unterschied im Schönheitswert zwischen CSU und SPD ergibt, 3) Frauen schöner bewertet werden als Männern und 4) Titel sich nicht auf die Schönheit

auswirken. Hier möchte ich an die Theorie anknüpfen, auf der diese Arbeit beruht. Mit Schimank und Meyen wurde argumentiert, dass Politiker sich im System Politik bewegen und darin ihre Interessen durchsetzen möchten, wofür sie Strategien entwickeln und Ressourcen aktivieren. Dabei werden sie von Programmen und Organisationen sowie von den Deutungsstrukturen Macht/keine Macht beeinflusst. Politiker nehmen das Mediensystem als mächtig wahr und passen deshalb ihre Handlungslogiken auf den drei Ebenen (Mikro, Meso und Makro) an. Die Schönheit wurde in diesem Zusammenhang auf der Mikroebene eingeordnet. Nun wurde in der vorliegenden Arbeit bewiesen, dass Politiker schöner geworden sind. In Bezug auf Schimank und Meyen lässt sich argumentieren, dass Politiker sich also auf der Mikroebene an die Handlungslogiken des Mediensystems angepasst haben. Durch die Akteurskonstellationen haben sie darüber hinaus beobachtet, dass die Politiker, die schöner sind auch mehr Stimmen erhalten und dadurch erfolgreicher sind. Daraus wird geschlossen, dass Politiker an sich selbst arbeiten, was Schönheit betrifft, denn so werden sie vom Mediensystem wahrgenommen und bekommen Aufmerksamkeit sowie Erfolg. Zusätzlich erkennen aber auch kollektive Akteure, also die Parteien, dieses Potenzial und achten darauf vermehrt attraktive Politiker zu akquirieren. Durch Schönheit können politische Akteure also ihren Erfolg steigern (vgl. Schimank 2007, Meyen 2014, Meyen 2014, Mergel 2010, Meyen 2015, Pfetsch & Marcinkowski 2009, Donges 2008).

Hier zeigt sich ein Ansatzpunkt für einen weiteren Befund, nämlich dass Frauen besser bewertet werden als Männer und sich in den Top 10 ausschließlich Frauen befinden. Wenn Schönheit ein Schlüssel zum Erfolg in der Politik ist, so könnte sich hier eine Tür für attraktive Frauen öffnen und der sogenannte „beauty is beastly“-Effekt in der Politik eliminiert werden. Dieser besagt, dass attraktive Frauen als besonders feminin wahrgenommen werden, was in einem männerdominierten Feld wie der Politik als negativ bewertet wird, weshalb Männer als auch Frauen mit betont maskulinen Merkmalen erfolgreicher sind (vgl. Klein & Rosar 2005: 268). Um diese These zu testen müsste man untersuchen, wie erfolgreich Frauen mit einem hohen Schönheitswert tatsächlich sind. Dass sich kein Zusammenhang zwischen CSU und SPD in Bezug auf den Schönheitswert feststellen ließ ist nicht weiter überraschend. Beides sind große und erfolgreiche Parteien mit den nötigen Ressourcen ihre Strategien an die Handlungslogik des Mediensystems anzupassen. Hier wird noch einmal darauf verwiesen, dass ein Vergleich einer kleinen, eher erfolglosen Partei mit einem der beiden Big Player aufschlussreich wäre. Letztendlich bleibt der Zusammenhang von Titeln und Schönheitswert zu interpretieren. Hier hat sich keine signifikante Korrelation ergeben. Das heißt, dass ein Politiker durch das Besitzen eines Titels weder seinen Schönheitswert steigern, noch ihn senken kann. Dieses Ergebnis scheint nicht weiter verblüffend, schließlich ist ein Titel ein Zeichen von Wissen und Kompetenz in einem

bestimmten Bereich und steht damit getrennt von der Schönheit. Alles in allem zeigt sich: Der Schönheitswert lässt sich weder durch einen Titel beeinflussen, noch darüber welcher der beiden Parteien man beitrifft. Politiker sind aber wohl schöner geworden. Die steigende Schönheit lässt sich auf die Medialisierung zurückführen und geht mit steigendem Erfolg einher.

Spinnen wir diesen Gedanken weiter. Politiker werden immer schöner. Schöne Politiker bekommen mehr Stimmen bei Wahlen und sind demzufolge erfolgreicher. Die Akteure des Systems Politik erkennen dieses Potenzial und passen sich dem an. Schönheit dringt also in die Politik ein und wird zu einem essentiellen Entscheidungsfaktor für Erfolg. Die Auswirkungen dieser Erkenntnis können enorm sein und so kann aus einem Aspekt, der leicht abgetan wird, ein zentraler Entscheidungsstein werden. So meinte ein Politiker 2014 im Interview: „Die Frage ist mir offen gestanden zu albern. Politik ist auch mit Abstand zu wichtig, als dass sie an solchen Kriterien, wie sexy oder unsexy bewertet werden dürfte. Ich halte es für ein irrelevantes Kriterium.“ (Böhmermann, 2014) Nach den hier gezeigten Ergebnissen ergibt sich meiner Meinung nach ein anderes Bild. Schönheit ist offensichtlich ein relevantes Kriterium mit viel Potenzial und Macht, das es wert ist, dass hierfür ein Bewusstsein in der Politik entsteht. Denn es tut sich ein Bereich mit gewaltigen Chancen und Risiken auf. Wenn Schönheit einen derartigen Einfluss auf Wahlerfolg und politischen Erfolg hat, wo bringt uns das hin? Politiker werden nicht mehr ihrer Kompetenz und ihrem Wahlprogramm nach, sondern nach ihrem Aussehen gewählt. Das heißt nicht, dass Schönheit und Kompetenz nicht Hand in Hand gehen können, sondern dass die Schönheit wichtiger ist als die Kompetenz eines Politikers. Welche Auswirkungen hat das auf unsere Gesellschaft, auf unser politisches System? Welche Chancen bringt diese Erkenntnis für schönere Menschen im Gegensatz zu ihren weniger attraktiven Mitmenschen? Welche Risiken birgt es, wenn kompetente und talentierte Politiker nicht mehr in das System eintreten können, nur weil sie nicht gut genug dafür aussehen? Müssten wir dann nicht unser Wahlsystem gänzlich überdenken- und vor allem in wie weit müssen wir das Mediensystem in dieser Hinsicht überdenken?



