

aus
politik
und
zeit
geschichte

beilage
zur
wochen
zeitung
das parlament

Werner Kaltefleiter
Über die Polarisierung der Politik
Die Bundestagswahl vom 5. Oktober 1980

Dieter Just
Orientierungsprobleme
Zur Bundestagswahl 1980
und ihren Konsequenzen

Peter Radunski
Wahlkampfstrategien '80
in den USA und der Bundesrepublik
Personalisierung — Angriffswahlkampf —
Dramatisierung

ISSN 0479-611 X

B 18/81

2. Mai 1981

Werner Kaltefleiter, Dr. rer. pol., geb. 1937 in Hagen, o. Professor für Politische Wissenschaft an der Christian-Albrechts-Universität in Kiel, Direktor des Instituts für Politische Wissenschaft; von 1970 bis zur Wahl zum Vizepräsidenten der Universität im Sommersemester 1975 Leiter des Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituts der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Veröffentlichungen u. a.: Die Funktionen des Staatsoberhauptes in der parlamentarischen Demokratie, 1970; Im Wechselspiel der Koalitionen — Analyse der Bundestagswahl 1969, 1970; Zwischen Konsens und Krise — Analyse der Bundestagswahl 1972, 1973; Geheimhaltung und Öffentlichkeit in der Außenpolitik (mit Peter Krogh), 1974; Vorspiel zum Wechsel — Eine Analyse der Bundestagswahl 1976, 1977; Empirische Wahlforschung. Eine Einführung in Theorie und Technik (mit Peter Nißen), 1980.

Dieter Just, Dr. phil., geb. 1937, Studium der Publizistik, Soziologie und Geschichte in Berlin; Referent für Grundsatzfragen, Planung und Meinungsforschung in der Inlandsabteilung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung.

Veröffentlichungen: Der Spiegel — Arbeitsweise, Inhalt, Wirkung, Hannover 1967; Entwicklungspolitik heute, Bonn 1971; Auf der Suche nach dem mündigen Wähler — Die Wahlentscheidung 1972 und ihre Konsequenzen (Mitherausgeber), Bonn 1974; Entscheidung ohne Klarheit — Anmerkungen und Materialien zur Bundestagswahl 1976 (Mitherausgeber), Bonn 1978.

Peter Radunski, Dipl.-Pol., geb. 1939; Studium der Rechtswissenschaft, Geschichte und der politischen Wissenschaft in Berlin und Bonn; 1967 — 1969 stellvertr. Leiter des Wissenschaftlichen Instituts der Konrad-Adenauer-Stiftung (WIKAS); seit 1973 Leiter der Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit in der CDU-Bundesgeschäftsstelle in Bonn.

Veröffentlichungen u. a.: Zum Generationswechsel in Parteien: Die Junge Union als Sprungbrett für politische Karrieren in der CDU, in: Reale Utopien, Institut für Internationale Solidarität, Schriftenreihe, Band 6, 1970; Konzentration und Konfrontation, Krise und Konsens. Entwicklungstendenzen im Parteiensystem der Bundesrepublik, in: Sonde 2/1974; Wahlkampfentscheidung im Fernsehen, in: Politik und Kommunikation, hrsg. v. Wolfgang R. Langenbacher, München 1979; Wahlkämpfe — Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München/Wien 1980.



Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung, Berliner Freiheit 7, 5300 Bonn/Rhein.

Redaktion: Dr. Gerd Renken, Dr. Klaus W. Wippermann, Paul Lang.

Die Vertriebsabteilung der Wochenzeitung DAS PARLAMENT, Fleischstr. 61—65, 5500 Trier, Tel. 0651/46171, nimmt entgegen

— Nachforderungen der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“;

— Abonnementsbestellungen der Wochenzeitung DAS PARLAMENT einschließlich Beilage zum Preis von DM 12,60 vierteljährlich (einschließlich DM 0,77 Mehrwertsteuer) bei Postzustellung;

— Bestellungen von Sammelmappen für die Beilage zum Preis von DM 6,— zuzüglich Verpackungskosten, Portokosten und Mehrwertsteuer.

Die Veröffentlichungen in der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ stellen keine Meinungsäußerung des Herausgebers dar; sie dienen lediglich der Unterrichtung und Urteilsbildung.

Über die Polarisierung der Politik

Die Bundestagswahl vom 5. Oktober 1980

Jede Bundestagswahl, so auch die von 1980, ist geprägt durch Themen und Ereignisse, durch Kandidaten und Parteiimages und durch ein allgemeines Meinungsklima — Faktoren, die in unterschiedlicher Ausformung die Besonderheit jeder Wahl hervortreten lassen. Eine Wahlanalyse würde jedoch Deskription bleiben, wenn sie sich auf die Darstellung dieser

Variablen beschränken würde. Die Wirkungsweise dieser Variablen hängt von der Struktur und Funktionsweise des Parteiensystems ab; die Wahl ist die aktuelle Manifestation des Parteiensystems zum Zeitpunkt der Wahl. Deshalb ist es zum Verständnis der einzelnen aktuellen Variablen notwendig, sie in Bezug zur Struktur des Parteiensystems zu setzen.

I. Die Grundlagen

Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland ist zunächst durch eine Dreiteilung gekennzeichnet: je ein Drittel sind Stammwähler der CDU/CSU und der SPD, ein weiteres läßt sich als potentielle Wechselwähler beschreiben. Während bei den ersten beiden Gruppen das Wahlverhalten durch die Sozialisation, die soziale Herkunft und die Stellung im Kommunikationsnetz weitgehend determiniert ist, sind die potentiellen Wechselwähler grundsätzlich bereit, zwischen zwei Wahlen ihre Parteiorientierung zu ändern — dies heißt jedoch nicht, daß zwischen zwei Wahlen tatsächlich ein Drittel wechselt; die Zahl der tatsächlichen Wechsler liegt bei knapp 15 Prozent, aber ein Drittel ist grundsätzlich zum Wechsel bereit oder prädisponiert.

Die FDP verfügte nur über 3 Prozent Stammwähler; sie ist am Grenzbereich zwischen SPD-Stammwählerschaft und potentieller Wechselwählerschaft angesiedelt. Das bedeutet, daß die FDP in jeder Wahl strukturell gefährdet ist; sie muß, aus welcher Konstellation heraus auch immer, aus dem Bereich der potentiellen Wechselwähler die Stimmen gewinnen, die ihre Existenz sichern. Das gelingt in der Regel am besten, wenn die Existenz der FDP in der öffentlichen Diskussion als gefährdet gilt. Das war nach dem Ausscheiden der FDP aus dem Landtag in Nordrhein-Westfalen

im Frühjahr 1980 zur Bundestagswahl am 5. Oktober der Fall und stellt somit eine erste Erklärung des Erfolges dieser Partei dar. Die Stammwählerschaft der FDP ist zwar gering, jedoch jeweils zwei Drittel derer, die eine SPD- oder auch CDU/CSU-geführte Regierung

INHALT

- I. Die Grundlagen
- II. Das Wahlergebnis
- III. Bestimmungsfaktoren des Meinungsklimas
 - 1. Eine Wahl der klaren Alternativen
 - 2. Die Themen der Wahl
 - 3. Die Beurteilung der wirtschaftlichen Situation
 - 4. Das Bild der Spitzenpolitiker
 - 5. Die Einordnung auf der Rechts-Links-Skala
 - 6. Die Marktlücke der FDP
- IV. Schlußfolgerungen

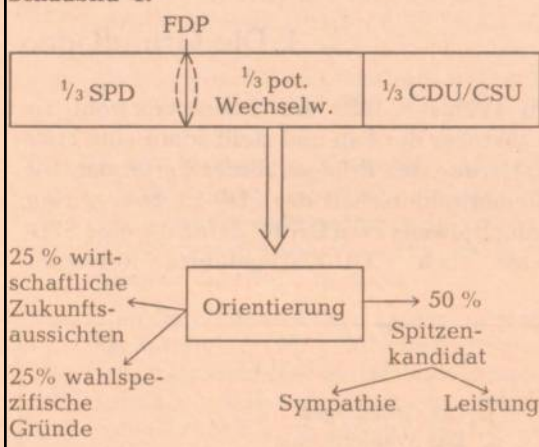
wünschen, präferieren diese in Form einer Koalition mit der FDP. Das ist das Potential für FDP-Erfolge.

Die Stammwählerschaft der SPD läßt sich am besten wie folgt beschreiben: Die Wahrscheinlichkeit einer Orientierung zugunsten der SPD ist um so größer, je mehr von folgenden

Merkmale vorliegen: männlich, unter 40 Jahre alt, keine kirchliche, dafür eine enge gewerkschaftliche Bindung, abhängige Beschäftigung in einem urbanen Ballungszentrum. Demgegenüber ist die Wahrscheinlichkeit einer Bindung an die CDU/CSU um so größer, wenn folgende Merkmale vorliegen: weiblich, über 40 Jahre alt, regelmäßiger katholischer Kirchgang, keine gewerkschaftliche Bindung, unabhängige Beschäftigung im ländlichen Raum.

Bei jeder Wahl ist für die Stammwählerschaft der Grad der Mobilisierung entscheidend. Was aber bewirkt die Orientierung der potentiellen Wechselwähler? Hier gibt es folgende Erfahrungswerte: Etwa die Hälfte der Veränderungen zwischen zwei Wahlen kann durch

Schaubild 1:



II. Das Wahlergebnis

Diese Faktorenkombination führte am 5. Oktober 1980 zu folgendem Wahlergebnis:

Dieses Ergebnis ist einmal durch eine bemerkenswerte überregionale Gleichförmigkeit gekennzeichnet; die regionalen Abweichungen von überregionalen Trends sind bei allen Parteien ausgesprochen gering. Die Unionsparteien haben insgesamt 4,1 Prozentpunkte verloren. Das traditionelle Nord-Süd-Gefälle ist in den Veränderungen der Stimmenanteile der Union nicht erkennbar — wohl aber bei der absoluten Höhe des Stimmenanteils. Dies hat sozio-strukturelle Gründe und ist insbe-

sondere mit dem höheren Anteil katholischer ländlicher Bevölkerung im südlicheren Teil der Bundesrepublik Deutschland zu erklären. So ist es bemerkenswert, daß schon in Baden-Württemberg die Verluste mit 4,8 Prozentpunkten deutlich über dem Durchschnitt liegen. Eine Ausnahme bildet eigentlich nur Bayern, wo die CSU nur 2,4 Prozentpunkte verloren hat. Außerhalb Bayerns ist der Trend bei der CDU wie bei der SPD von seltener Gleichförmigkeit. Die Verluste der CDU schwanken zwischen 5,9 Prozentpunkten in Niedersachsen und 3,7 Prozentpunkten im benachbarten Bremen um einen Mittelwert von 4,8 Punkten

die Person der Spitzenkandidaten erklärt werden. So unterschiedlich die Eigenschaften der verschiedenen Politiker sind, sie lassen sich grundsätzlich in zwei Dimensionen ordnen: die Sympathie und die Leistungsfähigkeit, oder anders formuliert: die Frage des Vertrauens und die Frage des Zutrauens zur Lösung der konkret anstehenden Probleme. Etwa weitere 25 Prozent der Veränderungen können erfahrungsgemäß durch die Beurteilung der wirtschaftlichen Zukunftsaussichten erklärt werden; der Rest macht die Besonderheiten einer jeden Wahl aus. Dabei kann das relative Gewicht der einzelnen Faktoren von Wahl zu Wahl unterschiedlich sein, der Anteil der Veränderungen, der z. B. durch das Bild der Spitzenkandidaten erklärt werden kann, größer oder kleiner als 50 Prozent sein.

Dieses einfache Modell läßt sich grundsätzlich zur Erklärung von Wahlergebnissen in dichotomisierten Parteiensystemen verwenden, d. h. in Parteiensystemen, bei denen ein klar strukturierter Gegensatz zwischen Regierung und Opposition besteht. Das bedeutet, daß dieses Modell grundsätzlich anwendbar ist auf die USA, auf Kanada (mit dem Sonderproblem Quebec), Großbritannien, die Bundesrepublik Deutschland, Österreich, Australien und Neuseeland. Ein dichotomisiertes Parteiensystem kennzeichnet zwar auch Japan, Indien und Sri Lanka, aber die soziokulturellen Bedingungen dieser Länder verlangen doch nach einer anderen Betrachtungsweise.

Tabelle 1: Ergebnisse der Bundestagswahl 1980 in Prozenten

	CDU/CSU				SPD				FDP				GRÜNE				SONSTIGE			
	1980		1976		1980		1976		1980		1976		1980		1976		1980		1976	
	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.	1. St.	2. St.
Schleswig-Holstein	40,7	38,9	44,5	44,1	49,7	46,7	48,0	46,4	7,8	12,7	6,7	8,8	1,4	1,4	—	—	0,3	0,2	0,8	0,7
Hamburg	32,4	31,2	36,1	35,9	54,8	51,7	54,3	52,6	9,5	14,1	8,1	10,2	2,4	2,3	—	—	0,8	0,7	1,5	1,3
Bremen	30,3	28,8	32,8	32,5	53,9	52,5	54,4	54,0	11,4	15,1	10,9	11,8	3,5	2,7	—	—	0,9	1,0	2,0	1,5
Niedersachsen	41,5	39,8	46,2	45,7	48,8	46,9	47,0	45,7	7,3	11,3	6,1	7,9	2,1	1,6	—	—	0,3	0,2	0,7	0,6
Nordrhein-Westfalen	42,1	40,6	44,8	44,5	48,5	46,8	47,9	46,9	7,3	10,9	6,4	7,8	1,7	1,2	—	—	0,3	0,4	0,8	0,6
Hessen	41,9	40,6	45,1	44,8	48,5	46,4	46,9	45,7	7,0	10,6	6,9	8,5	2,2	1,8	—	—	0,3	0,5	1,2	0,9
Rheinland-Pfalz	47,2	45,6	50,2	49,9	44,1	42,8	42,4	41,7	6,8	9,8	6,5	7,6	1,6	1,4	—	—	0,3	0,4	0,9	0,8
Saarland	43,8	42,3	46,5	46,2	50,0	48,3	46,7	46,1	5,4	7,8	5,6	6,6	0,3	1,1	—	—	0,5	0,5	1,2	1,0
Baden-Württemberg	50,8	48,5	53,6	53,3	38,7	37,2	38,3	36,6	7,8	12,0	7,0	9,1	2,5	1,8	—	—	0,2	0,3	1,2	0,9
Bayern	58,4	57,6	60,0	60,0	33,4	32,7	33,7	32,8	6,1	7,8	5,3	6,2	1,8	1,3	—	—	0,2	0,5	1,0	0,9
Bundesgebiet (Summe)	46,0	44,5	48,9	48,6	44,5	42,9	43,7	42,6	7,2	10,6	6,4	7,9	1,9	1,5	—	—	0,3	0,4	1,1	0,9

also mit einer Schwankungsbreite von nur 1,1 Punkten. Von der Gleichförmigkeit der CDU/CSU-Verluste gibt es eigentlich nur zwei Ausnahmen: die vergleichsweise geringen Verluste in Bremen und anderen urbanen Ballungszentren und das deutlich bessere Abschneiden der CSU in Bayern, auf das noch einzugehen ist. Es sei aber betont, daß auch bundesweite geringere Verluste wie die in Bayern dazu geführt hätten, daß die Union ihr Wahlziel, die Regierung abzulösen, nicht erreicht hätte.

Bei den Ausnahmen im Bereich der CDU ist auffallend, daß es sich stets um Regionen han-

delt, in denen die Union traditionell schwach war. Anders formuliert: Wo sie nichts hatte, konnte sie auch nichts verlieren.

Das SPD-Ergebnis variiert zwischen einem Gewinn von 2,2 Prozentpunkten im Saarland und einem Verlust von 1,5 Punkten in Bremen. Allein bei der FDP läßt sich das traditionelle Nord-Süd-Gefälle auch bei den Veränderungen gegenüber 1976 beobachten. Die Gewinne der FDP sind mit 3,9 Punkten in Schleswig-Holstein und Hamburg am höchsten und im Saarland mit 1,2 und in Bayern mit 1,6 Punkten am geringsten.

III. Bestimmungsfaktoren des Meinungsklimas

Diese Gleichförmigkeit in der Veränderung legt die Hypothese nahe, daß bundespolitische Faktoren und nicht regionalspezifische Besonderheiten das Wahlergebnis geprägt haben. Es erscheint deshalb zweckmäßig, anhand des skizzierten Modells die verschiedenen Faktoren einmal zu überprüfen. Was prägte das Meinungsklima dieser Wahl?

1. Eine Wahl der klaren Alternativen

Wie lange zuvor nicht mehr war dies eine Wahl mit klaren Alternativen. 81 % erklärten in einer Untersuchung des Instituts für Politische Wissenschaft der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel unmittelbar vor der Wahl, der Wahlausgang würde einen großen Unterschied für die weitere Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland bewirken. 1976 waren dieser Meinung nur 54 %. Bei dieser Thematik waren sich SPD- und CDU/CSU-Wähler einig, nur die FDP-Wähler sahen die Entwicklung etwas gelassener. Nur 68 % von ihnen glaubten an einen großen Unterschied; aber auch diese Gruppe war 1976 zurückhaltender, als nur 50 % glaubten, der Wahlausgang werde einen großen Unterschied für die weitere Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland bringen.

Diese Polarisierung hat übrigens das politische Interesse nicht erhöht, sondern das Gegenteil bewirkt: Während sowohl 1976 als auch 1978 und 1979 fast 30 % erklärten, regelmäßig am politischen Geschehen teilzunehmen, äußerten sich vor der Wahl 1980 nur

noch gut 25 % in diesem Sinne. Merke: Lärm schreckt ab! Dem entspricht, daß 37 % aller Wähler und gar 41 % aller potentiellen Wechselwähler den Wahlkampf unfair fanden; 31 % nannten als Begründung gegenseitige Beschimpfungen, 21 % persönliche Angriffe und Verleumdungen, 8 % das Verhalten von Strauß, 5 % die Kampagne gegen Strauß.

Ein polarisiertes Klima also, bei dem man auf kritische Distanz zu den Ereignissen ging — aber das reichte nicht aus, den Urnen fern zu bleiben. Die Wahlbeteiligung von 88,7 % entspricht im großen ganzen dem, was sich bei den Bundestagswahlen inzwischen eingependelt hat. Der Rückgang um 2 Prozentpunkte signalisiert aber auch eine Stimmungslage. Die Frage ist, wieviel derartige Auseinandersetzungen sich die Parteien noch leisten können, bevor auch die Wahlbeteiligung deutlich absackt. Das polarisierte Klima und die hohe Wahlbeteiligung verdeutlichen jedoch zugleich auch, daß es den Parteien gelungen ist, ihre Stammwählerschaft weitestgehend zu mobilisieren.

Diese These wird auch gestützt, wenn man nach den Informationsquellen im Wahlkampf fragt. 1980 nannten 95 % das Fernsehen, 1976 waren es nur 83 %. Noch deutlicher war der Anstieg beim Radio: 1980 62 %, 1976 34 %. Auch die Tageszeitungen konnten einen Anstieg verzeichnen: 1980 85 %, 1976 68 %, und eine Verdoppelung läßt sich auch bei den persönlichen Gesprächen beobachten: 1976 gaben 34 % an, sich durch persönliche Gespräche im Wahlkampf informiert zu haben, 1980 waren

es 61 %. Dabei zeigen sich keine erwähnenswerten Unterschiede zwischen den verschiedenen Wählergruppen. Anders formuliert: Die Wahl war wie selten zuvor zentrales Thema im Kommunikationsprozeß der Bürger. Die Polarisierung der Politik hatte ein selten zuvor erreichtes Maß angenommen. Das führt zur Frage nach der Ursache dieser Polarisierung.

2. Die Themen der Wahl

Was waren die inhaltlichen Themen dieser Wahl, also jene Variablen, die die Besonderheiten einer jeden Wahl vor allem prägen?

Das hervorstechende Ergebnis ist, daß es nach überwiegender Meinung der Wählerschaft kein beherrschendes Thema gab. 19,4 % nannten Arbeitslosigkeit, 1976 waren es noch 25,4 %. Preisstabilität nannten 7,8 %, 1976 13,3 %. Beginnt man sich an eine wirtschaftliche Situation mit Dauerarbeitslosigkeit zu gewöhnen? 10,4 % nannten die Friedenspolitik, 8,7 % die Rentenfrage — zwei Themen, die 1976 deutlich weniger Resonanz fanden; aber das Thema Energiepolitik, das 1979 noch von über 10 % genannt worden war, war auf 5 % abgesunken. Die Staatsverschuldung nannten nur 3,8 %, allgemeine Fragen der Wirtschaftspolitik fast 5 %. Fazit: Gerade die geringe Zahl der Nennungen für das Thema Staatsverschuldung zeigt, daß es der Opposition nicht gelungen ist, den Wahlkampf inhaltlich thematisch zu bestimmen. Die inhaltliche Auseinandersetzung war also offensichtlich nicht Ursache der Polarisierung. Die Union hatte aus den Erfahrungen von 1976 (Freiheit statt Sozialismus) nicht gelernt; statt Sachthemen zu prägen, versuchte sie es wieder mit Ideologie (den Sozialismus stoppen).

Bemerkenswert ist auch ein anderes Ergebnis: Über alle genannten Themen hinweg hielten 48 % die Union für fähig, die Probleme zu lösen, nur 46,9 % die Koalition; 1976 war dies umgekehrt. Damals hielten 48,7 % die Koalition (das sind alle Nennungen, die für SPD, FDP oder beide gemeinsam abgegeben wurden) für kompetenter, nur 45,1 % die Opposition.

Zum Bereich der Besonderheiten einer Wahl gehört auch die Beurteilung der Parteien. Sie kann anhand verschiedener Kriterien gemessen werden.

