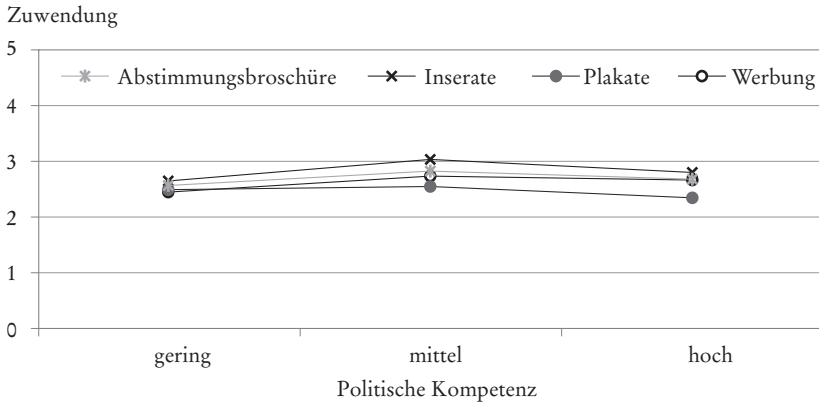


Abbildung 18: Zusammenhang von politischer Kompetenz und Zuwendung zu öffentlicher Kommunikation, Regierungskommunikation und Werbung



lagen verpflichtet ist, kommt es in direktdemokratischen Staaten nicht selten zu Diskussionen um die Ausgewogenheit dieses zentralen Dokuments, so auch im Vorfeld der Liechtensteiner Verfassungsabstimmung. Die übrigen Linien der zweiten Abbildung symbolisieren den Umgang mit den abstimmungsbezogenen Zeitungsinserten, Strassenplakaten und Werbematerialien, die als Hauswurfsendung oder über die Post verteilt wurden.

Abbildung 18 zeigt einen schwachen, nicht-linearen Zusammenhang der beiden Variablen, wonach Werbemittel und Regierungskommunikation von Stimmbürgern mit mittlerer politischer Kompetenz ein höherer individueller Informationsnutzen zugeschrieben wurde, als in den beiden Vergleichsgruppen. Der Befund lässt sich plausibel deuten. Hochkompetente wenden sich den Werbemitteln eher nicht zu, weil sie davon ausgehen, angesichts der notwendigen Verkürzung und Simplifizierung der Polit-PR davon nichts lernen zu können, was sie nicht sowieso schon wüssten. Bürger mit geringer politischer Kompetenz würden sich mit den Informationshäppchen der politischen Werbung möglicherweise zufrieden geben, ihnen fehlt aber häufig das Interesse und die Motivation, um sich mit den unerbetenen Informationsbotschaften der Polit-Werbung zu beschäftigen. In der Gruppe der mittelstark Involvierten trifft die kommerzielle Kampagne einerseits auf ein