## 6. Literaturverzeichnis

Bayern, H. L., 2015. *Historisches Lexikon Bayern*. URL: [http://www.historisches-lexikon-bayerns.de/artikel/artikel\\_44758#13](http://www.historisches-lexikon-bayerns.de/artikel/artikel_44758#13), online eingesehen am 01.06.2015.

Berggren, N., Jordahl, H. & Poutvaara, P., 2007. The Looks of a Winner: Beauty, Gender, and Electoral Success. *CESifo Working Paper No. 2002*, 05.

Bevölkerungsforschung, B. f., 2015. *Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung. Durchschnittsalter der Bevölkerung*. URL: [http://www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/D/durchschnittsalter\\_bevoelkerung.html](http://www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/D/durchschnittsalter_bevoelkerung.html), online eingesehen am 01.06.2015.

Bildung, B. f. p., 2012. *Die soziale Situation in Deutschland*. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61538/altersgruppen>, online eingesehen am 01.06.2015.

Blackburn, S., 2010. *Philosophie*. Heidelberg: Spektrum, Akademischer Verlag.

Böhmermann, J., 2014. *Jan Böhmermann über Norbert Röttgen, dem Panther der CDU*. URL: <://www.youtube.com/watch?v=0xBztvsiAgE>, online eingesehen am 05.06.2015.

Braun, C., Gründl, M., Marberger, C. & Scherber, C., 2003. *Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität*. Regensburg: Universität Regensburg.

Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F., 2008. *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.

Degele, N., 2008. Schönheit - Erfolg - Macht. *soFid Kultursoziologie + Kunstsoziologie*, 1, S. 9-16.

Donges, P., 2008. Medien als Strukturen und Akteure: Kommunikationswissenschaftliche Theoriediskussion zwischen System- und Handlungstheorie. In: *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 329-344.

Efran, M. G. & Patterson, E., 1974. *Voters Vote Beautiful. The effect of physical appearance on a national election*, Toronto: University of Toronto.

Habermas, J., 1981. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp.

Hamermesh, D. S. & Biddle, J. E., 1994. Beauty and the Labor Market. *American Economist Review*, 84(3), S. 1174-1194.

King, A. & Leigh, A., 2009. Beautiful Politicians. *Kyklos*, 62(4), S. 579-593.

Klein, M. & Rosar, U., 2005. Physische Attraktivität und Wahlerfolg. Eine empirische Analyse am Beispiel der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift*, S. 263-287.

Landtag, B., 2015. *Bayerischer Landtag. Abgeordnete seit 1946*. URL: [http://www1.bayern.landtag.de/webangebot1/ehem\\_abgeordnete.maske.jsp](http://www1.bayern.landtag.de/webangebot1/ehem_abgeordnete.maske.jsp), online eingesehen am 23.04.2015.

Landtag, B., 2015. *bayern.landtag*. URL: [https://www.bayern.landtag.de/fileadmin/Internet\\_Dokumente/Fraktionsstaerken.pdf](https://www.bayern.landtag.de/fileadmin/Internet_Dokumente/Fraktionsstaerken.pdf), online eingesehen am 05.06.2015.

Langlois, J. H. et al., 2000. Maxims or Myths of Beauty? A Meta-Analytic and Theoretical Review. *Psychological Bulletin*, 126(3), S. 390-423.

Mergel, T., 2010. Politisierte Medien und medialisierte Politik. Strukturelle Koppunngen zwischen zwei sozialen Systemen. In: *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, S. 29-50.

Meyen, M., 2014. Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. *Medien & Kommunikation*, 62(3), S. 377-394.

Meyen, M., 2014. Theorie der Medialisierung. Eine Erwiderung auf Anna M. Theis-Berglmair. *Medien & Kommunikation*, 62(4), S. 645-655.

Meyen, M., 2015. Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit, Aufmerksamkeit. Eine qualitative Inhaltsanalyse zur Handlungslogik der Massenmedien. *Publizistik*, 60(1), S. 21-39. Miebach, B., 2010. *Soziologische Handlungstheorie: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.

Pfetsch, B. & Marcinkowski, F., 2009. Problemlagen der „Mediendemokratie“ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik. In: *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: Springer VS, S. 11-33.

Rosar, U., Hagenah, J. & Klein, M., 2014. Physical attractiveness and monetary succes in German Bundesliga. *Soccer and Soceity*, 06 12, S. 1-19.

Schimank, U., 2007. Handeln in Konstellationen: Die reflexive Konstitution von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen. In: *Journalismustheorie: Next Generation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 121-138.

Empfohlene Zitierweise:

Rabe, Anna (2015): Spieglein, Spieglein an der Wand, gewinnt nur noch der schönste Politiker im Land? In: Michael Meyen (Hrsg.): Medialisierung. Medienlogik und sozialer Wandel. Working Paper.

URL: <http://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2401/files/2015/09/Spieglein-Spieglein-an-der-Wand.pdf> (Datum des Zugriffs).