Auf die Frage, welche Gruppen die Parteien vertreten, antworteten auf die Union bezogen 46,7 % „Leute wie mich“. 1976 waren es nur 45,1 %. Umgekehrt sahen sich 1980 nur noch 45 % von der SPD vertreten; 1976 waren es noch 48,7 %. Dieses Bild läßt sich weiter ausmalen: Fragt man nach der Sympathieeinschätzung von Parteien, so erhielt die CDU 7,2 von 10 möglichen Punkten, die SPD 6,9, die CSU 5,8, die FDP 5,9. Das waren keine nennenswerten Veränderungen im Vergleich zu 1976, als die CDU 6,9, die SPD 6,5, die CSU 5,7 und die FDP 6,1 Punkte erhielt. Fragt man in gleicher Form nach der Leistungsfähigkeit, erhielt die CDU gar 7,8, die SPD 7,7, die CSU 6,8 und die FDP 5,9 von jeweils 10 möglichen Punkten. Hier ist allerdings eine deutliche Verbesserung gegenüber 1976 bei der CDU (damals 7,3) und der CSU (damals 6,1) zu beobachten, während die SPD (damals 8,0) und die FDP (damals 6,1) absanken. Wichtig erscheinen hier zwei Ergebnisse: Bei den beiden zentralen Dimensionen zur Beurteilung politischer Parteien, nämlich Sympathie und Leistungsfähigkeit bzw. Vertrauen und Zutrauen, wird die CDU anders als 1976 höher eingestuft als die SPD, die CSU senkt den Durchschnittswert für die Opposition ebenso wie die FDP den für die Koalition. Zugleich ist die Bewertung aller Parteien so, daß auch hier nicht die Ursache der Polarisierung gesucht werden kann.

An einem weiteren Einzelthema sei das veränderte Meinungsklima zugunsten der Unionsparteien dargelegt, nämlich am Thema Kernenergie, weil dies wie kaum ein zweites in den Grundsatzpositionen zwischen CDU/CSU und SPD kontrovers ist. 1979 waren noch 33 % der Bevölkerung grundsätzlich gegen Kernkraftwerke, 1980 waren es nur noch 25 %, während die Zahl derjenigen, die sich grundsätzlich für Kernkraftwerke bzw. für Kernkraftwerke nach Lösung aller Sicherheitsprobleme aussprachen, von 67 % auf 75 % stieg. Das Bild wird noch deutlicher, wenn man von der abstrakten Frage zu einer konkreteren Formulierung übergeht: Auf die Frage: „Hätten sie etwas dagegen, daß hier in Ihrer Nähe ein Kernkraftwerk gebaut wird?“ antworteten 1979 63 % mit ja, 1980 nur noch 47 %. Der Anteil derjenigen, die nichts dagegen einzuwenden hätten, stieg von nur 37 % auf über 53 %.

3. Die Beurteilung der wirtschaftlichen Situation

Als nächste Variable ist die Beurteilung der wirtschaftlichen Situation zu überprüfen. Das Ergebnis unterstreicht die bisher beobachtete Tendenz. Fast 35 % erwarteten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage (1976 nur 9 %). Nur fast 12 % glaubten an eine Besserung (1976 34 %), und unter den potentiellen Wechselwählern war der Pessimismus noch geringfügig größer: den 36,3 %, die eine Verschlechterung erwarteten, standen nur 5,6 % gegenüber, die an eine Verbesserung glaubten. Diese Zahlen spiegeln ein deutliches Meinungsklima in einem der wichtigsten Bereiche, das zwar auch nicht polarisiert, jedoch für eine Opposition kaum günstiger sein kann — der Vergleich drängt sich auf zu der Stimmungslage in den Landtagswahlen 1974/75, als die CDU/CSU teilweise sensationelle Gewinne erzielten. Aber dieses Mal verlor die Union trotz dieser Stimmungslage. Ein Widerspruch?

4. Das Bild der Spitzenpolitiker

Das Bild klärt sich, wenn man schließlich das Bild der Spitzenpolitiker in die Betrachtung einbezieht. Wendet man das gleiche Instrumentarium wie zur Beurteilung der Parteien an, so ergibt sich folgendes Bild:

Auf der Leistungsskala erhält Schmidt 8,7 von 10 möglichen Punkten (1976 waren es 8,3 Punkte). Strauß kommt auf 8,0 (1976 7,0 Punkte). Das ist ein hoher Wert für den Kandidaten der Opposition. Aber bei der Sympathiebewertung erzielt Schmidt mit 8,3 (1976 7,5 Punkte) ebenfalls hohe Werte, Strauß dagegen nur 5,4 (1976 5,3 Punkte); dies scheint das entscheidende Ergebnis zu sein. Anders formuliert: Zur Zeit der Bundestagswahl 1980 herrschte ein politisches Klima, in dem Strauß das Vertrauen versagt wurde, obwohl man durchaus Zutrauen in seine Fähigkeit hatte, die Probleme zu lösen.

Stellt man die Frage nach den Ursachen dieses Ergebnisses, so ist zunächst zu beobachten, daß das Meinungsbild über Franz Josef Strauß in dieser Form seit vielen Jahren konstant ist. Es hat sich bereits Anfang der 60er Jahre ausgeprägt und ist in den 70er Jahren nur verfe-

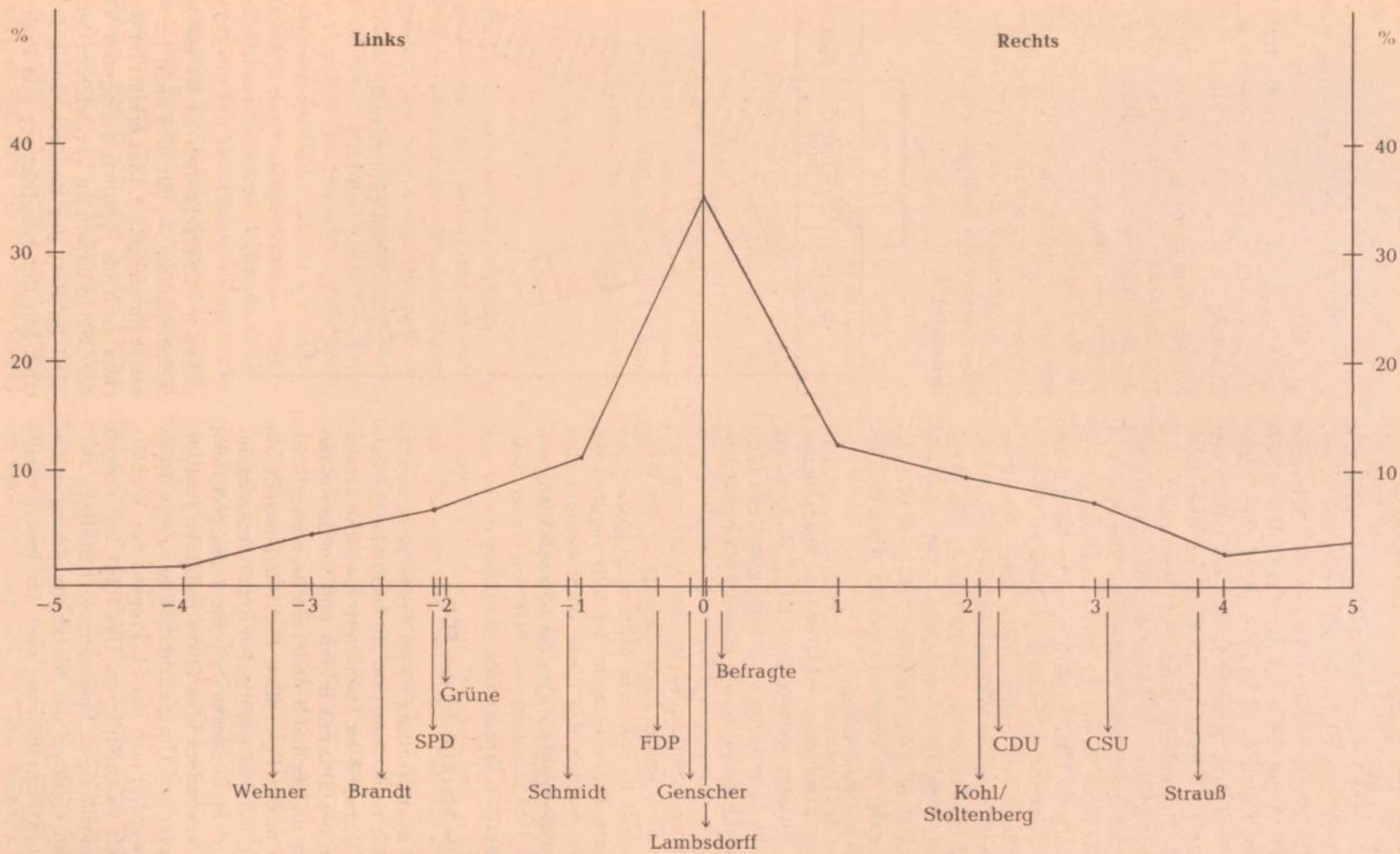
stigt worden. Es ist also das Ergebnis des Kommunikationsprozesses zwischen handelnden Politikern, kommentierender veröffentlichter und öffentlicher Meinung über 25 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland. Dieser langfristige Prozeß erklärt auch das polarisierte Klima, das diese Kandidatur mit sich brachte und das durch anhaltende Aktionen von Kleingruppen, die in den Medien breite Aufmerksamkeit fanden, den Wahlkampfstil der Regierungsparteien und ihr nahestehender Organisationen — die Frankfurter Allgemeine Zeitung verwandte in einem Leitartikel vom 18. Juni 1980 die Formulierung „Hetze statt Wahlkampf“ — und auch durch die Reaktion der Unionsparteien und ihr nahestehender Gruppen gefördert wurde. So wurde Strauß zum polarisierten Thema der Wahl.

Dieses Bild ergibt sich auch bei mehreren anderen Fragen. Über 83 % hielten Strauß für den wichtigsten Politiker der Union, aber nur 53 % gaben ihm eher gute, 47 % eher schlechte Noten, und bei den potentiellen Wechselwählern standen 49 % positive Nennungen 51 % negative gegenüber. Bei SPD- (13 % gute, 83 % schlechte) und FDP-Wählern (4 % gute, 96 % schlechte) stieß Strauß auf nahezu einmütige Ablehnung. Von den Unionswählern erhielt Strauß 92 % positive Nennungen und nur 8 % negative. Das kennzeichnet die Polarisierung der Politik unter den Bedingungen dieser Wahl. Anders war die Situation auf Seiten der SPD: 96 % hielten Schmidt für den wichtigsten Politiker der SPD, 88 % gaben ihm eher gute, nur 12 % eher schlechte Noten. Auch 77 % der Unionswähler beurteilten Schmidt eher positiv. Dem entspricht es, daß auf die Frage nach dem liebsten Kanzler 63 % sich für Schmidt, 37 % sich für Strauß entschieden, auch 16 % der Unionswähler zogen Schmidt ihrem eigenen Kandidaten vor. Nur 2,5 % der SPD-Wähler zeigten eine Präferenz für Strauß. Fast ein Drittel der Unionswähler hätten lieber einen anderen Kanzlerkandidaten gehabt.

5. Die Einordnung auf der Rechts-Links-Skala

Ein anderes Instrument zur Analyse von Parteiensystemen ist die Rechts-Links-Skala; die Begriffe rechts und links haben sich als besonders geeignet erwiesen, die deutsche Politik im Verständnis der Wählerschaft zu ordnen

Schaubild 2:



Auf einer Rechts-Links-Skala (mit 5 möglichen Punkten nach links und 5 möglichen Punkten nach rechts) nimmt die SPD eine Position von 2,1 links, die CDU von 2,3 rechts ein. Angesichts der Selbsteinschätzung der Befragten von 0,1 rechts bedeutet das, daß CDU und SPD nahezu gleichweit von der politischen Mitte entfernt sind. Schmidt kommt der politischen Mitte nach links 1,1 am nächsten, aber Kohl und Stoltenberg sind mit Positionen von rechts 2,1 auch der Selbsteinschätzung der Befragten noch nahe. Anders die Situation von Franz Josef Strauß: Er wird rechts bei 3,8 eingestuft, die CSU im übrigen rechts bei 3,1. Anders formuliert: Neben der fehlenden Vertrauensdimension nahm Franz Josef Strauß im Verständnis der Wählerschaft eine politische Position ein, die an der Peripherie des politischen Flügels der Bundesrepublik Deutschlands steht. Zum Vergleich: Herbert Wehner bekommt die Position links 3,3. Auch dies erklärt die Polarisierung.

Diese Ergebnisse erklären im wesentlichen die Stimmenverluste der CDU/CSU. In einem für die Opposition insgesamt günstigen Meinungsklima verlor die Union trotz hoher Leistungserwartung und Sympathie letztlich, weil ihrem Spitzenkandidaten das Vertrauen versagt blieb und er in der Perzeption der Wählerschaft die politische Mitte nicht ansprechen konnte. Daß dies nicht der SPD zugute kam, zeigt deutlich, daß diese Wahl weniger eine Schmidt-Wahl als eine Anti-Strauß-Wahl war. Wie 1961 profitierte die FDP von dieser Anti-Stimmung. Wie ist dies zu erklären?

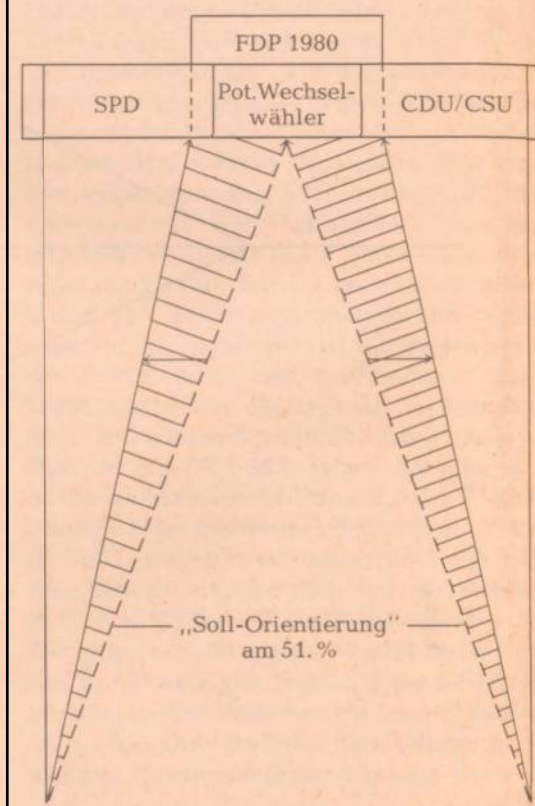
6. Die Marktlücke der FDP

Zur Beantwortung dieser Frage ist es zweckmäßig, noch einmal auf die Rechts-Links-Skala zurückzugreifen. Die unterschiedliche Einstufung der SPD mit Brandt und Wehner einerseits und Schmidt andererseits verdeutlicht, daß in der Perzeption der Wählerschaft die SPD und ihre wichtigsten Repräsentanten außer dem Bundeskanzler nicht die politische Mitte, sondern eine etwas halblinke Position ansprechen. Um mehrheitsfähig zu sein, ist es notwendig, sich am 51. Prozent der Wählerschaft zu orientieren. Das führt im übrigen zwangsläufig zu Spannungsverhältnissen zwischen einer an der Mehrheitsbildung orientierten Parteiführung und der innerpartei-

chen Willensbildung. Im Verständnis der Wählerschaft hatte die SPD in den letzten Jahren diese Position der politischen Mitte angegeben und sich nach links bewegt. Daraus ergibt sich normalerweise die Marktlücke für die FDP, die erfolgreich den Eindruck zu erwecken weiß, sie zöge die Gesamtkoalition in Richtung auf die politische Mitte.

Mit der Nominierung von Franz Josef Strauß zum Spitzenkandidaten ist in der Perzeption der Bevölkerung die Bedeutung der CSU im allgemeinen und von Strauß im besonderen für die CDU/CSU insgesamt deutlich gestiegen und hat damit die Position der gesamten Unionsparteien nach rechts verschoben. Während die rechte Position der CSU unter den sozio-strukturellen Bedingungen Bayerns offen-

Schaubild 3:



sichtlich nicht schädlich ist — sie ist dort mehrheitsfähig —, gilt dies nicht für das gesamte Bundesgebiet. Dies erklärt im wesentlichen auch die deutlich geringeren Verluste der CSU in Bayern im Vergleich zu denen der CDU im Rest der Bundesrepublik Deutschland. Mit der Nominierung von Franz Josef

Strauß gab die Union im Verständnis der Wählerschaft die politische Mitte auf und vergrößerte damit die Marktlücke zugunsten der FDP bis in ihre eigene Wählerschaft hinein. Strauß drückte, bildlich gesprochen, einen Teil des CDU-Wählerpotentials in die Arme der FDP. Durch die Nominierung von Franz Josef Strauß zum Spitzenkandidaten der Union war die Marktlücke der FDP erweitert worden. Hatte sie sich bislang in der Koalition mit der SPD auf jene Wähler konzentrieren müssen, deren Verständnis die SPD an die linke Peripherie des Parteiensystems abgedrängt hatte und die in der FDP den Garanten einer gemäßigten Position der Koalition sahen, so konnte sie jetzt in das Potential der CDU-, teilweise aber auch der CSU-Wähler eindringen, für die die Union mit dem Spitzenkandidaten Strauß die politische Mitte aufgegeben hatte.

Die Aufteilung der Erst- und Zweitstimmen legt diese Interpretation nahe. Die CDU/CSU-Kandidaten haben 1,5 Prozentpunkte mehr Erst- als Zweitstimmen erhalten. 1976 hatte diese Differenz nur 0,3 Punkte betragen. Addiert man die Erststimmen, so erreicht die Union 46 Prozent; ihre Verluste gegenüber 1976 verringern sich dann auf 2,9 Prozentpunkte. Was noch wichtiger ist: Seit 1972 hatte das Stimmensplitting der FDP-Wähler fast

ausschließlich die SPD-Kandidaten begünstigt. Für diejenigen, die mit der Systematik des Wahlrechts vertraut waren und sie zu nutzen wußten, war es typisches Koalitionswahlverhalten, mit der Erststimme SPD-Kandidaten und mit der Zweitstimme FDP zu wählen. Dieses Mal haben offensichtlich aber auch CDU- und sehr begrenzt CSU-Kandidaten bis zu 2 Prozentpunkte mehr Erststimmen erhalten, und zwar von CDU/CSU-Wählern, die ihren Kandidaten treu geblieben sind, die aber den Unionsparteien unter den Bedingungen dieser Wahl ihre Zweitstimme verweigerten. Die Stimmabgabe für die FDP mit der Zweitstimme war ein Ausweichen, weil man einer eigenen Präferenz nicht nachkommen zu können glaubte, und somit ein Ausweg aus einer Spannungslage, die das Meinungsklima dieser Wahl treffend beschreibt. Dabei ist bemerkenswert, daß der Erststimmenüberhang des CSU-Kandidaten mit 0,8 Prozentpunkten deutlich unter dem des CDU-Kandidaten liegt, was erneut verdeutlicht, daß das beschriebene Meinungsklima in Bayern nicht so ausgeprägt war wie in der übrigen Bundesrepublik — aber angesichts der Tatsache, daß es 1976 keine Differenzen zwischen CSU-Erst- und Zweitstimmen gab, ist dies auch ein Hinweis darauf, daß dieses Meinungsklima grundsätzlich auch in Bayern existierte.

IV. Schlußfolgerungen

1. Die SPD hat bundesweit 0,3 Prozentpunkte gewonnen — eine Veränderung, die bei einer um 2 Punkte gesunkenen Wahlbeteiligung nichts aussagt. Die SPD kann zwar mit der FDP mühelos weiter regieren, aber man kann nicht davon sprechen, daß die SPD die Wahl gewonnen hat. Vor dem Hintergrund der deutlichen Verluste der CDU/CSU ist die praktische Konstanz ihres Stimmenanteils bemerkenswert. Sie konnte als die führende Regierungspartei von den Verlusten der Opposition nicht profitieren. Dies ist vor allem auffallend, wenn man das Ergebnis an den Voraussagen und Wahlzielen mißt: Von absoluter Mehrheit und stärkster Partei war die Rede; beides wurde nicht erreicht. Die SPD hat aus der hohen Einschätzung ihres Spitzenkandidaten in der Konfrontation mit Strauß keinen Nutzen ziehen können. Das Bild der Partei ist insge-

samt wenig attraktiv. Insbesondere ist auf die in der Perzeption der Wählerschaft relativ linke Position der Partei im Vergleich zum Bundeskanzler zu verweisen. Solange die SPD diese Position nicht ändern kann, wird sie bei etwa 43 Prozent eine Art Schallgrenze erreicht haben. Darüber hinaus stellt sich auch die Frage, wie sich das Bild Schmidts entwickeln wird, wenn das Kontrastbild von Strauß fehlt. Der polarisierende Wahlkampf, der eben auch den fast vergessenen „Schmidt-Schnauze“ hinter dem Kanzler wieder sichtbar werden ließ, wird Spuren hinterlassen.

Die gerade auch nach der Regierungsbildung in der öffentlichen und veröffentlichten Meinung viel diskutierten Verbraucherscheinungen in der Koalition und insbesondere aufseiten der SPD haben sich im Meinungsbild vor

der Wahl schon deutlich niedergeschlagen. Hier ist durch das gestiegene Gewicht des linken Flügels innerhalb der SPD — erstmalig hat sich die parlamentarische Linke organisiert und verfügt über eine Stärke, die deutlich größer ist als die Mehrheit der Koalition, d. h. sie ist in der Situation einer Veto-Gruppe — die parteiinterne Konfliktlage in der SPD deutlicher, als das in der Vergangenheit der Fall war, verstärkt, und zugleich innerhalb der Koalition institutionalisiert. Das legt die Vermutung nahe, daß dies zu einer weiteren Verschlechterung des Images der SPD führt.

2. Die Gewinne der FDP bedeuten keine substantielle Stärkung der Partei. Es waren Ausweichstimmen von Wählern, die im Spannungsverhältnis zwischen CDU/CSU-Präferenz und Opposition gegen Strauß standen. Das bedeutet aber zugleich, daß es sich hier keineswegs um stabile Anhängerschaften für die FDP handelt, auf die sie in kommenden Wahlen zurückgreifen kann. Aber hier drängt sich der Vergleich zu 1961 auf, als die FDP in einer ähnlichen Spannungslage der Anti-Adenauer-Wahl auf 12,8 % der Stimmen kam, dieses Potential jedoch auch damals nicht stabilisieren konnte.

3. Die Union hat diese Wahl verloren. Daran gibt es nichts zu deuten. Es ist ihr schlechtestes Ergebnis seit 1953.

Unabhängig von allen Einzelfragen stellt sich nach dieser dritten Niederlage der Union als Oppositionspartei die Frage nach ihrer langfristigen Strategie. Sie hat daüber viel, laut und öffentlich und mehr als der Sache dienlich war in der Vergangenheit nachgedacht, ohne dabei das zentrale Problem zu berühren. Sie hat sich 1972 und 1976, erst recht aber 1980 in ihrer Kandidatenauswahl an ihren Stammwählern orientiert. Die Begeisterung, die Strauß entgegenschlug, wenn er zu seinen Anhängern sprach, sagt eben nichts aus über die Zustimmung, die er im Bereich der kritisch distanzierteren Wählerschaft findet, ohne die aber keine Partei mehrheitsfähig ist. Will die Union erfolgreich sein, und dies ist keine Frage ihres Privatvergnügens, sondern die Erfüllung ihrer Aufgaben im parlamentarischen Regierungssystem der Bundesrepublik Deutschland, dann muß sie ihre Spitzenkandidaten rechtzeitig und auf die Vorstellungen dieser Wähler „zugeschnitten“ auswählen. Neben Strauß hielten

z. B. 62 % Kohl und 45 % Stoltenberg für den wichtigsten Mann der Union. Kohl bekam von 71 %, Stoltenberg von 83 % eher gute Noten. Dabei ist bemerkenswert, daß Stoltenberg überwiegend auch von SPD-Wählern (64 % und FDP-Wählern (84 %) eher positiv beurteilt wurde, während die Mehrheit der SPD-Wähler (55 %) Kohl weniger gut, aber eine Mehrheit der FDP-Wähler (54 %) auch ihn eher positiv bewerteten.

Diese Zahlen verdeutlichen, daß es für die Union möglich ist, Zustimmung auch außerhalb der eigenen Anhängerschaft zu finden. Sie muß sich nur an ihren realen Chancen, nicht an der Begeisterung ihrer Anhänger orientieren.

Die Unionsparteien sind trotz der deutlichen Niederlage mehrheitsfähig. Das beweist gerade die Beurteilung der Partei unter den Bedingungen der Kanzlerkandidatur von Strauß. Die Niederlage bedeutet damit kein Menetekel für anstehende Landtags- und Kommunalwahlen.

4. Der Fähigkeit der Opposition, die Unzufriedenheit mit der Regierung aufzufangen, kommt eine besondere Bedeutung zu. Es ist kaum anzunehmen, daß die FDP stets in der Rolle des Oppositionsfilters in der Koalition dies kompensieren kann. Das gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, daß erstmalig seit 1969 die Existenz des Parteiensystems in dieser Form herausgefordert war. Nach den vorangegangenen Erfolgen in den Landtagswahlen in Bremen und Baden-Württemberg hatten viele Beobachter den Grünen eine reale Chance eingeräumt, in den Bundestag einzuziehen. Offensichtlich hatten die inneren Auseinandersetzungen im letzten Dreivierteljahr vor der Wahl den Grünen geschadet, insbesondere die kommunistische Infiltration deutlich werden lassen. 58 % der Bevölkerung hatten von diesen Konflikten gehört und ebenfalls 58 % gaben als Ursache die Einflußnahme Linksextremer an. Das alte Wort: Je roter die Grünen, desto geringer ihre Chancen, wurde bestätigt. Wer dieses Mal noch grün gewählt hatte, kam vom linken Flügel der SPD oder aus dem Bereich der Jungwähler, also einem wesentlichen Teil des Potentials der SPD. Auf der von 5 Punkten nach rechts bis zu 5 Punkten nach links reichenden Skala wurden die Grünen bei links 2,0 eingestuft — bei den Land-

agswahlen, bei denen sie erfolgreich waren, hatten sie in der Einschätzung der Wähler noch eine stärkere Position der Mitte einnehmen können. In dieser neuen Position waren die Grünen der FDP nicht mehr gefährlich.

Es wäre jedoch verfehlt anzunehmen, daß mit der Niederlage bei der Bundestagswahl 1980 das Konflikt- und Protestpotential, das die Grünen ansprechen und zum Teil bereits mit Erfolg angesprochen haben, ausgeräumt worden wäre. Die Chancen der Grünen sind — wie die jeder anderen Protestpartei — um so größer, je weniger die Opposition eine attraktive Alternative zur Regierung darstellt. Das Spannungsfeld zwischen Regierung und Opposition ist die Stabilitätsgarantie des parlamentarischen Systems.

5. Die Demokratie lebt vom Wechsel der Parteiregierungen. Der regelmäßige Wechsel zwischen Regierung und Opposition verdeutlicht die Erneuerungskraft eines politischen Systems, wie sie keinem anderen System eigen ist. Daß die Union stärkste Partei im Deut-

schen Bundestag geblieben ist, ist wichtig; das ist kein Trostpflaster, sondern für die Ausgangssituation 1984 bedeutsam. 1984 stellt sich vor dem Hintergrund dieses Wahlergebnisses die Frage nach der Stabilität und der Innovationskraft der deutschen Demokratie. So wie der Regierungswechsel des Jahres 1969 nach 20jähriger CDU-Führung vielfach, insbesondere im Ausland, als ein Stabilitätsbeweis deutscher Demokratie bewertet wurde, so entsteht 1984 nach 15jähriger Regierungsführung durch die SPD erneut die Frage, ob in der Bundesrepublik Deutschland eine reale Chance des Machtwechsels besteht und ob damit auf Dauer eine stabile und innovationsfähige Demokratie gesichert ist. Unter diesem Aspekt ist das Wichtigste am Wahlergebnis vom 5. Oktober 1980, und zwar nicht nur für die Union, sondern auch für das demokratische System, daß CDU/CSU gerade noch eine Position haben halten können, von der aus sie 1984 glaubwürdig den Anspruch auf eine Übernahme der Bundesregierung anmelden können.

Orientierungsprobleme

Zur Bundestagswahl 1980 und ihren Konsequenzen

I. Vorbemerkung

Die Bundestagswahl 1980 ist — anders als die Wahlentscheidungen 1972 und 1976, bei denen die Fronten zwischen Koalition und Opposition für den Wähler klar erkennbar blieben — geprägt durch eine größer gewordene Unsicherheit der Wähler; diese hat über den 5. Oktober hinaus ihre Spuren hinterlassen.

Die politischen Argumente der Parteien drangen 1980 schwächer durch oder wurden einfach von den durch die Heftigkeit der Auseinandersetzung abgestoßenen Wählern nicht mehr wahrgenommen. Ereignisablauf und politische Entwicklung im Wahlkampf selbst boten nur geringe Chancen, die Zielvorstellungen der Parteien an der Praxis zu messen. Die SPD konnte das Ansehen ihres Spitzenkandidaten nicht voll nutzen, weil sie durch den politischen Gegner mit Erfolg verdächtigt wurde, nach Alleinregierung — mit in den Augen vieler Bürger als gefährlich angesehenen Konsequenzen — zu streben; das Bild der Union hingegen wurde durch die Persönlichkeit ihres Spitzenkandidaten belastet.

So orientierte sich ein Teil der flexiblen Wähler auf beiden Seiten schließlich an taktischen und atmosphärischen Gesichtspunkten, suchte Kontinuität und Stabilität, votierte für Schmidt und gegen Strauß, bestrafte Konfrontation und honorierte Zurückhaltung, indem er via FDP die Koalition zu stärken versuchte.

Die während des Wahlkampfes — durch mangelnde Orientierung und Verzerrung der politischen Realität — aufgetretene Unsicherheit kennzeichnet auch die politische Stimmung nach der Wahl: Beunruhigung und Vertrauensverluste in das politische System werden deutlich meßbar größer. Die Politik der 9. Legislaturperiode steht vor der schwierigen Aufgabe, die Basisdaten und Orientierungen neu zu vermitteln, die durch den Wahlkampf verwischt wurden, wenn verhindert werden soll, daß ein Teil der beunruhigten und staats- wie parteiverdrossenen Wahlbürger neben der politischen und gesellschaftlichen Realität herlebt.

II. Ausgangspositionen der Parteien

Im Gegensatz zur vorgezogenen Bundestagswahl 1972, als die Sozialdemokraten noch im Frühjahr eine schwere Landtags-Niederlage in Baden-Württemberg zu verkraften hatten und ein Mißtrauensvotum im Deutschen Bundestag überstehen mußten, und im Gegensatz zu den Wahlen von 1976, als die weltwirtschaftliche Rezession sich zu Lasten der Regierungsparteien auswirkte und am 3. Oktober zu dem denkbar knappen Koalitionsvorsprung von 10 Mandaten führte, konnten Koalition und insbesondere die Sozialdemokraten die Bundestagswahl 1980 aus einer sehr guten Ausgangsposition angehen: nachdem die Rentendiskus-

sion von 1976, die zum Verzicht des Bundesarbeitsministers Arendt auf ein Ministeramt in der neuen Koalitionsregierung führte, und die in Kreuth ausgelöste Auseinandersetzung zwischen CSU und CDU die öffentliche Stimmung nachhaltig geprägt und die Terroranschläge auf Ponto, Buback und schließlich Hanns Martin Schleyer das Vertrauen in die Regierung 1977 deutlich erschüttert hatten, verbesserte die geglückte Befreiung der entführten Lufthansa-Maschine „Landshut“ Ende November 1977 die Position von Bundeskanzler, Regierungskoalition und SPD erstmals merklich.

Die Koalition, im Jahresdurchschnitt 1977 auf ein Wählerpotential von 47% (gegenüber einem von 51% der Opposition) gesunken, erreichte bis 1979 (Jahresdurchschnittswert) 50%, während sich das Oppositionspotential von 51% 1977 auf 47% 1979 verringerte. Anders als in den vorhergehenden Legislaturperioden, in denen die SPD in den folgenden Landtagswahlen stets Einbußen hinnehmen mußte, gelang es den Sozialdemokraten in den Landtagswahlen 1978/79, bei neun von elf Landtagswahlen Stimmengewinne zu erzielen, während die Bonner Oppositionsparteien bei zehn Landtagswahlen (Ausnahme: Abgeordnetenhaus-Wahlen in Berlin 1979) Wähler verloren. Hatten die Sozialdemokraten in den Landtagswahlen 1974—76 nur einen Stimmenanteil von 39,9% (2,7% unter ihrem Bundestagswahlergebnis 1976) erreichen können, so erzielten sie 1978/80 einen durchschnittlichen Wähleranteil von 41,5%. Gleichzeitig verloren CDU/CSU in den Jahren 1978/80 gegenüber der vorhergehenden Landtagswahlserie (von 51,4% auf 48,7%) wie auch die FDP (von 6,9% auf 5,9%) deutlich. Die FDP verpaßte 1978 bei den Bürgerschaftswahlen in Hamburg und den niedersächsischen Landtagswahlen sowie im Mai 1980 in Nordrhein-Westfalen den Einzug in die Landesparlamente.

Stimmungsklima vor der Bundestagswahl '80

Gegenüber 1977 von der Bevölkerung deutlich positiver bewertet wurden auch die politischen Verhältnisse in der Bundesrepublik und — bis Ende 1979 — die gesamtwirtschaftliche Entwicklung. Die Bewertung der Bundesregierung und des Bundeskanzlers blieben seit Beginn des Jahres 1978 bis zur Bundestagswahl 1980 auf hohem Niveau stabil, während der große Vorsprung des Bundeskanzlers vor dem Spitzenkandidaten der Opposition durch die Kandidatur von Franz Josef Strauß als Kanzlerkandidat der Union im Juni 1979 vorerst keine wesentliche Veränderung erfuhr; er vergrößerte sich erst zum Termin der nordrhein-westfälischen Landtagswahl am 11. Mai 1980 und wurde in der Polarisierung des Bundestagswahlkampfes schließlich knapper¹⁾.

¹⁾ infas-Erhebungen 1980.

Die außenpolitischen Konflikte 1979/80 — die Iran-Krise und insbesondere der Einmarsch der Sowjets in Afghanistan — wirkten sich, anders als von der Opposition erwartet, nicht zu Lasten der die Entspannungspolitik repräsentierenden Bundesregierung aus, sondern stärkten lediglich die Bedeutung des Aufgabenbereiches „Friedenssicherung“, bei dem die Koalition einen deutlichen Kompetenzvorsprung vor der Opposition vorzuweisen hatte. Trotz der anhaltenden öffentlichen Diskussion über die sowjetische Invasion, die Verpflichtungen den USA gegenüber und insbesondere den Olympia-Boycott zeigten verschiedene demoskopische Umfragen²⁾, daß die bundesdeutsche Bevölkerung nach zehn Jahren Entspannungspolitik mit großer Stabilität zur politischen Linie der Bundesregierung stand. Das kam im Ergebnis der nordrhein-westfälischen Landtagswahlen vom 11. Mai 1980, die der Bundeskanzler und Ministerpräsident Rau vor allem mit für eine regionale Wahl ungewöhnlichen friedenspolitischen Schwerpunktaussagen bestritten hatten, überzeugend zum Ausdruck: Die Sozialdemokraten gewannen 48,4% (3,3% mehr als 1975) und die absolute Mehrheit, die CDU erzielte 43,2% (3,8% weniger als 1975); die durch interne Querelen geschwächte FDP wurde zwischen den um die Macht ringenden großen Parteien buchstäblich zerrieben. Die wenige Wochen später zuerst von Elisabeth Noelle-Neumann in die Welt gesetzte These von einer auch bundesweit möglichen absoluten Mehrheit der Sozialdemokraten erhielt einen Anschein von Glaubwürdigkeit³⁾.

Unsicherheitsfaktoren 1980

Die bis in den Sommer 1980 insgesamt günstige Position der Sozialdemokraten und der Bonner Regierungskoalition wurde — immer wieder unberechenbar — beeinträchtigt durch das Phänomen der „Grünen“; diese erzielten als anfangs nur regional bedeutsames Sammelbecken ökologisch engagierter, vorwiegend jüngerer Bürger und einer Gruppierung von Protestwählern in Kommunalwahlen und Landtagswahlen 1978/79 ernst zu nehmende Erfolge und wurden bei der Europawahl 1979

²⁾ Allensbach/infas Februar/März 1980.

³⁾ „Bild“-Interview vom 22. Juli 1980.

bundesweit präsent. Sie konnten auf Anhieb einen Stimmenanteil von 3,2% erzielen, im gleichen Jahr in die Bremer Bürgerschaft und 1980 in den baden-württembergischen Landtag einziehen, verloren jedoch nach öffentlich breit diskutierten inneren Konflikten in einer verstärkt außenpolitisch geprägten Wahlauseinandersetzung in Nordrhein-Westfalen deutlich wieder an Terrain. Die Alternative, die sie insbesondere jüngeren Wählern anboten, bedeutete im Hinblick auf die Bundestagswahl 1980 für die Koalitionsparteien, aus deren potentieller Anhängerschaft sich die Grünen mehrheitlich rekrutierten, dennoch eine latente Gefahr, zumal sie vor allem die SPD, aber auch die FDP, zu einer Zwei-Fronten-Argumentation — gegenüber der CDU/CSU als Konkurrenten um die Regierungsmacht und gegenüber den „Grünen“ als unberechenbarem Mitbewerber um wichtige Stimmenanteile — zwangen. Nur 2% sozialliberale Stimmen an die „Grünen“ hätten die Koalition im Jahr 1976 bereits ihre knappe Mehrheit kosten können.

Wesentlicher Unsicherheitsfaktor vor Beginn des Wahlkampfes 1980 aber war vor allem, daß nach der Nordrhein-Westfalen-Wahl demoskopischen Ergebnissen zufolge eine überwältigende Mehrheit der Bevölkerung einen gro-

Der Ergebnisablauf sowie die von den Parteien gesetzten Themen und Argumente verwischten im Bundestagswahlkampf 1980 die klaren Entwicklungslinien der Vorwahlzeit so sehr, daß bei einem großen Teil der Bevölkerung — wie spätere Untersuchungen erweisen — das Gefühl der Desinformation und Orientierungslosigkeit zur Suche nach möglichst einfachen Lösungen, Kontinuität und Stabilität der politischen Strukturen aufrechtzuerhalten, führte⁴⁾: Zweitstimmen-Splitting zugunsten der FDP schien, wie sich frühzeitig andeutete und später zeigen sollte, für eine größere Zahl von Wählern der einfachste Weg zu sein, um aus der Verunsicherung herauszukommen.

Die in Nordrhein-Westfalen erfolgreich erprobte außenpolitische Trumpfkarte der Bundesregierung verlor nach dem Moskau-Besuch von Bundeskanzler und Bundesaußenmi-

ßen Wahlsieg der Koalition vor der CDU/CSU erwartete⁴⁾, manche des Einzugs der Freien Demokraten in den Deutschen Bundestag aber nicht so sicher waren. Diese Erwartungshaltung implizierte für die Sozialdemokraten spätestens seit dem 11. Mai die Gefahr einer Demobilisierung durch Stimmenthaltung, Stützungsstimmen für die FDP und alternative Entscheidung für die „Grünen“. Ein ungewollter Frühstart der Sozialdemokraten hatte deren bis dahin bereits guten Chancen derart verbessert, daß sie sich verschlechtern mußten. In ihrer Nachwahlanalyse hebt die SPD denn auch hervor:

„Nordrhein-Westfalen hat zwei schwierige Konsequenzen: Es begann eine Debatte über die Möglichkeit, die absolute Mehrheit auch im Oktober zu gewinnen. Alle Bemühungen, sie zu stoppen, fruchteten kaum. Das Wahlziel, stärkste Partei zu werden, wurde von einem Großteil der öffentlichen Meinung und der eigenen Partei als taktische Tiefstapelei empfunden oder bezeichnet. Die Abstimmungs-pannen der letzten Parlamentswochen konnten diese öffentliche Stimmungslage kaum beeinflussen, führten aber zusätzlich zu der Vollmobilisierung der FDP, die den Schock, die Landtagspräsenz in Düsseldorf nicht wieder erreicht zu haben, voll für sich ausnutzte.“⁵⁾

III. Die Wahlauseinandersetzung

nister Ende Juni, bei dem noch einmal die Kongruenz politischer Ankündigung und politischen Handelns (SPD-Wahlprogramm: „... in schwieriger Zeit muß man mehr miteinander sprechen und nicht weniger“) verdeutlicht werden konnte, rasch an Gewicht. Die Streiks in Polen erzeugten ein derart belastetes Klima, daß zuerst der polnische Parteichef Gierek wenige Wochen vor seiner endgültigen Ablösung am 18. August sein für den 19. und 20. August in Hamburg geplantes Treffen mit Bundeskanzler Helmut Schmidt kurzfristig absagen mußte und sich Helmut Schmidt selbst am 22. August gezwungen sah, „wegen

⁴⁾ Vgl. STERN Nr. 39 vom 18. 9. 1980, SPIEGEL Nr. 39 vom 22. 9. 1980.

⁵⁾ Die Wende nach dem Sommerloch, in: Vorwärts vom 26. 2. 1981, Nr. 10, S. 19.

⁶⁾ Infratest-Studie Oktober/November 1978.

der Entwicklung der letzten Tage in Europa" sein für den 28. und 29. August in der DDR geplantes Treffen mit dem Staatsratsvorsitzenden Honecker absagen zu müssen. Die Kombination von politischer Argumentation und kongruentem politischen Handeln, die der Regierungslinie ein so hohes Maß an Überzeugungskraft verliehen hatte und auf dem Höhepunkt des Wahlkampfes in den Medien breit diskutiert wurde, verlor ihr Gewicht. Der Opposition fielen bekräftigende Argumente ihrer These vom Ende der Entspannungspolitik nachgerade in den Schoß; diese wurden aber durch propagandistische Überdehnungen, wie etwa durch Bemerkungen des Unions-Kanzlerkandidaten Strauß von „Schmidts Freund“ Gierek, schlecht genutzt. Nicht erhellen ließ sich nach der Bundestagswahl, ob insbesondere die Sozialdemokraten auch nach der Einengung der außenpolitischen Handlungsmöglichkeiten der Bundesregierung durch die Ereignisse in Polen das Thema „Friedens- und Entspannungspolitik“ angesichts einer mehrheitlich für die Fortsetzung dieser Politik engagierten Bevölkerung im Wahlkampf weiter argumentativ hätten vertiefen und so die Thematik des Wahlkampfes offensiv steuern sollen. Symptomatisch erscheint, daß in den Wahlkampf-Reden des Bundeskanzlers das Thema Friedenssicherung zuerst breit am Beginn und später — reduziert — am Ende der Reden stand.

Chancen der Opposition

Die bis zur Wahl fortgesetzte Diskussion über die anlässlich des öffentlichen Gelöbnisses von Bundeswehrrekruten am 6. Mai in Bremen ausgebrochenen Krawalle — verstärkt durch die Konstituierung des Verteidigungsausschusses des Deutschen Bundestages als Untersuchungsausschuß und die parallel laufenden Untersuchungen in Bremen — bot der Opposition Chancen, außen-, sicherheits- und innenpolitische Aspekte argumentativ zu verknüpfen und die Sozialdemokraten der mangelnden Verteidigungsbereitschaft, der Unzuverlässigkeit im Bündnis sowie der Volksfront-Bildung durch die sogenannte „Moskau-Fraktion“ zu verdächtigen. Angebliche Fahndungsspannen in Hamburg, für die Innenminister Baum verantwortlich gemacht wurde, und der Bombenanschlag eine Woche vor der Bun-

destagswahl auf dem Münchner Oktoberfest hielten das Thema „innere Sicherheit“ aktuell, während es im wirtschafts- und finanzpolitischen Bereich der Opposition gelang, unterstützt durch einen in den Medien lebhaft und kontrovers diskutierten Hirtenbrief der katholischen Bischöfe, das Thema „Staatsverschuldung“ so plastisch herauszuarbeiten, daß es für breite Teile der Bevölkerung zum Synonym für die Gesamtbelastung der öffentlichen Haushalte eingangs der achtziger Jahre wurde. Insofern begünstigte die Kette der Ereignisse, die zwischen dem Frühsommer und dem Wahlsonntag im Herbst Bedeutung erlangten, die Opposition deutlich.

Kandidatenproblematik der Union

In der Kandidatenfrage blieb die CDU/CSU demgegenüber trotz aller seit dem Sommer des vorhergehenden Jahres erfolgten Bemühungen, das Image von Franz Josef Strauß aufzuhellen, eindeutig im Nachteil. Bei der Frage nach einer fiktiven Direktwahl zwischen Schmidt und Strauß entschieden sich Anfang 1980 rund 60% der Wähler, also auch ein beachtlicher Anteil von Unionswählern, für den Kanzler und nur rund ein Viertel für den bayerischen Ministerpräsidenten. Damit war der Vorsprung Schmidts 1980 vor Strauß weit größer als 1976 vor dem damaligen Kanzlerkandidaten Kohl (50 : 30). Die Union — insbesondere die CDU und ihr Generalsekretär Geißler — versuchte, dieser Belastung schon in einem recht frühen Stadium des Wahlkampfes zu begegnen, indem sie in einer breit angelegten Kampagne — von Überreaktionen auf die kleinste Satire zum Thema Strauß angefangen bis hin zu einer Bonner Ausstellung aller „Verunglimpfungen“ des Unionskandidaten — Sozialdemokraten und ihren gewollten und unerwünschten Wahlhelfern eine persönliche Diffamierungskampagne des Unionskandidaten unterstellte. Diese vor der Wahlkampf-schiedsstelle fortgesetzte Aktion hatte das Ziel, dem Kanzlerkandidaten der Union vorbeugend gegen spätere Angriffe zu immunisieren. Franz Josef Strauß, insbesondere vom Bundeskanzler als intelligent, aber unberechenbar und deshalb gefährlich herausgestellt, nahm dieser Entlastungskampagne einiges von ihrer Durchschlagskraft, weil er seinerseits in seinen Wahlkampfauftritten pole-

misch auf Schmidt zielte („...reif für die Nervenheilstalt“) und schließlich (in der ZDF-Sendung „Bürger fragen — Politiker antworten“) sogar die „SPIEGEL“-Affäre aufgriff, obwohl ihn die Initiative der Union eigentlich davor hatte bewahren sollen.

Die programmatischen Vorstellungen der Parteien waren hinter den in den Medien erörterten politischen Entwicklungen, den Schlagworten und der Diskussion um den Stil, mit dem sich die konkurrierenden großen Parteien bekämpften, kaum zu erkennen. Am schwersten tat sich noch die SPD, die auf ihrem Essener Wahlparteitag im Juni unter dem eher statischen Titel „Sicherheit für Deutschland“ ein voluminöses Wahlprogramm verabschiedete und ihren Wahlaussagen tatsächlich unterlegte. CDU und CSU verabschiedeten — die CDU auf einem Bundesparteitag und die CSU lediglich durch ihren Parteiausschuß — im Mai unter den Titel „Für Frieden und Freiheit in der Bundesrepublik Deutschland und der Welt“ ein Wahlprogramm, in dem die Negativ-Positionen die programmatischen Vorstellungen bei weitem überwogen, der politische Gegner eine größere Rolle spielte als die eigenen Zielvorstellungen. Die FDP beschloß im Juli 1980 in Freiburg unter dem Titel „Unser Land soll auch morgen liberal sein“ zwar ein Wahlprogramm, argumentierte mit den Slogans „Diesmal geht's ums Ganze ... Für die Regierung Schmidt/Genscher, gegen Alleinherrschaft einer Partei, gegen Strauß“ und „Faustregel '80: Zweitstimme FDP“ im Wahlkampf aber weitgehend taktisch.

Die heiße Phase des Wahlkampfes

Während die SPD in ihrem Wahlkampf die positive Alternative („Das will die SPD — Das will die SPD auf keinen Fall“) in Anzeigen, auf Plakaten und in dem bundesweit erstmalig eingesetzten Boulevard-Blatt „Zeitung am Sonntag“ in den Vordergrund stellte und den Unionskandidaten eher am Rande angriff (Anzeigentext: „Helmut Schmidt statt Strauß: Den Frieden Wählen“), stützten sich CDU und stärker noch CSU in allen Wahlkampfmedien auf eine Negativ-Argumentation. So heißt es in Anzeigen der CSU unter dem Motto „Den Sozialismus verhindern“ u. a.: „Über 10 Jahre Linksregierung Schmidt/Genscher in Bonn haben die Bundesrepublik in eine fatale Situation gebracht

... Über 10 Jahre Linksregierung Schmidt/Genscher haben dem Sozialismus den Weg bereitet, die Moskau-Fraktion im Bundestag ermöglicht.“ Und bei der CDU heißt es dementsprechend: „Mit beiden Stimmen den Sozialismus stoppen“. Mit der innen- und außenpolitischen Verknüpfung tief verwurzelter Ängste der deutschen Bevölkerung vermochte es die Union in semantisch ausgeklügelten Verdächtigungen (Beispiele: Volksfront und Moskau-Fraktion, Planung einer Währungsreform), das Konfrontationsklima extrem zu verschärfen.

Die 1980 erstmals eingerichtete „Gemeinsame Schiedsstelle der im Bundestag vertretenen Parteien“, zuerst von der Union und dann auch von der vorher zögernden SPD mit scheinbaren und echten Vorwürfen über Verstöße gegen das Wahlkampfabkommen geradezu überschüttet, bewirkte letztlich nur, daß mit der Berichterstattung über die ihr vorliegenden Verstöße und Entscheidungen die Konfrontationen und Entgleisungen im Bundestagswahlkampf 1980 in den Medien verstärkt dargestellt wurden. Die SPD resümierte in ihrer Wahlanalyse bitter: „Die Schiedskommission ließ sich durch Geißler und Stoiber zu einem Instrument der politischen Öffentlichkeitsarbeit der CDU/CSU umfunktionieren (vom Rentenbetrüger zum Rentenbetrug). Die Neigung für ausgewogene Schiedssprüche ließ bei allem Bemühen unseres Vertreters um Klarheit und Verhältnismäßigkeit den Eindruck aufkommen: die SPD ist nicht besser als die CDU/CSU, und gestattete der FDP, die Position des feinen Mannes zu übernehmen.“

Insbesondere die audiovisuellen Medien bemühten sich — intensiver als je zuvor —, den Bundestagswahlkampf (Parteien, Wahlkämpfe und Argumente) in Hearings, Diskussionen der Spitzenkandidaten und Sonderbeiträgen umfassend darzustellen. Allein im September wurden den Wahlbürgern mehr als zwanzig, sich oft über mehrere Stunden erstreckende Sendungen zur Bundestagswahl angeboten. Diese zwar gut gemeinte, aber für den weniger politisch interessierten Normalbürger doch stark belastende intensive Integration in den Wahlkampf dürfte weniger Argumente vermittelt als vielmehr dazu beigetragen haben, daß der Bundestagswahlkampf 1980 — wie spätere Umfragen auswiesen — als übertriebene und unangemessene Auseinandersetzung bewertet wurde. Die von der CDU/CSU in die Wahlauseinandersetzung

eingebraachte Polemik trübte bis in die letzte Fernsehdiskussion hinein, in der am 2. Oktober 1980 Schmidt, Genscher, Kohl und Strauß gemeinsam vor den Bildschirm traten, das Bild ihres Hauptgegners; dieser sah sich gezwungen, die psychologisch geschickt angelegten Unterstellungen zurückzuweisen und sich damit

selbst auf die gleiche Argumentationsebene zu begeben. Deutlich wurde schon einige Wochen vor dem Wahltermin, daß die FDP — vom Generalangriff der Union auf den „Sozialismus“ unberührt und entsprechend maßvoll — aus der Konfrontation der beiden Großen ihren Nutzen würde ziehen können.

IV. Das Wahlergebnis

Die Wählerentscheidung vom 5. Oktober brachte den erwarteten Wahlsieg der Koalition — allerdings mit höheren Zweitstimmengewinnen für die FDP als erwartet: die SPD erreichte mit 42,9 % ihr zweitbestes Stimmenergebnis seit 1949, gewann gegenüber der Bundestagswahl 1976 aber nur 0,3 % an Stimmen hinzu; die FDP verzeichnete mit 10,6 % Stimmenanteil ihr drittbestes Ergebnis seit 1949 und gegenüber 1976 ein Stimmenplus von 2,7 %; die CDU/CSU erreichte 44,5 % — ihr schlechtestes Ergebnis seit 1953 — und verlor gegenüber 1976 einen Stimmenanteil von 4,1 % (CDU 3,8, CSU — sehr viel stabiler — nur 0,3 %).

Der Zweitstimmenanteil der Grünen lag mit 1,5 % unter der Hälfte ihres Europawahlergebnisses von 1979.

Regionale Entwicklungen

Regional mußte die CDU in den Ländern Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Hamburg erheblich über ihrem Durchschnittsverlust (– 3,8 %) liegende Stimmeneinbußen (zwischen 4,7 und 5,9 %) hinnehmen, während die CSU in Bayern lediglich Verluste von 2,5 % verzeichnete. Deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegende Zweitstimmenergebnisse erhielt die SPD im Saarland — vor allem auf Kosten der FDP, die hier ihren geringsten Zuwachs erzielte —, in Niedersachsen und Rheinland-Pfalz, während die FDP in Schleswig-Holstein, Hamburg — hier auch deutlich auf Kosten der SPD — und Niedersachsen ihre höchsten Zuwächse verzeichnete. Die Grünen erzielten ihre besten Ergebnisse in den Stadtstaaten Hamburg (2,3 %) und

Bundestagswahlen 1980, 1976 und 1972

Wahlberechtigte Wähler Wahlbeteiligung Gültige Erststimmen Gültige Zweitstimmen	Vorläufiges Endergebnis 1980					Amtliches Endergebnis 1976					Amtliches Endergebnis 1972			
	Erststimmen		Zweitstimmen			Erststimmen		Zweitstimmen			Erststimmen		Zweitstimmen	
	abs.	%	abs.	%	Veränderung 1976	abs.	%	abs.	%	Veränderung 1972	abs.	%	abs.	%
	43 207 080					42 058 015					41 446 302			
	38 303 519					38 165 753					37 761 589			
	88,7 %					90,7 %					91,1 %			
	37 809 231					37 695 644					37 303 779			
	37 942 452					37 822 500					37 459 750			
CDU/CSU	17 410 946	46,0	16 900 370	44,5	–4,1	18 431 671	48,9	18 394 801	48,6	+3,7	16 925 438	45,4	16 806 020	44,9
SPD	16 809 311	44,5	16 262 096	42,9	+0,3	16 471 321	43,7	16 099 019	42,6	–3,2	18 228 239	48,9	17 175 169	45,8
FDP	2 720 857	7,2	4 030 608	10,6	+2,7	2 417 683	6,4	2 995 085	7,9	–0,5	1 790 513	4,8	3 129 982	8,4
Die Grünen	731 210	1,9	568 265	1,5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Sonstige Parteien	136 607	0,4	181 113	0,5	–0,4	374 969	1,0	333 595	0,9	0	359 589	1,0	348 579	0,9
	Mandatsverteilung					Mandatsverteilung					Mandatsverteilung			
	1980		Veränderung zu 1976			1976		Veränderung zu 1972			1972			
CDU/CSU	226		–17			243		+18			225			
SPD	218 *)		+4			214		–16			230			
FDP	53		+14			39		–2			41			
	497 *)					496					496			

*) Ein Überhangmandat in Schleswig-Holstein
Quellen: Statistisches Bundesamt; Bundeswahlleiter

Bremen (2,7%), während sie im Saarland und in Nordrhein-Westfalen, wo sie bis 1980 bereits in den Landtagswahlen gescheitert waren, mit etwas über 1% ihre geringsten Anteile erreichten.

Insgesamt zeigten die Stimmenverluste der Union und die Werte der FDP ein deutliches Nord-Süd-Gefälle zu Lasten der Union im Norden, während die SPD ihre höchsten Zuwachsraten unabhängig davon in einem Gürtel erzielte, der sich von Niedersachsen über Hessen und Rheinland-Pfalz bis ins Saarland erstreckte.

Anders als in den bisherigen Bundestags- und Landtagswahlen scheinen die regionalen Entwicklungen in den einzelnen Bundesländern 1980 eine größere Bedeutung als die soziologischen Strukturen — sozioökonomisch wie konfessionell — gehabt zu haben. Die Besitzstandverhältnisse insbesondere der beiden großen Parteiengruppierungen haben sich in ihren Hochburgen und Stadtgebieten nicht mehr so stark abgeflacht wie in früheren Jahren, wengleich der „bisher schon beobachtete säkulare Trend der Angleichung an die Unionsparteien“⁷⁾ sich zugunsten der SPD im ländlich-katholischen Raum weiterhin fortsetzte: die Sozialdemokraten verzeichneten in ländlichen und katholischen Gebieten ihre höchsten Zugewinne gegenüber der Vorwahl, während die FDP zu Lasten der Union ihre Position im Dienstleistungsbereich und in Gebieten mit einer überwiegend evangelischen Bevölkerung verbessern konnte. Doch scheinen die Veränderungen in den einzelnen Bundesländern, bedingt durch unterschiedliche politische Entwicklungen in den jeweiligen Ländern, wie etwa die FDP-Position im Saarland oder das Verschwinden der FDP aus dem nordrhein-westfälischen Landtag 1980, in der Dimension größere Bedeutung gehabt zu haben als die soziostrukturellen. Feist/Liepelt vermuten deshalb, daß das länderspezifische Bewußtsein der Wähler über Klassen und Konfessionsgrenzen hinweg soweit aufgewertet worden sei, „daß im Ergebnis heute auch Bundestagswahlen von der politischen Sonderentwicklung in den Ländern mitbestimmt werden“. Damit habe sich ein voluntaristisches

Element in der deutschen Wahllandschaft durchgesetzt, das durch den Prozeß der Angleichung der beiden Wählerblöcke längerfristig vorauszusehen gewesen sei⁸⁾.

Bei der Differenzierung des Wahlverhaltens nach Geschlecht und Alter hat sich die SPD bei den Frauen (um knapp ein Prozent) und bei den Jungwählern (18 bis 25 Jahre) ebenfalls um knapp ein Prozent gegenüber 1976 verbessern können, während die CDU/CSU gegenüber der vorhergehenden Bundestagswahl rund 5% ihrer weiblichen Wähler und rund 2% ihrer Wähler zwischen 25 und 35 Jahren einbüßte. Die FDP verzeichnete Zugewinne bei den Frauen und in allen Altersgruppen. Für die Grünen zeigte sich: ihr Jungwähleranteil (43,3%) ist drei- (SPD und FDP) bis viermal (CDU/CSU) so hoch wie der Anteil der 18- bis 25jährigen bei den übrigen Parteien⁹⁾.

Stimmensplitting

Mit einem Zweitstimmenüberhang von 3,4 Prozentpunkten gegenüber ihrem Erststimmenanteil (7,2%) profitierte die FDP bei der Bundestagswahl 1980 vom Stimmensplitting nahezu so intensiv wie 1972 (Zweitstimmenüberhang: + 3,6 Prozentpunkte). Dem entsprach aber nicht wie 1972 ein schwerpunktmäßiges Zweitstimmendefizit der SPD (1972: - 3,1), sondern diesmal verzeichneten SPD wie CDU/CSU ein gleich hohes Zweitstimmendefizit (- 1,6); für den „naiveren“ Interpreten ist dies ein Hinweis auf ein scheinbar ausgewogenes Stimmensplitting zugunsten der FDP aus beiden großen Parteilagern.

Jedoch liegen die Dinge beim Stimmensplitting wesentlich verwickelter; dies zeigt die regionale Analyse der Erst-/Zweitstimmendifferenzen ebenso wie die repräsentative Wahlstatistik:

So ist ein deutliches Nord-Süd-Muster des Stimmensplittings festzustellen; im Süden hauptsächlich zu Lasten der Zweitstimmenanteile der Union und im Norden zu Lasten der

⁷⁾ Bericht der Forschungsgruppe Wahlen, Mannheim, 9. Oktober 1980, S. 44.

⁸⁾ Ursula Feist, Klaus Liepelt, Stärkung und Gefährdung der Sozial-liberalen Koalition — Das Ergebnis der Bundestagswahl vom 5. Oktober 1980, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 1/1981.

⁹⁾ Wählerverhalten bei der Bundestagswahl 1980 nach Geschlecht und Alter, in: Wirtschaft und Statistik, 1/1981, S. 14—26.

Zweitstimmenanteile der SPD, jeweils mit der Folge eines überdurchschnittlichen Zweitstimmenüberhangs für die FDP; mit unter-

durchschnittlichen Netto-Effekten des Stimmensplittings schert allein Bayern aus diesem Nord-Süd-Muster aus.

Stimmensplitting 1980 in Bundesländern			
	Differenz Erst-/Zweitstimmen		
	CDU/CSU	SPD	FDP
Bundesgebiet insgesamt	+1,6	+1,6	-3,4
Schleswig-Holstein	+1,8	+3,1	-4,9
Hamburg	+1,2	+3,1	-4,5
Baden-Württemberg	+2,3	+1,4	-4,2
Bayern	+1,0	+0,7	-1,9

Quelle: infas-Wahlberichterstattung

Das infas-Institut ermittelte jedoch außerdem, daß das Ausmaß von Zweitstimmendefiziten der großen Parteien auch von Gewicht und Chancen der Wahlkreisandidaten abhängt: In stark umkämpften Gebieten, wo sich die Wähler eine Wirkung ihrer Erststimme auf die Kandidatenauswahl ausrechnen konnten, ergeben sich die größten Erststimmenüberhänge ebenso wie dort, wo prominente Politiker kandidierten, wie etwa im Wahlkreis 165 Esslingen (Volker Hauff), München-Nord (Hans-Jochen Vogel) und Hamburg-Bergedorf (Helmut Schmidt).

Einen weiteren, wenn auch immer noch unvollständigen Einblick in das Phänomen des Stimmensplittings gestattet die repräsentative Wahlstatistik. Nach ihr, die auf der Analyse

von ausgewählten Stimmbezirken beruht, war der Anteil differierender Erst- und Zweitstimmenabgabe 1980 mit 10,2 % höher als 1976 (6 %), aber auch als 1972 und 1969 (je 8,8 %). Der Vergleich von Erst- und Zweitstimmenübereinstimmung, den die repräsentative Wahlstatistik ermöglicht, zeigt überraschenderweise für die 1980 der Union verbliebenen Wähler kein wesentlich anderes Muster als in den Wahlen 1976 und 1972; auch bei der SPD-Wählerschaft sind die Verschiebungen, zumindest gegenüber 1972, gering:

Merklich verändert hat sich lediglich die Zusammensetzung der FDP-Stimmen. Wie die Transformation der Daten unter Berücksichtigung des FDP-Zweitstimmenanteils in den letzten drei Bundestagswahlen in der Tabelle unten ausweist,

Von den Zweitstimmen für stammen von Erststimmenwählern der				
		SPD %	FDP %	CDU %	CSU %	Summe %
SPD	1980	92,4	3,5	1,6	0,5	98,0
	1976	95,0	2,5	0,9	0,3	98,7
	1972	94,1	3,0	1,4	0,4	98,9
FDP	1980	35,5	48,5	11,6	1,7	97,3
	1976	29,9	60,7	6,8	1,2	98,6
	1972	52,9	38,2	6,7	1,2	99,0
CDU	1980	1,2	0,8	97,1	—	99,1
	1976	1,1	0,8	97,2	—	99,1
	1972	1,4	0,8	96,9	—	99,1
CSU	1980	1,5	0,9	—	96,1	98,5
	1976	1,3	0,8	—	96,9	99,0
	1972	1,9	0,6	—	96,3	98,8

Quelle: Repräsentative Wahlstatistik

— ist der Anteil übereinstimmender Erst- und Zweitstimmen — schon 1976 für die FDP beträchtlich (ca. 4,8 %) — weiter gestiegen (auf ca. 5,1 %, 1972: ca. 3,2 %),

— stammen 1980 deutlich mehr FDP-Zweitstimmen (ca. 3,8 %) als 1976 (ca. 2,4 %), wenn auch weniger als im Leihstimmenjahr 1972 (ca.

4,4 %), von Erststimmenwählern der SPD,

— hat sich der Anteil von Erststimmenwählern der Union stammenden FDP-Zweitstimmen, der auch 1980 (ca. 1,4 %) wesentlich niedriger liegt als der von SPD-Erststimmenwählern (ca. 3,8 %), gegenüber 1976 (0,6 %) und 1972 (ca. 0,7 %) verdoppelt.

Die FDP-Zweitstimmen stammen von Erststimmenwählern der ...

	Zweitstimmen-Anteil insgesamt	SPD %	FDP %	CSU %	CDU %	Sonstige %
1980	10,6	3,76	5,14	1,23	0,18	0,22
1976	7,9	2,36	4,79	0,53	0,09	
1972	8,4	4,44	3,21	0,56	0,10	

Verrechnung nach Angaben der repräsentativen Wahlstatistik 1980

Damit stammen auch 1980 FDP-Zweitstimmen wesentlich häufiger von SPD- als von CDU/CSU-Wählern.

Relativ sicheren Aufschluß über die Parteiloyalität der „Stimmensplitter“ liefern erst — wenn auch wegen kleiner Fällezahlen mit geringerer Sicherheit — Repräsentativumfragen anhand der Pauschalangabe der bei der Bundestagswahl gewählten Partei, die mit den differenzierten Angaben zum Erst- und Zweitstimmenverhalten verglichen werden können:

Zwar tritt das Stimmensplitting unter SPD-Wählern dreimal häufiger (12 %) als unter CDU/CSU-Wählern (4 %) auf, jedoch ähneln sich die „Stimmensplitter“ der beiden großen Parteien stark: Zu zwei Dritteln haben sie ihrer Partei ihre Erststimme gegeben und etwa zur Hälfte der FDP ihre Zweitstimme. Auch die FDP- und Grünen-Wähler mit Stimmensplitting zeigen große Gemeinsamkeiten: Sie gaben ihre Zweitstimme fast ausschließlich ihrer Partei, ihre Erststimme dagegen zu mehr als 50 % der SPD; mit 64 % übten Grünen-

Selbstdefinition als Wähler der	Anteil des Splittings	davon Erststimme		... Zweitstimme	
		an SPD	an CDU/CSU	ihrer Partei	der FDP
SPD	12 %	68 %	7 %	31 %	55 %
FDP	37 %	52 %	33 %	91 %	48 %
CDU/CSU	4 %	14 %	62 %	27 %	—
Grünen	64 %	60 %	40 %	87 %	—

Quelle: Infratest, Okt./Nov. 1980

Wähler das Stimmensplitting jedoch nahezu doppelt so häufig aus wie FDP-Wähler (37 %).

Obwohl erst eine Analyse früheren Wahlverhaltens der „Stimmensplitter“ vollkommenen Aufschluß über die inhaltliche Bedeutung des Stimmensplittings geben würde, machen die verschiedenen, hier dargestellten Zugangsweisen zum Problem des Stimmensplittings wahrscheinlich, daß das gute Zweitstimmener-

gebnis der FDP auf drei Faktoren zurückgeht:

— es erhöhte sich — sicher auch zu Lasten der CDU/CSU — der Anteil „konsequenter“ FDP-Wähler, die der FDP Erst- wie Zweitstimmen gaben,

— deutlicher noch nahm der Anteil von Wählern zu, die der FDP ihre Zweit- und der SPD ihre Erststimme gaben, wobei sich — trotz ähnlichen Umfangs des Leihstimmen-Phäno-

mens — weniger eindeutig als 1972 bestimmen läßt, welcher Partei die Wähler ihre Stimmen „geliehen“ haben.

— abweichend von früheren Bundestagswahlen wuchs auch der Anteil der Leihstimmen aus dem Unionslager, von Wählern, die im Konflikt mit ihrer alten Parteiloyalität zwar ihre Zweitstimme der FDP, wenigstens aber ihre Erststimme der CDU/CSU gaben und sich dabei auch weiter als Unionswähler betrachteten.

V. Motive der Wählerentscheidung

Das für die SPD unangenehme und für die FDP überraschend günstige Wahlergebnis verschafft der Frage, was einen beträchtlichen Teil der Wähler denn dazu gebracht hat, die Anfang des Jahres umstrittenen Freien Demokraten derart zu begünstigen und die Sozialdemokraten eher zu vernachlässigen, größere Bedeutung als bei den vorhergehenden Bundestagswahlen, bei denen die Entscheidung leichter interpretierbar war. Die von den konkurrierenden Parteien gegebenen Antworten verdecken das Konglomerat unterschiedlicher Verunsicherungen einer relativ großen Zahl von Wählern, das zu ihrer Entscheidung führte.

So heißt es in der von Egon Bahr vorgelegten Wahl-Analyse der SPD: „Die schärfere Gangart, von der Opposition durch persönliche Diffamierung des Kanzlers und von Strauß mit seinem Einstieg in die ‚Spiegel-Affäre‘ forciert, zeigte auf unserer Seite die Verknüpfung von Frieden und Strauß. Sie wurde bis zum letzten Tag gegen erhebliche Widerstände, vor allem im Presse- und Verlegerbereich, durchgehalten. Die damit verbundene Polarisierung, auch im Stil, nützte der FDP, zumal die politische Profilierung ihr gegenüber kaum erfolgte.“¹⁰⁾

In der Wahl-Analyse der FDP heißt es: „Zugute kam der FDP diesmal, daß eine klare Mehrheit der Wähler, auch unter den Wählern beider Koalitionsparteien, die absolute Mehrheit einer Partei, auch die der SPD, ablehnte, einer Kanzlerschaft Strauß reserviert bis ablehnend gegenüberstand und — beson-

Dabei gab es im Süden, in Baden-Württemberg, mehr „Leihstimmen“ für die FDP aus dem Unionslager, im Norden hingegen — bei stärkeren Unionsverlusten — mehr Wähler, die sich von der CDU lösten und Erst- und Zweitstimmen zwischen den Koalitionsparteien aufteilten oder allein der FDP gaben. Erstmals 1980 ergab sich auch in Bayern ein deutlicher Erststimmenüberhang der CSU: sicheres Anzeichen für Vorbehalte gegen den Unionskanzlerkandidaten sogar in seinem Stammland.

ders in Nordrhein-Westfalen — den Erhalt eines Drei-Parteien-Systems mit der FDP als dritter Kraft wünschte.“¹¹⁾

Die CDU begründete ihre Verluste damit, daß „die CDU/CSU 1980 das Meinungsklima in einem bislang nicht gekannten Maße gegen sich“ hatte¹²⁾.

Auch von anderer Seite wird das Meinungsklima „strapaziert“. So schreiben Feist/Liepelt in einer Nachwahlanalyse: „Trotz ihrer aussichtslosen Position gelang es der CDU/CSU unter Ausnutzung der Schiedsstelle, von der Polarisierung zwischen Schmidt und Strauß zeitweise abzulenken und ein Klima zu erzeugen, das sich auf die Mobilisierung konservativer Grundwerte stützte. Von der Konfrontation CDU/CSU und SPD profitierte die Zweitstimmenkampagne der FDP.“¹³⁾

Das Meinungsklima zu Lasten der beiden großen Gegner heranzuziehen, ist gar nicht so abwegig. Zumindest haben sich, wie demoskopische Untersuchungen nach der Wahl ausweisen, Bemühungen von SPD einerseits und CDU/CSU andererseits, für sie günstige Themen und Argumente durchzubringen, quasi gegeneinander aufgehoben.

¹¹⁾ Analyse der Bundestagswahl 1980, FDP-Parteivorstand, November 1980, S. 3.

¹²⁾ Bundestagswahl 1980: Ergebnisse der Nachwahlanalyse, CDU-Bundesgeschäftsstelle, Bonn 23.2.1981, S. 2.

¹³⁾ Ursula Feist, Klaus Liepelt, Stärkung und Gefährdung der sozialliberalen Koalition — Das Ergebnis der Bundestagswahl vom 5. Oktober 1980, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 2/81.

¹⁰⁾ Vorwärts, 26. 2. 1981, Nr. 10, S. 19.

Die politischen Themen des Wahlkampfes

Demoskopische Erhebungen nach der Wahl¹⁴⁾ ergaben, daß nur drei politische Themen in den Augen der Wähler im Bundestagswahlkampf 1980 Bedeutung hatten:

— Die Friedenspolitik, von 20 % der Bevölkerung genannt und mehrheitlich als Thema der SPD angesehen.

— Die Staatsverschuldung, von 26 % genannt und von noch mehr Wählern als Thema der CDU/CSU angesehen.

— Die Rentenfrage, von 21 % der Bevölkerung genannt und der SPD und CDU/CSU in gleich hohem Maße zugeordnet.

Aufschlußreich ist, daß als Schwerpunkt der FDP — noch vor der Außenpolitik — das nicht unter den zentralen politischen Themen des Bundestagswahlkampfes 1980 eingeordnete Thema „Koalition mit der SPD“ angesehen wurde.

Auswirkungen auf die Wahlentscheidung haben in den Augen der Bevölkerung nur wenige politische Ereignisse gehabt:

— Der Hirtenbrief der katholischen Bischöfe, von 63 % der Bevölkerung als wirksam und mehrheitlich als positiv für die CDU/CSU angesehen.

— Demonstrationen und Ausschreitungen in Bremen und Hamburg, von 56 % genannt und mit sehr deutlicher Mehrheit der CDU/CSU gutgeschrieben.

— Die Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen, von 53 % genannt und als positiv für die SPD/FDP-Koalition verbucht.

— Die Moskau-Reise von Helmut Schmidt und Hans-Dietrich Genscher, von ebenfalls 53 % genannt und der Koalition gutgeschrieben.

Die Absage des Treffens Schmidt/Honecker (stärker als Belastung der SPD angesehen), der Bombenanschlag auf dem Oktoberfest in München (eher zu Lasten der Opposition eingeordnet), die Absage des Treffens Schmidt/Gierek (zu Lasten der Koalition) und die Streiks in Polen (bei etwa gleicher Verteilung

ihrer Wirkung) hatten in den Augen einer großen Mehrheit der Wähler auf die Wahlentscheidung keine Auswirkungen.

Anders als 1972, wo Themen und Ereignisse — Friedenspolitik und Grundlagenvertrag mit der DDR — sehr deutlich die SPD begünstigten und für sie neue Wählerschichten mobilisiert hatten, reichten 1980 die Themen und Ereignisse, denen für die Wahlentscheidung Gewicht beigemessen wurde, bei etwa gleicher Wirkung über die jeweils eigenen Parteienpotentiale kaum hinaus.

Bewertung des Wahlkampfes der Parteien

Während die Medien Fernsehen — deutlich an der Spitze —, Hörfunk und Presse zur Unterrichtung über Parteien und ihre Politiker etwa in gleich hohem Maße genutzt wurden wie in den vorhergehenden Bundestagswahlen, ist 1980 im Vergleich mit früheren Wahlen die Bedeutung des politischen Gesprächs mit Kollegen, Freunden und Verwandten merklich zurückgegangen. Gleichzeitig ist es den Parteien 1980 in viel geringerem Maße als früher gelungen, über die eigenen Wahlkampfmedien — Wahlsendungen in Fernsehen und Radio, Anzeigen, Plakate und Informationsmaterial — Informationen und Argumente an die Wähler zu vermitteln. So erklärten 1972 zwei Drittel der Wähler, sie hätten aus den Fernsehsendungen „Parteien zur Wahl“ wichtige Informationen entnommen; 1980 sind es nur noch 43 %, die über dieses Medium Informationen für ihre Wahlentscheidung gezogen haben. Ob diese geringere Beachtung der Wahlkampf-Aussagen der politischen Parteien nun als gesunkenes politisches Interesse oder zunehmende Abneigung gegenüber der Wahlwerbung interpretiert wird — der Anteil der Informationen, die von den Parteien direkt an die Wähler vermittelt werden konnten, ist 1980 geringer geworden.

Bei einem Vergleich der Wahlkampfaktivitäten von CDU/CSU und SPD kommt die Union deutlich besser weg: 40 % der Wähler sahen sie als aktivste Partei, nur 15 % die SPD, die noch 1972 mit deutlichem Vorsprung vor der Union als aktiver angesehen wurde. Auch bei einem Vergleich des Wahlkampfstils aller drei im Bundestag vertretenen Parteien wird die Union mit deutlichem Vorsprung als die

¹⁴⁾ Infratest-Untersuchung Oktober/November 1980. Sofern im folgenden demoskopische Daten angeführt werden, beziehen sie sich auf diese Erhebung.

kämpferischste Partei angesehen. Dieser Eindruck wird aber voll dadurch kompensiert, daß sie in allen anderen wichtigen Positionen eines Polaritätenprofils ihres Wahlkampfstils — fair, sachlich, glaubwürdig, ansprechend und informativ — von der Bevölkerung insgesamt und noch sehr viel deutlicher von den FDP-Wählern schlechter als die SPD bewertet werde. Die FDP erhielt — mit großem Abstand und auch von den Wählern der anderen Parteien — positive Noten: Sie hat in den Augen der Bevölkerung den fairsten, den sachlichsten, den glaubwürdigsten und — mit geringem Vorsprung vor den übrigen Parteien — den informativsten Wahlkampf geführt.

Haupteinflußfaktoren der Wahlentscheidung

Als für sie wichtigste Faktoren der Wahlentscheidung¹⁵⁾ nannten nach der Wahl:

Die Wähler der SPD

- mit Abstand Helmut Schmidt (Skalenwert 3.8)
- die bisherige Regierungspolitik (3.1)
- die Außenpolitik und die außenpolitischen Ziele der Partei (2.8).

Die CDU/CSU-Wähler

- die Vorstellungen und Ziele der Union zur inneren Sicherheit und Verbrechensbekämpfung (3.3)
- die Wirtschaftspolitik der Union (3.1)
- die Familienpolitik der Union (2.7)
- weit vor dem Kanzler-Kandidaten Strauß (nur 1.7) die Spitzenpolitiker (Mannschaft) der Union (2.7).

Die Wähler der FDP

- die Außenpolitik bzw. die außenpolitischen Ziele der FDP (2.9)
- die Spitzenpolitiker der FDP (2.7)
- die wirtschaftspolitischen Ziele und die Wirtschaftspolitik der Partei (2.5),

aber auch — in weit höherem Maße als die Wähler von SPD und Union — die Art und

¹⁵⁾ Gemessen anhand eines Skalen-Thermometers von +5 (den Wahlentscheid sehr beeinflussend) bis -5 (hat den Wahlentscheid überhaupt nicht beeinflusst).

Weise, wie die Partei ihren Wahlkampf führte (2.5).

Für die Wähler der Grünen hatten das Programm der Partei (2.7) und die Bereitschaft, gesellschaftspolitische Reformen in der Bundesrepublik durchzuführen (2.4), gravierende Bedeutung.

Zusätzliche Aufschlüsse über die Momente, die den Zustrom zur FDP bewirkten, geben die Meinungen der FDP-Wähler zum Wahlergebnis: In höherem Maße als die Wähler der beiden anderen Parteien (mit jeweils über 90 %) stimmen sie den Statements zu:

— Die FDP hat deswegen so viele Stimmen erhalten, weil die Wähler gegen die Alleinherrschaft einer Partei sind.

— Die FDP hat wegen ihres sachlichen Wahlkampfes ein so gutes Ergebnis erreicht.

Aufschlußreich erscheint auch, daß das Statement „Im Wahlkampf sind die politischen Gegensätze zwischen Regierung und Opposition maßlos übertrieben dargestellt worden“ bei Gesamtbevölkerung und insbesondere FDP-Wählern an der Spitze der nachträglich abgegebenen Meinungen zum Wahlergebnis rangiert. Das belegt, daß eine konfliktreiche und polemische Wahlauseinandersetzung mehrheitlich ungen gesehen wird und einen Teil der Wähler motivierte, sich zwischen den Fronten, aber ohne Gefährdung der bisherigen Mehrheitsverhältnisse, einen Ausweg zu suchen. Daß das Moment, die Alleinherrschaft einer Partei zu verhindern, für alle Wähler — insbesondere aber die der FDP — so große Bedeutung gehabt hat, deutet auf eine Überschätzung des Negativ-Faktors Strauß zu Lasten der CDU/CSU und zugunsten der SPD hin.

Insgesamt scheint 1980 auch aufgrund der Tatsache, daß zahlreiche politische Themen und Argumente der konkurrierenden Parteien nicht intensiv genug vermittelt werden konnten, die Wählerentscheidung stärker durch reale und atmosphärische Faktoren (Koalition sichern, Alleinherrschaft verhindern, Wahlkampfstil honorieren) als durch politische Zielvorstellungen beeinflusst zu sein. Eine Hypothek für die kommende Zeit: Ein nicht

unbeträchtlicher Teil der Bevölkerung dürfte, verunsichert durch den Bundestagswahlkampf 1980, die politische Auseinanderset-

zung verstärkt als negativ empfinden und diejenigen Gruppierungen begünstigen, die ihre Probleme scheinbar konfliktfrei bewältigen.

Das Bundestagswahlergebnis wurde in der ersten Nachwahlphase von allen Parteien akzeptiert: Die CDU/CSU, die Schlimmeres erwartet hatte, sah sich — verbunden mit der „unblutigen“ Erledigung der Kandidatur von F. J. Strauß — auf noch erträglichem Stimmenniveau; die SPD konnte ihren geringen Zuwachs mit der neuen Konkurrenz der Grünen und den an die FDP ausgeliehenen Stimmen recht gut rechtfertigen; die FDP schließlich hatte Anlaß, ihre letztlich unverhoffte Stärkung vorbehaltlos zu feiern. „Business as usual“, nunmehr seit 11 Jahren von der Koalition praktiziert, schien die naheliegende Konsequenz.

Belastungen und Gegenwind

Während noch im Oktober eine Reihe von äußeren Ereignissen wie

— die Erhöhung der Zwangsumtauschsätze für West-Besucher durch die DDR am 9. Oktober,

— die in Gera gehaltene Grundsatzrede des DDR-Staatsratsvorsitzenden Honecker mit der Forderung nach Anerkennung der DDR-Staatsbürgerschaft durch Bonn vom 12. Oktober,

— neue Spannungen in Polen durch die Streiks im Zusammenhang mit den Statuten der Gewerkschaft „Solidarität“

die Regierungslinie in der Öffentlichkeit in Frage stellten, erbrachten die Koalitionsverhandlungen später als erwartet Ergebnisse, die teilweise — wie die Prioritäten der zukünftigen Haushaltseinsparungen und die Sicherung der Montan-Mitbestimmung — in der SPD wie in den Gewerkschaften als Mißerfolge des größeren Koalitionspartners angesehen wurden. Vor der Abgabe der Regierungserklärung am 24. November ist — durch die zunehmend kritische Medienberichterstattung angeheizt — der Eindruck entstanden, die Sozialdemokraten hätten sich durch den

VI. Entwicklungen nach der Wahl

kleineren Koalitionspartner übervorteilen lassen. Die unter dem Tenor „Mut zur Zukunft“ gestellte moderate und in ihren Festlegungen für die Zukunft eher zurückhaltende Regierungserklärung des Bundeskanzlers wurde aus oppositioneller Sicht als perspektivlos attackiert, von sozialdemokratischer Seite vielfach als Manifestation der als unzureichend empfundenen Koalitionsvereinbarungen angesehen. Die Aufforderungen des Bundeskanzlers zur Einsicht in die vielfältigen Zusammenhänge unserer Welt, zum entschlossenen gemeinschaftlichen Handeln in Konzentration auf die wichtigen Aufgaben, zu neuen Gedanken, gerechten Lösungen und solidarischem Handeln werden hinter der Enttäuschung, daß weit ausgreifende politische Schritte nur noch sehr begrenzt möglich sind, kaum wahrgenommen.

Einbruch des politischen Stimmungsklimas

Für die Bevölkerung scheint die Bundestagswahl eine Zäsur dargestellt zu haben. Was vorher keine oder nur wenig Beunruhigung auslöste, wurde kurz nach der Wahl eskalierend in schwärzeren Farben gesehen:

— die politischen Verhältnisse in der Bundesrepublik, zum Wahltermin noch relativ optimistisch gesehen, bieten der Bevölkerung heute mehr Anlaß zur Beunruhigung als je zuvor in den vergangenen fünf Jahren¹⁶⁾;

— die Hoffnungen gegenüber der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung wie auch gegenüber der längerfristigen Entwicklung des Arbeitsmarktes sind seit Spätherbst 1980 stetig gesunken¹⁷⁾; die „Angstlücke“ zwischen allgemeiner und persönlicher Wirtschaftserwartung klappt wieder weit auseinander;

— im Gefolge dieser verstärkten politischen und wirtschaftlichen Beunruhigung werden vor allem die SPD, aber auch die Vertrauens-

¹⁶⁾ infas-Erhebungen Oktober 1980 bis März 1981.

¹⁷⁾ Ebd.

werte von Bundesregierung und Bundeskanzler merklich belastet. Die Wähleranteile der SPD sind einigen Instituten zufolge um bis zu 5 % unter das Bundestagswahlergebnis vom 5. Oktober 1980 gesunken, während die CDU/CSU-Werte sich nach der Wahl deutlich verbessert haben und die FDP ihren Wähleranteil auf dem erreichten Niveau zu halten vermochte. Eine ähnliche Entwicklung zu Lasten der SPD ist auch nach der Bundestagswahl vom 3. Oktober 1976 bis tief in den Herbst 1977 (verstärkt und verlängert durch terroristische Belastungen) zu verzeichnen gewesen. Noch niedriger hatten die SPD-Werte mit 31 bis 34 % Stimmenanteil Anfang 1974 — im Gefolge der ersten Ölkrise — gelegen.

Daß sich die Indikatoren der politischen Stimmung 1980/81 so drastisch verschlechtert haben, dürfte vor allem zwei Gründe haben:

— Einerseits hatte die Wahlauseinandersetzung — Strauß verhindern, Schmidt sichern — die Aufmerksamkeit für die übrigen Probleme (Wirtschaftserwartungen, außenpolitische Entwicklungen) im öffentlichen Bewußtsein offenbar stärker absorbiert, so daß die Signale einer schwieriger werdenden Zukunft erst nach dem 5. Oktober voll wahrgenommen und überproportional registriert wurden. Im März 1981 stellt Erhard Eppler für den Zeitpunkt nach der Bundestagswahl 1980 fest: „Man hatte den Eindruck, eine ganze Gesellschaft sei nach der emotionalen Scheinpolarisierung des Wahlkampfes jäh in den Sog des politischen Nichts geraten.“¹⁸⁾

— Zum anderen hatte die Wahlauseinandersetzung selbst, wie demoskopisch nachmeßbar, Informationsdefizite und Verunsicherungen geschaffen, die sich erst nach der Wahl als Besorgnisse und Ängste voll auswirkten. So ergab eine demoskopische Erhebung, daß die im Wahlkampf vermittelten Informationen zur Staatsverschuldung, zur Rentensicherung und zur Energieversorgung der Bevölkerung besonders widersprüchlich und unverständlich erschienen sind¹⁹⁾. Es ist zu vermuten, daß die kontroversen Diskussionen während des Bundestagswahlkampfes den Eindruck der Widersprüchlichkeit problematischer Themen verstärkt hat.

Der Bundestagswahlkampf 1980 und die unübersichtlichen Sachzwänge danach haben somit ein durch Ängste und Sorgen bestimmtes Stimmungsklima geschaffen, das die Realität — wie die im internationalen Vergleich guten politischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungschancen bei allerdings längeren und komplizierteren Entscheidungsprozessen — deutlich unterbietet. Verlangsamungen der Entwicklung werden als Zäsur, Güterabwägungen als Handlungsverzicht, Zielkonflikte als Versagen wahrgenommen. Nur so erscheint es verständlich, daß die Einschätzung der allgemeinen Wirtschaftslage extrem negativer ist als die der persönlichen, die jeder Bürger erlebt, daß die politische Beunruhigung heute sehr viel größer ist als beispielsweise nach dem Einmarsch der Sowjets in Afghanistan.

Erste Perspektiven

Der Bundestagswahlkampf 1980 hat in großen Teilen der Bevölkerung offenbar Mißverständnisse, Verdrossenheit und Unsicherheiten ausgelöst, die für ein demokratisches System — das gerade in durch äußere Sachzwänge begrenztem Handlungsrahmen des Verständnisses und Vertrauens, der Mitwirkung und Solidarität der Bürger bedarf — auf Dauer eine schwere Belastung darstellen. Integrationsbemühungen etwa ausländischen Arbeitnehmern oder der Jugend gegenüber sind ohne Solidarität nicht realisierbar, schwierige Güterabwägungen etwa auf dem Sektor der Energieversorgung sind ohne das Vertrauen der Bürger in Kompetenz und Sorgsamkeit der Verantwortlichen nicht ohne Reibungsverluste durchsetzbar. Die zur Zeit zumindest für den Bundesbereich durch das pessimistische Stimmungsklima stärker betroffenen Koalitionsparteien wie auch die Bundesregierung müßten deshalb durch schrittweises Handeln und dessen offene Erläuterung verstärkt kenntlich machen, wie in begrenzterem Rahmen politische Gestaltung möglich bleibt, geduldig helfen, enttäuschte Erwartungshorizonte und politische Realität zusammenzuführen. Dazu gehört, die Entscheidungsfindung in Parteien und Fraktionen wie auch in der Bundesregierung transparenter zu machen und operational zu zeigen, welches Maß an Sach-

¹⁸⁾ Stern, Nr. 12, 12. März 1981, S. 80.

¹⁹⁾ Infratest-Untersuchung zur Informationsnutzung Oktober/November 1980.

diskussion erforderlich ist, um tragfähige und möglichst breit akzeptierbare Lösungen zu entwickeln. Das erfordert auf Seiten der Parteien wie der Regierenden, ihre Diskussionen wie ihr Erscheinungsbild nicht nur strikt auf den jeweiligen internen Willensbildungsprozeß hin zu orientieren, sondern angesichts einer großen Zahl verunsicherter Bürger auch politisch-didaktisch einzusetzen: als Integration des Außenstehenden in diesem Willensbildungsprozeß. Die politischen Institutionen müssen sich verstärkt als Dolmetscher ihrer Zielvorstellungen begreifen, um sicherzustellen, daß Entscheidungsablauf und politisches Handeln von einer bedrückter gewordenen Wählerschaft noch verstanden und akzeptiert werden können.

Diese Aufgabe wird nicht leicht und schnell zu lösen sein, denn

— der vielfach gespenstische Wahlkampf 1980 mit seinen anachronistischen Anwürfen — wie etwa dem Doppel-Tiefschlag von „Volksfront“ und „Moskau-Fraktion“ — hat erheblich dazu beigetragen, Teile der Bevölkerung der politischen Realität zu entfremden, und

— die permanente Dramatisierung von Konflikten und Streit in der SPD, wie sie seit Januar in fast allen Medien festzustellen ist, verschafft dem Bürger ebenfalls wenig Chancen, zu den zentralen politischen Fragen der achtziger Jahre durchzustoßen.

Wie politisches Handeln muß innerparteiliche Diskussion in einer großen Partei, die über Sachfragen ernsthaft um den richtigen Weg ringt und ihre Kontroversen nicht aus taktischen Gründen unter den Teppich kehrt, ein Stück politischer Bildung sein: Der durch die Medienberichterstattung stets einbezogenen Bevölkerung vorführen, wie in der Demokratie Argumente ausdiskutiert und Lösungen erarbeitet werden.

Die Neigung zu Partei- und Staatsverdrossenheit ist nicht nur in der jüngeren Generation größer geworden als eingangs der siebziger Jahre. Es wird angesichts der unübersichtlichen und vielfach belastenden außen- und innenpolitischen Entwicklungen Anstrengungen kosten, dieser Neigung gegenzusteuern und eine Gesellschaft zu verhindern, in der engagierte und verdrossene Bürger immer weniger Verständnis für einander aufbringen.

Wahlkampfstrategien '80 in den USA und der Bundesrepublik

Personalisierung — Angriffswahlkampf — Dramatisierung

Seit 1972 laufen Bundestagswahl- und amerikanischer Präsidentschaftswahlkampf zeitlich parallel. 1980 wurde am 5. Oktober in der Bundesrepublik und am 4. November in den USA gewählt. Wenn man auch die Unterschiede der politischen Systeme in Rechnung stellt — hier parlamentarisches Regierungssystem, dort präsidentielles Regierungssystem —, bieten sich doch genügend Ansätze zur vergleichenden Beobachtung der Wahlkampfführung in den beiden westlichen Demokratien.

Wahlkampfführung in Demokratien ist ein wesentlicher Teil der Politikgestaltung. Deshalb sagt die Art und Weise, wie Wahlkämpfe

geplant und durchgeführt werden, etwas über den Zustand der Politik in den westlichen Demokratien aus. Wir erfahren bei der Betrachtung des Wahlkampfs, unter welchen Bedingungen Politik heute gestaltet werden kann und welche Möglichkeiten Politiker und Parteien ergreifen, um ihre Politik und ihre politischen Botschaften in den westlichen Industrie- und Kommunikationsgesellschaften durchzusetzen. Drei Stichworte der Wahlkampfplanung sind 1980 die Eckpunkte ihrer strategischen Planung gewesen: Personalisierung, Angriffswahlkampf und eine besondere Dramatisierung für die Schlußphase des Wahlkampfs.

I. Die Personalisierung der Politik

Wahlkampf ist eine Auseinandersetzung um Zustimmung zu Personen und Programmen. Die Personalisierung der Politik ist deshalb eine zeitgemäße Strategie, die den Kandidaten oder Spitzenpolitiker in das Zentrum einer Wahlkampagne stellt. Der Politiker sieht sich dabei im Wahlkampf vor einer doppelten Aufgabe. Er ist zugleich Hauptdarsteller und Regisseur seiner Kampagne. Als Hauptdarsteller tritt er im Fernsehen auf, hält Versammlungen ab, gibt Interviews, ist die Hauptfigur in der Werbekampagne seiner Partei mit all ihren Werbematerialien, Anzeigen, Plakaten, Fernseh- und Hörfunkspots. Er ist selbst Inhalt der Kampagne und das wichtigste Angebot seiner Partei an die Wähler. Doch als Wahlkämpfer agiert der Politiker nicht nur auf der Bühne, vielmehr wird von ihm auch die Regie seiner Wahlkampfplanung, die gekonnte Vorbereitung verlangt. Die politische Anlage und Planung eines Wahlkampfes und die Fähigkeit, auf neu eintretende Ereignisse im Wahlkampf zu reagieren, um sie in seine Kampagne einzuordnen, sind wichtige Anforderungen, die ein

Politiker in einem modernen Wahlkampf erfüllen muß. Mit Recht hat Henry Kissinger davor gewarnt, die Qualität eines Kandidaten mit seiner Fähigkeit zur Regierung zu verwechseln¹⁾. Tatsächlich wird bei der Betrachtung von Kandidaturen im modernen Wahlkampf oft viel zu stark auf die Fähigkeit zur Selbstdarstellung des Kandidaten gesehen, die allenfalls einen Hinweis auf die spätere Regierungstüchtigkeit geben kann. Betrachtet man dagegen die gesamte Wahlkampfplanung als Teil des politischen Handelns in einem längeren Zeitraum, dann ist der Wahlkampf zweifellos ein Test für die Leistungsfähigkeit eines Politikers. Man kann ohne Übertreibung sagen: Mit einer gekonnten Wahlkampfstrategie gibt ein Staatsmann seine Visitenkarte ab. So ist die Personalisierung nicht nur ein legitimes Mittel der Wahlkämpfer, sondern auch entscheidender Bestandteil für die Urteilsfindung des Wählers.

¹⁾ Henry A. Kissinger, Memoiren 1968—1973, München 1979, S. 13 und 16.

Politische Führer als Verkörperung politischer Ideale und Ziele hat es zu allen Zeiten gegeben. Kein Wunder, daß die Personalisierung im Zentrum aller Wahlkampfüberlegungen steht²⁾. Der zunehmend geringere politische Spielraum, die für den Wähler immer schwerer werdende Unterscheidung zwischen großen Volksparteien und vor allem die wachsende Zahl der Wechselwähler, die nicht gebunden, unentschlossen, ambivalent dem Wahlgeschehen gegenüberstehen, stärkt die Tendenz zur Personalisierung in den modernen Wahlkampfstrategien. Die Strategen der Wahlkampagnen hoffen, diese Wähler eher für einen Mann zu gewinnen, als durch politische Programme oder Parteien.

Der Amtsbonus

In einer Langschnittanalyse, die sich auf den Zeitraum von 1971—1976 erstreckt, hat Ludolf Eltermann die Situation von Kanzler und Oppositionsführer in der Wählergunst der Bundesrepublik untersucht. Er ist dabei zu der Annahme gekommen, daß für die Personalisierung zwei Aspekte eines Kandidaten eine wichtige Rolle spielen: 1. Das Problem der Identität mit der Wählergruppe, die ein Kandidat repräsentiert und aus der er hervorgegangen ist. Hier dient die Personalisierung der Aufgabe, die eigene Wählerschaft zu mobilisieren. 2. Dieser Aspekt ergibt sich aus der Konkurrenzsituation in den Wahlkämpfen selbst, wo die Personalisierung unabhängig von den politischen Systemen — präsidentielles oder parlamentarisches System — heraustritt und den Wahlkampf zum Wettstreit der Kandidaten um die Wählergunst werden läßt. In diesem zweiten Komplex geht es um die Attraktivität, die ein Kandidat auf Wählergruppierungen ausübt, die nicht zum originären Wählerpotential seiner Gruppierung oder Partei gehören³⁾.

In der Bundesrepublik Deutschland ist die Personalisierung als Wahlkampfstrategie eine typische Wahlkampfform der jeweiligen Amtsinhaber gewesen. Stimulus ist der Kanzlerbonus. In allen Wahlen konnte der jewei-

lige Kanzler einen erheblichen Vorsprung vor seinem Herausforderer verbuchen. „Das Ansehen des Kanzlers hat die jeweilige Regierungspartei in der Wählermeinung systematisch begünstigt — entsprechend dem Sympathiegefälle zum Oppositionskandidaten, allerdings mal unter stärkerer, mal unter geringerer Beeinflussung — auch beim Wähler des gegnerischen Lagers.“⁴⁾ Insgesamt ist der Einfluß der Kandidaten auf die Wahlentscheidung gewachsen. Das hatte bereits Helmut Norpoth in einer Untersuchung des Zeitraumes 1961—1972 nachgewiesen⁵⁾.

Da auch im Jahr 1980 der Vorsprung des amtierenden Bundeskanzlers Schmidt vor seinem Herausforderer Franz Josef Strauß bei der Frage nach der Kanzlerpräferenz groß war und während des gesamten Wahlkampfes blieb⁶⁾, wurde die SPD-Wahlkampfstrategie durch eine vollständige Konzentration auf Bundeskanzler Schmidt personalisiert. Eine plausible Strategie, wenn man bedenkt, daß laut Infas der Vertrauensvorsprung des Bundeskanzlers seit Ende des Jahres 1978 über 30% gegenüber dem Konkurrenten der Unionsparteien gelegen hatte und trotz einer gewissen fallenden Tendenz in der zweiten Hälfte 1980 beibehalten werden konnte⁷⁾. Der von der SPD ganz auf Schmidt abgestellte Wahlkampf braucht hier nicht im einzelnen geschildert zu werden. Festzuhalten ist nur, daß es zu den großen politischen Überraschungen des Jahres 1980 gehörte, daß diese konsequente Personalisierung eines Wahlkampfes mit einem populären Kanzler nicht zu einer wesentlichen Stimmensteigerung der SPD geführt hat, so daß vom Ansehen der Regierung Schmidt nur der kleine Koalitionspartner, die FDP, profitieren konnte.

In den USA gab es für Präsident Carter keinen Amtsbonus zu aktivieren. Vielmehr hatte die Amtsführung Carters in der amerikanischen Meinungsforschung schon mehrfach Tief-

²⁾ Peter Radunski, Wahlkämpfe — Moderne Wahlkampfstrategie als politische Kommunikation, München/Wien 1980, S. 15 ff.

³⁾ Ludolf K. Eltermann, Kanzler und Oppositionsführer in der Wählergunst, Stuttgart 1980, S. 176 ff.

⁴⁾ Ursula Feist und Klaus Liepelt, Machtwechsel in Raten. Das Parteiensystem auf dem Weg zur Mitte, in: Transfer 2, 1976, S. 53.

⁵⁾ Helmut Norpoth, Kanzlerkandidaten — wie sie vom Wähler bewertet werden und seine Wahlentscheidung beeinflussen, in: Politische Vierteljahresschrift, Heft 2/3, November 1977, S. 568.

⁶⁾ Baldur Wagner, Die Bundestagswahl 1980, in: Sonde, Heft 4/1980, S. 27.

⁷⁾ Nach Infas-Report, Bundestagswahl 1980, S. 58.

punkte erreicht, bevor er im Juli 1980 fast 30 Punkte hinter seinem Herausforderer Reagan lag⁹⁾. Allen Wahlkampfanstrengungen zum Trotz wurde Carter der erste gewählte Präsident seit Hoover (1929—1933), der nicht wiedergewählt wurde, so daß auch seine konsequente Personalisierungskampagne, auf die noch im einzelnen zurückzukommen sein wird, keinen Erfolg brachte. Offensichtlich sind Politiker-Images doch so verfestigt, daß sie sich in kurzfristigen Wahlkampagnen nur bedingt ändern lassen. Für die amerikanische Szene sei noch hinzugefügt: In jüngerer Zeit waren amerikanische Präsidenten nach Eisenhower aus verschiedenen Gründen nicht mehr in der Lage, eine zweite Legislaturperiode zu bestreiten. Immerhin ist das nun seit 1961 der Fall.

Die Wiederwahl eines amerikanischen Präsidenten ist nicht zur Selbstverständlichkeit, sondern zum Problem geworden. Personalisierungsstrategien helfen amerikanischen Präsidenten nicht, im Amt zu bleiben, zumal ein Amtsbonus sich nicht mit der fast automatischen Wirkung wie in Deutschland einstellt. Dennoch versuchte auch Carter die Vorteile zu nutzen, die eine Kampagne aus dem Weißen Haus heraus bietet. Diese in der amerikanischen Politiksprache „Rosegarden-Campaign“ genannte Strategie der Personalisierung, die ganz auf die präsidentielle Amtsautorität abstellt, wurde sowohl von Ford gegen Carter 1976 als auch von Carter gegen Reagan ohne Erfolg angewandt.

Amerikanische Beobachter verweisen darauf, daß die Personalisierung im amerikanischen Wahlkampf in früheren Jahren deshalb erfolgreich war, weil die Präsidenten als Verbündete den wirtschaftlichen Aufschwung des Landes hatten. Die amerikanische Wahlforschung hat bereits in den sechziger Jahren die These entwickelt, daß für Oppositionsparteien bei prosperierender Wirtschaft gegen die Regierung überhaupt keine Chance bestehe. „You cannot beat the boom“, hieß es. Im Umkehrschluß wurden wirtschaftliche Krisen als Gründe für Verluste von Regierungsparteien angesehen. Wie sehr die wirtschaftliche Konjunktur als wichtiger Bestimmungsfaktor angesehen werden kann, hatte bereits Werner Kaltefleiter auch

für Deutschland herausgearbeitet⁹⁾. Unter diesem Aspekt wird die Personalisierung für politische Führer außerordentlich schwierig. Sie müssen sich praktisch als die Vorstandsvorsitzenden des Gesamtunternehmens Wirtschaft eines Staates darstellen, verantwortlich für Erfolg oder Mißerfolg. Es wird interessant zu beobachten sein, ob die Stabilität des Kanzlerbonus in der Bundesrepublik Deutschland als Grundlage für Personalisierungsstrategien auch dann noch erhalten bleibt, wenn wirtschaftlich schwierigere Zeiten kommen und die Regierungen mit der wirtschaftlichen Unzufriedenheit der Bevölkerung rechnen müssen.

Auslandsreisen als Szenarium

Alle Personalisierungsstrategien führen immer mehr dazu, den jeweiligen Amtsinhaber vorteilhaft international in Szene zu setzen. Ohne Zweifel ist es nicht nur ein Bedarf internationalen Krisenmanagements, daß die Gipfeltreffen der führenden Staatsmänner der westlichen Welt sich häufen — so auch im Sommer 1980 in Venedig —, sondern es gehört zu den Wahlkampfstrategien der Spitzenpolitiker, internationale Reisen in das Wahlkampfgeschehen einzubauen. Um das Trumpfthema der SPD/FDP-Koalition aus den frühen siebziger Jahren neu zu beleben, hatte Schmidt in seinem Wahlkampf eine Reihe von wichtigen Begegnungen mit osteuropäischen Politikern und einen gesamtdeutschen Gipfel geplant. Was mit der Breschnew-Reise im Juli 1980 noch erfolgreich begann, wurde dann für den Bundeskanzler schwieriger, als sein vorgesehener Gesprächspartner Gierek in Polen gestürzt wurde und infolge dieses politischen Umbruchs in Osteuropa auch der gesamtdeutsche Gipfel mit Honnecker abgesagt werden mußte. Die von der SPD dazu geplante ost- und deutschlandpolitische Kampagne fiel damit ebenso ins Wasser wie die vorgesehene Selbstdarstellung des Bundeskanzlers in diesem Bereich.

Franz Josef Strauß versuchte seinerseits, durch eine Serie von Reisen nach Bulgarien, Italien, zum Vatikan, nach England, in die USA

⁹⁾ Werner Kaltefleiter, *Wirtschaft und Politik in Deutschland. Konjunktur als Bestimmungsfaktor des Parteiensystems*, Opladen 1966.

⁸⁾ Nach Time vom 15. 9. 1980, S. 30.

und nach Ägypten sein staatsmännisches Profil zu zeigen. Diese für einen aus der Opposition heraus handelnden Politiker beachtlichen Aktivitäten zeigen, welche enge Verbindung die Personalisierungsstrategie im Wahlkampf mit der Behandlung internationaler Fragen eingegangen ist, weil Auslandsreisen leichter als andere politische Initiativen im Zeitalter des Fernsehens bildlich einzufangen sind.

Gerade in diesem Bereich der internationalen Politik und ihrer Verquickung mit Wahlkampfaktivitäten zeigt sich, wie eng Wahlkampf und Politik miteinander verknüpft sind. Auslandsreisen oder internationale Initiativen der Politiker bieten Möglichkeiten der Selbstdarstellung in den Medien, verbinden sich allerdings auch mit dem politischen Risiko, Fehler zu machen und damit die eigene Kandidatur im Wahlkampf erheblich zu gefährden oder gar unmöglich zu machen. Insofern ist auch der These Roger-Gérard Schwartzenbergs zu widersprechen, der in seinem Buch „L'état spectacle“ die Politik zu einer planbaren Theateraufführung degeneriert sieht. Vielmehr sind gelungene internationale Aktivitäten der Politiker, auch wenn sie zu Wahlkampfzwecken konzipiert und gedacht sind, immer auch genuines politisches Handeln, das alle Risiken des Scheiterns in sich trägt¹⁰). Wahlkampf ist eben Politik, und auch die im Zuge von Personalisierungsstrategien entworfenen politischen Handlungen sind nicht von den gegebenen politischen Realitäten zu trennen.

Der Zweikampf Carter — Reagan

Einige Probleme der Personalisierung der Politik sollen am Zweikampf Carter — Reagan 1980 dargestellt werden. Der amerikanische Politikwissenschaftler Barber hat vier Grundelemente in der Person eines Präsidenten beschrieben, die als Inhalt jeder Personalisierung gelten könnten: Der Arbeitsstil des Kandidaten, seine politische Grundauffassung, sein persönlicher Charakter und die Art und Weise, wie er mit den Herausforderungen der Zeit fertig wird¹¹). In seiner Selbstdarstellungskampagne versuchte Carter, sich als er-

fahrener, fleißiger und verantwortungsbewußter Politiker gegenüber Ronald Reagan darzustellen. Immer wieder wies er selbst oder seine Werbekampagne darauf hin, daß er das Präsidentsein gewissermaßen als „training on the job“ gelernt hatte. Dazu ließ er über seinen Arbeitsstil verbreiten, er sei als Aktenmensch intensiv mit den Details der Politik vertraut, verantwortungsbewußt und zur Alleinentscheidung bereit. In seinen Werbespots wurde das Bild eines Präsidenten gezeigt, der tagsüber seine politischen und repräsentativen Verpflichtungen wahrnahm, um sich noch spät am Abend intensiv dem Aktenstudium zu widmen.

Doch was hier als positiver Akzent gegen Ronald Reagan gedacht war, erwies sich im Laufe der Kampagne als wenig wirkungsvoll, denn Ronald Reagans politischer Stil wurde genau als Gegenteil dargestellt. Er präsentierte sich als das, was man in Amerika „chairman of the board“ nennt, als Cheftyp nämlich, der wichtige Entscheidungen an sich zieht, den Rest von kompetenten Mitarbeitern erledigen läßt, und der eher mit Eisenhower als mit anderen Präsidenten verglichen werden wollte. Nicht Details, sondern kurze Papiere sollten ihm vorgelegt werden, wenn er Entscheidungen zu treffen hatte. Und er bejahte bewußt einen Arbeitsstil, den man in Amerika als „9 bis 5 Uhr-Exekutive“ beschreibt, ein Mann also, der mit seiner Arbeitszeit auskommt, um das ihm gegebene Amt auszufüllen. Entsprechend war die Kampagne Ronald Reagans. Er strahlte Ruhe und Wärme aus, wollte positiv sein und belastete seine Aussagen kaum mit Details. Es ist interessant zu beobachten, daß dieser souveräner wirkende Arbeitsstil des Herausforderers den Präsidenten im Laufe der Kampagne in immer größere Schwierigkeiten brachte.

Inside-stories über Carter in Presse und Fernsehen nannten ihn „workaholic“ — arbeitsbesessen. Natürlich wurde Carters Arbeitsstil immer in Verbindung zu den Ergebnissen seiner Administration gebracht, die in keinem hohen Ansehen stand. In ihren politischen Grundauffassungen waren beide Vertreter bemüht, als typische Repräsentanten des jeweiligen politischen Lagers zu erscheinen. Für Carter war es die wahlentscheidende Frage, ob er sich wieder als Führer der Demokratischen

¹⁰) Vgl. Roger-Gérard Schwartzenberg, *L'état spectacle*, Paris 1977.

¹¹) James David Barber, *The Presidential Character: Predicting Performance in the White House*, Englewood Cliffs, N.J., Auflage 1977.

Partei darstellen konnte, nachdem die Auseinandersetzung mit Kennedy fast zu einem Bruch in dieser Partei geführt hatte. Für ihn war es das Hauptziel, die demokratischen Wähler gegen den konservativen Republikaner Reagan zu mobilisieren und die klassische Koalition zu erneuern, die so lange die demokratische Mehrheitsposition in den USA ausgemacht hatte. Carter wollte die Koalition aus liberalen Intellektuellen, Gewerkschaftern, Juden, ethnischen Minderheiten, den Schwarzen und den ärmeren Schichten Amerikas erneut zusammenbinden, wie ihm das in der 76er Kampagne gelungen war. Aus der gesunkenen Wahlbeteiligung 1980 kann man schließen, daß Carter dies mißlang.

Reagan verleugnete seine republikanische Herkunft nicht. Für ihn war von Vorteil, daß eine allgemeine Zeitströmung in Amerika konservativen Gedankengängen entgegenkommt und daß insbesondere die ökonomische Situation Amerikas den Republikanern neue politische Chancen gibt. Interessant ist, daß beide Kandidaten ihren „Charakter“ fast als wesensgleich darstellten. Offensichtlich müssen amerikanische Kandidaten heute sportlich sein, gute Familienväter, gläubig, heimatbezogen, politischer Kopf und guter Nachbar von nebenan in einer Person, so wie es Carter 1976 in seiner Kampagne getan hatte, als er dieses Image praktisch zum Thema des Wahlkampfes gemacht und sich als neuen Politikertyp nach Watergate deklariert hatte. Sein Buch „Why not the best?“ ist Ausdruck einer solchen Kampagne, die eine Stilisierung, ja fast Theatralisierung der Politik unverkennbar hervortreten läßt.

Bei der Frage, wie die Kandidaten den politischen Herausforderungen ihrer Zeit entgegenzutreten wollten, fiel zunächst Carters großes Problem auf, eine eigene Leistungsbilanz vorzulegen. Anders als Helmut Schmidt, der mit seiner Regierung gerade im Wahljahr ein hohes Ansehen genoß und deshalb mit seiner Politik der Friedenssicherung, der wirtschaftlichen und sozialen Sicherheit die Grundthemen fest im Griff hatte¹²⁾, sah sich Carter der bohrenden Frage nach der richtigen politischen Führung für Amerika voll ausgesetzt. Zwar versuchte auch er zögernd, eine weltpo-

litische Leistungsbilanz aufzumachen, indem er etwa auf erfolgversprechende Ansätze in der Nahostpolitik verwies, doch die Geiselaffäre mit dem Iran und die amerikanische Diskussion um SALT II zeigten, daß der Präsident auch im außenpolitischen Bereich nicht sehr viel aufweisen konnte. Deshalb war es für Ronald Reagan nur konsequent, daß er das Thema „politische Führung“ zum Hauptthema seiner Kampagne machte und sich selbst als politischen Führer nach Carter anbot.

Auf der Grundlage dieser personalisierten Strategie haben Carter und Reagan ihren Wahlkampf konsequent umgesetzt. Mit einer der amerikanischen Wahlkampfmaschinerie eigenen Perfektion werden Fernsehwerbekampagnen in Gang gesetzt, Freiwilligenorganisationen ins Leben gerufen, die vorhandene Parteiorganisation sowie Gewerkschaften und andere Verbände zum Mitmachen bewegt, Brief- und Telefonkampagnen auf Zielgruppen abgestellt — alles, um die persönlichen Vorzüge des jeweiligen Kandidaten herauszuarbeiten. Großveranstaltungen, wie sie etwa Franz Josef Strauß in der Bundesrepublik abhielt, waren in Amerika wesentlich seltener. Vor allem Carter bevorzugte das intimere Town-Meeting, wo er in kleinem Kreise, oft nur vor wenigen Hundert Menschen, eine intensivere Diskussion führte, von der er aber gewiß sein konnte, daß sie im Fernsehen ihren Widerhall finden würde. Es ist ein großes Problem für Carter gewesen, daß er als Redner auf Massenveranstaltungen nur blaß blieb und wenig Resonanz hatte, während er in den Town-Meetings, unterstützt durch die Form der Diskussion und des Dialogs mit Bürgern, durchaus gut vorbereitet war und zu gefallen wußte¹³⁾.

So wie Carter die Town-Meetings bevorzugte, um seine Stärke auszuspielen, vermied es Reagan, Pressekonferenzen zu halten, um keine politischen Blößen sichtbar werden zu lassen. Reagan absolvierte vielmehr ein breites, repräsentatives Programm, suchte alle wichtigen Staaten auf und versuchte, wichtige Gruppen vor allem aus der schwarzen Bevölkerung und den ärmeren Schichten anzusprechen, was ihm schließlich gelang.

¹²⁾ Vgl. auch Infas-Report Bundestagswahl 1980, S. 55.

¹³⁾ Einzelheiten s. The Wallstreet Journal, 3. 11. 1980, S. 30, und Süddeutsche Zeitung vom 31. 10. 1980.

Der Medienberater Carters, Rafshoon, hatte einen Dreiphasenplan zur Personalisierung der Carter-Kampagne vorgesehen. In der ersten Phase sollte die präsidentielle Selbstdarstellung überwiegen, in der zweiten ein Angriff auf Ronald Reagan geführt werden und in der dritten dann wiederum das präsidentielle Auftreten des Präsidenten herausgestellt werden. Sowohl die erste als auch die dritte Phase in der gesamten Kampagne kamen nicht zum Tragen, so daß von Carters Kampagne im wesentlichen die Angriffe gegen Reagan übrigblieben und hervortraten.

In Reagans Kampagne sah die Personalisierung anders aus. Sie war ganz auf die Persönlichkeit des Herausforderers abgestellt. Reagan sollte selbst wirken. Sein Medienberater, Peter Dailey, vertraute ganz auf Reagans große und allseits beobachtete Fähigkeit als großer politischer Kommunikator. Er sollte ganz aus sich heraus wirken und nach einer kurzen Einführungsphase nur noch selbst auftreten, um seinen Führungsanspruch zu begründen. Im Zentrum der Kampagne stand der ruhig, selbstbewußt und sympathisch auftretende Kandidat. Reagans große Fähigkeiten zur politischen Kommunikation zeigten sich in allen Bereichen der Kampagne. Er war ein guter Repräsentant, ein guter Redner, und vor allem konnte er perfekt im Fernsehen auftreten. Diese Strategie, die im Rückblick so selbstverständlich und richtig erscheint, war ein großes Risiko, weil sie bewußt darauf angelegt war, jede politische Kontroverse zu vermeiden und ganz darauf abzustellen, daß die Persönlichkeit des Kandidaten sich schließlich durchsetzen würde.

Wie 1976 Carter gegen Ford, so hat auch Reagan 1980 gegen Carter ganz darauf vertraut, daß mit einer neuen, überzeugenden Persönlichkeit eine Mehrheit der Wähler zu gewinnen sein würde. Reagan hat diese Kampagne in hervorragender Manier absolviert. Er war in der Lage, vom Small Talk bis zum großen Auftritt alles zu absolvieren. Vor allen Dingen aber hatte er Carter auch etwas voraus, was im Angelsächsischen unbedingt zur Kommunikation gehört, nämlich Humor. Seine Auftritte waren effektiv. Er ließ sich kaum eine Pointe entgehen und war ohne Zweifel ein Kandidat, der in jeder Hinsicht die Medien zu füttern wußte. Reagan kam dabei — laut DPA-Basis-

dienst vom 31. Oktober 1980 — zugute, daß er im Laufe der Kampagne von insgesamt 443 Zeitungen mit einer Gesamtauflage von 17,6 Millionen Exemplaren unterstützt wurde, während Carter nur die Unterstützung von 126 Zeitungen mit einer Gesamtauflage von 7,8 Millionen Exemplaren für sich in Anspruch nehmen konnte.

Schon Reagans Wahlkampfstart am Labour Day unter der Freiheitsstatue in New York und in Anwesenheit des Vaters von Lech Walesa, dem polnischen Arbeiterführer, zeigte diese Fähigkeiten deutlich. In der Reagan-Kampagne wurde außerdem immer wieder herausgestellt, daß er ein gelernter und erfahrener Politiker war, der sich in Kalifornien als Gouverneur mit politischem Erfolg bewährt hatte. Seine Fähigkeiten, eine gute Administration in Washington aufbauen zu können, konnte er mit dem Versprechen einer besseren politischen Mannschaft als der von Carter hervorheben. Reagan war es gelungen, sich mit seinem früheren innerparteilichen Widersacher Ford auszusöhnen und bei außenpolitischen Diskussionen die früheren Außenminister Kissinger und Rogers für sich eintreten zu lassen. Seine politische Botschaft umfaßte im Grunde genommen drei auf der konservativen Sehnsucht aufbauende Themen:

1. Er stellte generell den Wählern die Frage, ob sie nach vier Jahren Carter glücklicher waren als zuvor und ob sie wieder den wirtschaftlichen Aufschwung wollten.
2. Er versprach seinen Wählern, „die Last des Staates“ und damit der höheren Steuern von ihren Schultern zu nehmen.
3. Er beklagte den Zustand des Ansehens der USA in der Welt und versprach, dem Land wieder Achtung in der Welt zu verschaffen.

Daß es sich hierbei um die Grundthemen der amerikanischen Politik handelt, ist unbestritten. Sie wurden aber weniger im Sinne einer differenzierten und umfassenden politischen Auseinandersetzung von Reagan behandelt, sondern in seiner Kampagne nur als Beigabe oder Unterstreichung seines Anspruchs auf die politische Führung angesehen.

Die große Fernsehdebatte

In den Fernsehdebatten, in denen Carter und Reagan und in Deutschland Schmidt und

Strauß zusammen mit Kohl und Genscher zusammentrafen, konnte man große Unterschiede im Stil der politischen Kommunikation feststellen. Während die amerikanischen Konkurrenten ihre Vorbereitung auf diese Debatte besonders ernst nahmen und sich teilweise bis zu einer Woche darauf ausschließlich vorbereiteten — so hatte Reagan alle Wahlkampfverpflichtungen in dieser Zeit abgesagt —, steht den deutschen Politikern noch immer sehr wenig Vorbereitungszeit für solche Sendungen in ihren Terminplänen zur Verfügung¹⁴). Doch nicht nur die Art der Vorbereitung, auch der Stil und das Auftreten der Kandidaten unterscheiden sich erheblich. Wer Carter und Reagan diszipliniert, gelegentlich etwas steif eingeübt, miteinander hat diskutieren sehen, konnte sich dennoch nicht dem Eindruck entziehen, daß hier mit einer gewissen Würde Fernsehwahlkampf gemacht wurde.

Die Diskussion zwischen Schmidt und Genscher, Strauß und Kohl drei Tage vor der Wahl dagegen konnte diesen Eindruck nicht vermitteln. Sowohl der Umgang der Politiker untereinander, die Art der Diskussion, die Unfähigkeit, ein überschaubares Verfahren in die Diskussion hineinzubringen und die ungewöhnliche Länge von dreieinhalb Stunden — gegenüber 90 Minuten in Amerika — trugen dazu bei, das Auftreten der Spitzenpolitiker insgesamt als mißlungen anzusehen. Hier werden nicht nur Wahlkampfchancen, sondern auch die Möglichkeit verspielt, eine dem Fernsehzeitalter adäquate politische Kultur zu entwickeln. Während sich also in Amerika die Kritik auf diese Art von Debatten mehr darauf bezieht, daß die substantielle politische Auseinandersetzung zu kurz kommt und das Ritual der Sendung zu stark drehbuchartig festgelegt ist, so daß die eigentliche Diskussion zu ersticken droht, fehlt es in Deutschland offensichtlich an einem Konzept, wie überhaupt eine solche Sendung ablaufen soll.

Eine interessante Nebenfrage knüpft sich an diese großen Debatten im Vergleich Deutschland — Amerika noch an. Carter hatte sich hartnäckig geweigert, den dritten ernsthaften Bewerber um die Präsidentschaftswahlen, An-

derson, in die Debatte miteinzubeziehen, weil Anderson für Carter die Hauptgefahr bedeutete und ihn die entscheidenden Stimmen hätte kosten können. Carter wollte vermeiden, daß Anderson die überlegene und souveräne Rolle des neutralen Dritten zwischen zwei Kontrahenten spielen konnte. Genau das vermochte in Deutschland Hans-Dietrich Genscher, dem es in der mehrstündigen Debatte gelang, eine mehr eigenständige, fast neutrale Position zu stilisieren. Da in Deutschland keine Kanzlerkandidatendiskussionen stattfinden, erweckt diese Viererdiskussion den falschen Eindruck, als gäbe es eine Vielfalt politischer Alternativen, anstelle der tatsächlich vorhandenen beiden sich gegenüberstehenden Lager mit zwei Kandidaten für die Kanzlerschaft¹⁵).

Amerikanische Variante: Privatleben in der Öffentlichkeit

Über die schon beschriebenen politisch-konzeptionellen und kommunikativen Ansätze zur Personalisierung der Politik gehen die Wahlstrategen in den USA noch einen erheblichen Schritt hinaus ins Persönliche, wenn sie ihre Kandidaten dem Wähler präsentieren. Personalisierung der Politik 1980 hieß in den USA auch die Offenlegung der persönlichen Dinge des Kandidaten im Wahlkampf. In medienwirksamer Weise legen die Kandidaten praktisch ihren gesamten Lebenslauf, alle ihre persönlichen Erlebnisse und Empfindungen dar. Der Lebenslauf des Kandidaten, auch seines Privatlebens, ist für den amerikanischen Wähler eine offene Story. Ebenso verhält es sich mit dem Gesundheitszustand des Kandidaten, der im Detail in der Presse dargestellt wird, ja als Gesundheitsbulletins von den Kandidaten selbst veröffentlicht werden¹⁶). Das gleiche gilt für die finanziellen Verhältnisse, so daß die Einkommensteuererklärungen der Kandidaten veröffentlicht werden. Ebenso hat die Personalisierung der Kampagne nicht vor den Familien der Kandidaten haltgemacht. Sie werden in aller Ausführlichkeit vorgestellt und machen eigene Wahlkampagnen. Die Fa-

¹⁴) Peter Radunski, Wahlkämpfe — Moderne Wahlkampf-führung als politische Kommunikation, München/Wien 1980, S. 82ff.

¹⁵) Vgl. Peter Radunski, Der Fernsehwahlkampf der Zukunft, in: Wahlkampf und Fernsehen, Schriftenreihe der Hanns-Seidel-Stiftung, Heft 20, S. 95ff.

¹⁶) Der Spiegel, Nr. 44/1980, S. 167—169, Time, 3. November 80, S. 42—43.

milie dient hier gewissermaßen als Surrogat für den Kandidaten, um seine Medienwirksamkeit zu erhöhen. Wo er nicht mehr das Interesse als Persönlichkeit allein findet, kann es die Frau, der Sohn, die Tochter oder Schwiebertochter, der Bruder, die Mutter vielleicht in den Medien erreichen. Diese Erweiterung des Personalisierungskonzeptes, die seit den Kampagnen Kennedys zu beobachten ist, wurde mit großer Perfektion von Carter 1976 angewendet und 1980 von Carter und Reagan gleichermaßen.

Erste Anklänge an diese Kampagnetechnik gab es auch bereits in der Bundesrepublik 1980, wo Frau Schmidt mit einer freundlichen PR-Kampagne und Frau Strauß mit einer eigenen politischen Veranstaltungsserie in den Wahlkampf eingriffen. Dennoch ist diese Wahlkampfteilnahme der Politikerfrauen in Deutschland nicht zu vergleichen mit den Quasi-Kampagnen von Rosalyn Carter und Nancy Reagan in der amerikanischen Präsidentschaftswahl 1980. Dieser totale Verlust einer Privatsphäre, die ein Präsidentschaftsbewerber in den USA hinnehmen muß, schockiert den europäischen Betrachter. Die amerikanische Öffentlichkeit sieht die Präsidentschaftswahlen bewußt als Persönlichkeitstest, will wissen, mit wem sie es zu tun hat; sie lauert während des Wahlkampfes auf Fehler, prüft das Verhalten im Streß und will den Kandidaten in Krisen erleben. Der damit verbundene Eintritt in die persönliche und private Sphäre eines Präsidenten oder Präsidentschaftskandidaten ist ohne weiteres als Nebenprodukt der neuen Kommunikationsformen im Zeitalter des Fernsehens zu sehen und wird von amerikanischen Betrachtern als irreversibler Trend hingenommen¹⁷⁾.

Die deutschen Kontrahenten Schmidt und Strauß gehören noch einer Politikergeneration an, die bewußt ihre Öffentlichkeitswirksamkeit zu kontrollieren versteht und den Eintritt der Öffentlichkeit in ihr Privatleben einzugrenzen weiß. Doch die Forderungen der Medien nach mehr Information über die Persönlichkeit der Politiker im Wahlkampf wird es in den achtziger Jahren einer neuen politischen Generation sehr schwer machen, diesen Stil beizubehalten. Vielmehr sieht es danach

¹⁷⁾ Vgl. Steven Hess, *The Presidential Campaign*, Washington 1978, S. 27.

aus, als ob die Amerikanisierung des Wahlkampfes auch hier voranschreiten wird.

Gefahren der Personalisierung

Es ist deshalb wichtig, drei Gefahren der Personalisierung von Wahlkampagnen festzuhalten.:

1. Die Carter-Reagan-Kampagne hatte etwa 14 Tage vor dem Wahlkampf einen Punkt erreicht, wo beide Kandidaten keine politische Kontroverse und kein politisches Thema für ihren Wahlkampf gefunden hatten. Sie liefen Gefahr, gleichmäßig an Ansehen zu verlieren; entsprechende politische Witze in Fernsehshows gegen die Qualifikation beider Kandidaten grassierten.

2. Carter hatte sich zu sehr auf Reagan als Antithema konzentriert und auf die Darstellung der eigenen Konzeption seiner Präsidentschaft verzichtet. Ebenso wenig war Reagan wesentlich über die Kritik an der Carter-Administration zu einer eigenen politischen Programmatik hinausgekommen. Das Ergebnis faßte Theodor White in einem Artikel über den Präsidentschaftswahlkampf Ende Oktober 1980 in *Life* dahin gehend zusammen, daß es keinem Kandidaten gelungen wäre, eine klare Aussage über das Hauptproblem der amerikanischen Politik in den achtziger Jahren zu machen¹⁸⁾.

3. Zugespitzte Personalisierungsstrategien finden bei den Medien dankbare Abnehmer, führen aber dazu, daß Stil über Substanz, Insiderstories über politischen Hintergrund und Unwichtiges über Wichtiges triumphiert. Die politischen Absichten der Kandidaten und ihrer Parteien werden zu weit in den Hintergrund gedrängt. Nicht zuletzt geht mit der überlebensgroßen Darstellung von Personen auch die Gefahr einher, daß ein Widerspruch zwischen dem so dargestellten Politiker auf der einen Seite und seinen tatsächlichen Möglichkeiten zur Lösung politischer Probleme auf der anderen Seite entsteht. Schließlich bleibt es die strategische Grundfrage aller Wahlkämpfe, ob die im Vordergrund des Wahlkampfes stehende Personalisierung tatsächlich auch das Hauptmotiv für die Wählerentscheidung ist. Für die Experten der Wahlforschung ist die Antwort jedenfalls offen. Ob

¹⁸⁾ Theodor White, in: *Life*, Oktober 1980, S. 50.

die Person oder die Sache im Vordergrund der Wahlentscheidung steht, ist nach wie vor nicht schlüssig entschieden. Zu Recht wird darauf hingewiesen, daß bei der Analyse der

Bedeutung von Kandidaten und politischen Themen für die Wählerentscheidung nach wie vor bei der Wahlforschung ein Theorie- und Methodendefizit besteht¹⁹⁾.

II. Der Angriffswahlkampf: Negative Campaigning und Polarisierung

Die Wählermotivation ist nicht nur eindimensional: Es wird nicht nur für etwas, sondern auch gegen eine Partei oder gegen einen Politiker gestimmt. Allein in der Unterscheidung zwischen CDU/CSU und SPD hat der Wähler immerhin vier Möglichkeiten, sich zu entscheiden. Er kann sich für die CDU/CSU und ihren Kandidaten, für die SPD und ihren Kandidaten oder gegen die CDU/CSU und ihren Kandidaten und gegen die SPD und ihren Kandidaten entscheiden. Die positive und negative Stellungnahme eines Wählers gegenüber Parteien und Politikern lassen sich nicht so eindeutig in ihrer Motivationsstruktur separieren, aber in den Wahlkampagnen kann der Akzent stärker darauf gelegt werden, ob man angreifen oder positive Selbstdarstellung betreiben will²⁰⁾.

Die vorwiegend auf den Angriff gegen den politischen Gegner programmierte Kampagne ist als „Negative Campaigning“ richtig beschrieben und hat in den westlichen Demokratien in den letzten Jahren in fast allen Wahlkämpfen eine entscheidende Rolle gespielt. In der Bundesrepublik Deutschland ist dieser Prozeß, den Angriff stärker zu betonen als die eigenen politischen Ziele, als Polarisierung in der deutschen Politik beschrieben worden. In Deutschland wie in Amerika war 1980 ein Jahr des Negative Campaigning. Überall wurde versucht, mit Angriffen auf den Gegner zur Offensive im Wahlkampf zu kommen. Carters Meinungsforscher Patrick Caddell, der zugleich zu seinem wichtigsten Strategen und Wahlkampfberater avanciert war, hat bereits im September 1979 seinem Präsidenten die Strategie des Negative Campaigning vorgeschlagen²¹⁾. In den Vorwahlen wie in den Präsidentschaftswahlen sollte danach der Gegner zum Thema der Carter-Kampagne gemacht werden. Negative Campaigning bedeutet die Strategie, in der eigenen Kampagne mehr über die Fehler des Gegners als über die eigenen Stärken zu sprechen. So wie Kennedy das Thema Carters in

den Vorwahlen um die demokratische Präsidentschaftsnominierung war, wurde Reagan in der Präsidentschaftskampagne das Thema.

Die Parallelen zwischen Deutschland und Amerika werden hier offensichtlich. Ebenso wie Carter mit Reagan verfuhr, haben auch Schmidt und die SPD Strauß zum Thema des Wahlkampfes in der Bundesrepublik gemacht. Wie noch im einzelnen zu zeigen sein wird, gab es dabei erstaunliche Parallelen in der Wahlkampfführung. Es zeigt sich, daß durch die Gleichheit der verwendeten Wahlkampfstrategien die Systemunterschiede zwischen präsidentiellen und parlamentarischen Ordnungen fast verschwinden.

Drei Formen des Angriffswahlkampfes

Betrachtet man die Formen des Negative Campaigning und der Polarisierung in den Wahlkämpfen 1980, so haben sich drei Grundformen herausgeschält, die von allen Kontrahenten, Regierung und Opposition in Deutschland sowie von Carter und Reagan im amerikanischen Wahlkampf angewendet worden sind.

1. Negative Campaigning gegen Personen

Zeitweilig sah der Wahlkampf in der Bundesrepublik wie ein Plebiszit gegen Franz Josef Strauß aus. Bundeskanzler Schmidt, die SPD, die F.D.P. und viele Anti-Strauß-Organisationen hatten sich vereinigt, um eine Kampagne

¹⁹⁾ Vgl. Winfried Ockenfels, Baldur Wagner, Signale in die achtziger Jahre, München/Wien 1980, S. 32ff., und Karl Furmaniak, Peter Hoschka, Hermann Schunk, Wahlforschung, Demoskopie und Politikberatung, Erwartungen, Möglichkeiten, Mißverständnisse — Ein Erfahrungsbericht, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Dezember 1975, S. 573.

²⁰⁾ Vgl. Peter Radunski, Wahlkämpfe — Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München/Wien 1980, S. 95—97.

²¹⁾ The Washington Post, 9. 6. 1980.

gegen die Kanzlerschaft Strauß' zu führen. Die Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen wurde allein als Anti-Strauß-Kampagne von der SPD geführt. Hier wird die Methode des Negative Campaigning besonders deutlich, weil Franz Josef Strauß in Nordrhein-Westfalen gar nicht zur Wahl stand. Interessant für die deutsche Variante des Negative Campaigning ist allerdings, daß Franz Josef Strauß nicht die fachliche Kompetenz zur Kanzlerschaft, sondern die moralische abgesprochen wurde. Außerdem kam im deutschen Negative Campaigning eine gewisse, teilweise mit den Kampagnen der Regierungsparteien verbundene, teils unverbundene Mobilisierung der Straße, sowie eine von „Stern“ und „Spiegel“ geführte Pressekampagne gegen Franz Josef Strauß hinzu. Da im Zuge dieser Kampagne Franz Josef Strauß auch Schmidt angriff, ist es kein Wunder, daß 37% der Wähler vom Wahlkampf 1980 „gegenseitige persönliche Beleidigungen“ als besonders unerfreulich in Erinnerung behielten²²⁾.

Wie sehr andererseits die Wählerstimmung laut Umfragen zum Negative Campaigning disponiert ist, zeigt eine Umfrage vor Beginn des amerikanischen Hauptwahlkampfes Mitte September: Die Entscheidung für einen Kandidaten wird oft dadurch motiviert, daß man gegen den anderen Kandidaten ist. So wird von den zu diesem Zeitpunkt für Reagan entschiedenen Wählern berichtet, daß sie dies zu 43% aus einer Anti-Carter-Haltung taten. Carters Wähler wiederum waren zu 34% gegen Reagan, und schließlich hatte der dritte Kandidat, nämlich Anderson, zu diesem Zeitpunkt bei 61% seiner Wähler nur deshalb Zustimmung gefunden, weil er gegen Carter und Reagan war²³⁾.

Deutlich illustrierte das auch eine Schautafel, in der Time am 3. November 1980 noch einmal aufzählte, was für jeden Kandidaten aus der Sicht der Wähler spricht. Am Ende der Liste für Carter stand „He is not Reagan“, während am Ende der Liste für Reagan stand „He is not Carter“²⁴⁾.

Negative Campaigning oder Polarisierung in der Politik ist also nicht nur einer „böartigen Veranlagung“ der Politiker entsprungen.

²²⁾ Infas-Report, a. a. O., S. 95.

²³⁾ Time vom 15. 9. 1980 nach einer Umfrage von Yankelovich, Skelly und White.

²⁴⁾ Time vom 3. 11. 1980, S. 15.

Wenn sie zu diesem strategischen Mittel greifen, entspricht es durchaus einer Disposition in der Wählerschaft. Angriffswahlkampf muß deshalb nicht von vornherein abgelehnt werden, sondern grundsätzlich als legitimes Mittel moderner Wahlkampf-führung erkannt und akzeptiert werden. Eine ganz andere Frage ist es, ob eine intakte öffentliche Meinung nicht dafür sorgen muß, allen Auswüchsen, persönlichen Verunglimpfungen und der Verletzung der politischen Sitten entgegenzutreten. Interessanterweise hat es diese Reaktionen sowohl in Deutschland als auch in Amerika mit Fortdauer der Kampagnen gegeben. So wurden Carters Diffamierungen gegen Reagan von der amerikanischen Presse zurückgewiesen oder überspitzte Angriffe gegen Strauß in SPD-Anzeigen in der Schlußphase des Wahlkampfes von deutschen Presseorganen nicht angenommen. So kann eine intakte Öffentlichkeit durchaus dazu beitragen, daß auch beim Negative Campaigning die Verantwortung des Politikers für seinen Wahlkampf nicht verlorengeht.

Carters Angriff auf Reagan hatte eine persönliche Komponente und eine politisch-inhaltliche. Im persönlichen Angriff betonte Carter, daß Reagan im Falle seiner Wahl der älteste Präsident sein würde, den die Vereinigten Staaten je gehabt hätten. Weiterhin versuchte die Carter-Kampagne, den früheren Schauspieler Reagan als ungeeignet für das Weiße Haus darzustellen. Und schließlich wurde er immer wieder als Rechtsaußen in der Republikanischen Partei angegriffen. Im Politisch-Inhaltlichen wurde Carters Angriff auf Reagan dann sehr scharf. Carter warf seinem politischen Gegner vor, daß er als Reaktionär die Nation in Schwarze und Weiße, Nord und Süd, Arm und Reich spalten würde und damit ungeeignet sei, amerikanischer Präsident zu werden²⁵⁾.

Man wird beobachten müssen, ob die Taktik dieser negativen Personalisierung sich aus der Rolle des Amtsinhabers besonders empfiehlt oder nur in den Zufälligkeiten des Jahres 1980 lag. Weder Strauß noch Reagan hatten sich ihrerseits dazu entschlossen, ihre Kampagnen im Hauptgewicht mit negativer Personalisierung zu führen. Das heißt nicht, daß Strauß

²⁵⁾ Vgl. Neue Zürcher Zeitung vom 12. 10. 1980.

darauf verzichtet hat, Schmidt persönlich anzugreifen; auch Reagan hat gelegentliche Attacken gegen Carter geführt. Reagan widerstand den immer wiederholten Forderungen seiner politischen Basis, der republikanischen Partei, härtere Angriffe gegen Carter zu führen. Er konzentrierte sich statt dessen auf eine eigene positive Selbstdarstellung.

Als Opposition versuchten Reagan wie Strauß, die jeweils gegen die Administration vorzubringenden politischen Punkte nicht allein von einer Personalisierung verdeckt zu sehen, während die jeweiligen Amtsinhaber Schmidt und Carter versuchten, die von ihren Herausforderern vorgebrachten politischen Kritikpunkte von vornherein durch eine negative Personalisierung unglaubwürdig zu machen. Während Carters negative Personalisierung an Reagans Verbindlichkeit und seiner politischen Kritik scheiterte, konnte Helmut Schmidt aus seiner Position des anerkannten Bundeskanzlers die Glaubwürdigkeit der Kritikpunkte Strauß' mit der negativen Personalisierung untergraben. Hier zeigt sich, wie gleiche Wahlkampfmethoden in unterschiedlichen politischen Situationen zu verschiedenen Ergebnissen führen. Die negative Polarisierung kann sich nur der Amtsinhaber erlauben, dessen Ansehen in der Bevölkerung unumstritten ist, so wie es beim Bundeskanzler Helmut Schmidt zur Zeit des Wahlkampfes 1980 war, während Carter mit einer in der Öffentlichkeit schwach eingeschätzten Präsidentschaft keine Ausgangsposition für eine negative Personalisierung gegen Reagan besaß.

2. Negative Campaigning mit außenpolitischer Gefährdung

Fast parallel haben Carter und Schmidt versucht, ihre politischen Widersacher als Gefahr für den Frieden darzustellen. Während Schmidt der Politik der Union und ihres Kanzlerkandidaten die Fähigkeit zum Frieden absprach, hat Carter Reagan mehrfach als eine Bedrohung für den Frieden bezeichnet. In Deutschland konnten die Oppositionsparteien diesen Vorwurf mit einiger Plausibilität zurückweisen, machten aber ihrerseits ein Negative Campaigning mit außenpolitischer Thematik, indem sie der SPD vorwarfen, eine Moskau-Fraktion zu besitzen. Auch Reagan konnte in Amerika die Frage von Krieg und

Frieden, die hartgesottene Insider als den „Tolstoi-Issue“ bezeichneten, nicht auf sich beruhen lassen. Er ließ Ford, Kissinger und Rogers als kompetente außenpolitische Sprecher für sich in die Bresche springen und startete selbst eine Friedensinitiative, indem er ein SALT III vorschlug.

3. Negative Campaigning durch „Ideologie-Verdacht“

Die dritte Form des Negative Campaigning ist es, den Gegner unter „Ideologie-Verdacht“ zu stellen. In Deutschland ist dafür als klassische Kampagne die der CDU von 1976 unter dem Motto „Freiheit statt Sozialismus“ zu sehen. 1980 versuchte die CDU, die für möglich gehaltene absolute Mehrheit der SPD mit der Kampagne „Gegen den SPD-Staat — Stoppt den Sozialismus“ zu verhindern. Hier zeigt sich bereits, daß Negative Campaigning mit „Ideologie-Verdacht“ im wesentlichen von Parteien getragen wird. Auch in den USA versuchten die Republikaner, Carters Angriffe gegen Reagan mit Angriffen gegen die Demokraten und Carter selbst zu kontern. Dabei wurde insbesondere die staatliche Ausgabenpolitik der Demokraten aufs Korn genommen — ein klassisches Thema der Republikaner in amerikanischen Wahlkämpfen.

Negative Campaigning und Wahlerfolg

Negative Campaigning gegen Personen, im Bereich der Außenpolitik und mit „Ideologie-Verdacht“ gegen den politischen Gegner ist als politisch-strategisches Mittel in den beiden jüngsten Wahlkämpfen in Deutschland und Amerika in allen Varianten vorgekommen.

Warum haben sich die Politiker und Strategen aller wahlkampf führenden Parteien in Deutschland und USA zum Negative Campaigning entschlossen? Am einsichtigsten ist es noch bei Präsident Carter, daß er mit einem Angriffswahlkampf versuchte, von seiner unglücklichen Amtszeit abzulenken. Schon hier sieht man, was Negative Campaigning eigentlich ist: Ein strategisches Ablenkungsmanöver in schwierigen politischen Situationen. Einen Präsidenten, der vier weitere Amtsjahre regieren will, aber keinen außenpolitischen, keinen innenpolitischen und keinen wirtschaftlichen Erfolg vorweisen kann, der von einem großen Teil seiner eigenen Partei nicht unterstützt

wird, bleibt kaum eine andere Wahl. Doch Carters Angriffskampagne verdeckte seine positive Selbstdarstellung. Im Ergebnis gab es in der Schlußphase des Wahlkampfes für die Wähler keinen Grund mehr, Carter zu wählen²⁶⁾. Carters negative Strategie gegen Reagan hatte in der Schlußphase praktisch dazu geführt, daß er nur noch zwei Chancen besaß: Reagan in der Debatte zu schlagen und die Geiseln aus dem Iran heimzubringen. Reagan erwies sich jedoch als ebenbürtiger Debattengegner; überdies hätte dem amerikanischen Präsidenten bei der Lösung der Geiselfrage nur ein Wunder in den Schlußtagen des Wahlkampfes helfen können.

Was hat Negative Campaigning den rivalisierenden Parteien in Deutschland gebracht? Die Regierung Schmidt konnte in einer vorteilhaften politischen Situation Wahlkampf führen. Die politische Großwetterlage, die Gesamtstimmung in der Bevölkerung zur Regierung Schmidt war positiv; Schmidt stand im Zenit seines Ansehens. War es in dieser Situation richtig, die Anti-Strauß-Kampagne in den Mittelpunkt des Wahlkampfes zu stellen, wie es SPD und Bundeskanzler getan haben?

Zur Mobilisierung, vor allen Dingen der eigenen linken Randwähler in der SPD, war diese Kampagne mit Sicherheit tauglich. Aber offensichtlich war damit auch die Hoffnung verknüpft, die CDU-Wähler zu polarisieren und stärker ins Lager der sozial-liberalen Koalition zu führen. Für die SPD und F.D.P. zusammen brachte das Negative Campaigning zwar einen Gesamterfolg, man muß allerdings festhalten, daß für die SPD trotz guter politischer Ausgangssituation mit Negative Campaigning kein politisch überzeugendes Ergebnis der Wahl 1980 erreicht wurde.

Für die CDU/CSU hat sich das Negative Campaigning mit der Devise „Gegen den SPD-Staat“ vor allem in der Endphase insofern ausgezahlt, als eine Mobilisierung der Stammwählerschaft erreicht wurde, die noch dazu führte, daß die Union stärkste politische Kraft wurde und eine absolute Mehrheit der SPD verhindern konnte. Eine über den unmittelbaren eigenen Wählerkreis hinausgehende Wechselwähleransprache konnte auf diese

Weise allerdings nicht mehr erreicht werden. Ähnlich wie bei Carter war Negative Campaigning hier mehr eine Not als eine Tugend.

Wie sehr Politiker mit Negative Campaigning ihre eigene Glaubwürdigkeit unterminieren können, zeigte sich, als Carter in der Schlußphase seinen Wahlkampf abbrach und sich ganz der Geisellaffäre widmete. Denn nun hatte sich das Mißtrauen der Amerikaner gegen Carter soweit verstärkt und sein staatsmännisches Image so gelitten, daß sein Verhalten in der Geisellaffäre unglaubwürdig geworden war. Meinungsforscher Caddell sieht deshalb gerade in der Geiselfrage den Hauptgrund für die Niederlage Carters²⁷⁾.

Die Wirkung von Negative Campaigning scheint recht kurzfristig zu sein. Das entscheidende Problem einer Wahlkampfführung mit Negative Campaigning hat James Reston in einer Nachbetrachtung zu den Wahlen in den USA zusammengefaßt, als er die amerikanischen Wahlen „too personal and negative“ charakterisierte. Nach Reston führt diese Strategie nicht zu der allgemeinen politischen Zustimmung über den politischen Weg einer Nation, was das Ergebnis demokratischer Wahlen sein sollte. Die Überbetonung der Personalisierung und des Angriffswahlkampfes führten die Wähler und die Anhänger eines Kandidaten dazu, ihm nur ein momentanes Votum zu geben, ohne seine langfristigen Vorhaben zu kennen und zu unterstützen²⁸⁾. Negative Campaigning verhindert so eine der größten Chancen moderner Wahlkampfführung, nämlich die Aufmerksamkeit des Wählers für Politik im Wahlkampf zu nutzen, um stabile Wählerschaften und Anhängerschaften zu begründen. Für die Planung der achtziger Jahre ist es deshalb fraglich, ob Negative Campaigning als „Hit“ der jüngsten Wahlkämpfe weiterhin im Arsenal der Wahlkämpfer eine so hervorragende Rolle spielen wird. Die Ergebnisse müssen die Wahlkämpfer nachdenklich machen. Schließlich waren es Reagan in Amerika und Genscher in Deutschland, die sich am wenigsten auf ein Negative Campaigning einließen und am meisten gewannen.

²⁷⁾ So Caddell in einem Vortrag in Washington am 6. 11. 1980.

²⁸⁾ Washington Star, vom 5. 11. 1980, S. A 21.

²⁶⁾ Washington Post, 16. November 1980, S. A 21.

III. Dramatisierungen in der Schlußphase des Wahlkampfes

Wahlkampf ist beides: die geplante politische Präsentation der Politiker und Themen und die nichtgeplante Reaktion auf neu eintretende politische Ereignisse. Es ist eine strategische Grundfrage jeder Wahlkampfführung, wie neu auftretende Ereignisse kontrolliert werden können, wie sie einzuordnen sind in die Personalisierung und Thematisierung der Wahlkampfführung. Das gilt besonders für die Schlußphase des Wahlkampfes, die etwa in den letzten drei Wochen beginnt. Hier können keine neuen politischen Themen mehr eingeführt werden. Vielmehr gelten jetzt die Themen im Wahlkampf, die lange vorbereitet worden sind oder die neu auftreten durch entsprechende aktuelle Ereignisse. Natürlich ist es der Wunsch jeder Wahlkampfführung, Themen zu bestimmen, bei denen man sich selbst im Vorteil glaubt. Im Vorfeld der Wahlen werden Versuche von den Parteien und Politikern unternommen, politische Themen aufzubauen. Ein gelungenes Beispiel einer solchen Thematisierung im Wahlkampf 1980 war der Aufbau des Themas „Staatsverschuldung“, den die Union seit dem Bundesparteitag der CDU im Mai 1980 vorgenommen hatte. Dieses Thema war in der Endphase des Bundestagswahlkampfes 1980 relevant²⁹⁾.

Da in der Schlußphase der Wahlkampf auf allen Ebenen und in allen Medien auf Hochtouren läuft, ist es nur sehr schwer, für personelle oder thematische Akzente im Wahlkampf die Aufmerksamkeitsschwelle zu überwinden; in der Verbindung mit neu auftretenden politischen Ereignissen allerdings gelingt das in der Regel.

In einer Nachwahlanalyse zur Bundestagswahl 1976 hat das Institut für Demoskopie Allensbach darauf hingewiesen, daß in den Bundestagswahlkämpfen 1965 und 1972 in der Schlußphase, d. h. etwa in den letzten zwei, drei Wochen vor Wahlkampfbeginn, eine Art Last-Minute-Swing eingetreten ist, der dem späteren Sieger (1965 der CDU, 1972 der SPD) einen entscheidenden Zulauf brachte³⁰⁾. Während 1976 diese Entwicklung in der Endphase

des Wahlkampfes ausgeblieben ist, sind für 1980 bereits ähnliche Erscheinungen wieder feststellbar. Zwar sind die Wählerentwicklungen in der Schlußphase des Wahlkampfes 1980 nicht politisch so ausschlaggebend gewesen, da sie an dem zu erwartenden Gesamtergebnis eines Koalitionswahlsieges nichts geändert haben, aber sie haben das politische Gewicht zugunsten der F.D.P. in der Koalition und zugunsten der CDU/CSU hinsichtlich ihrer Stellung als stärkste politische Kraft im Parlament bewirkt. Zu Recht hat man in Deutschland in dieser Schlußphase eher von „Scharmützel“ als von einer „Schlacht“ gesprochen³¹⁾.

Fernsehwahlkampf in der Schlußphase

Anders als zu Kennedys Zeiten und im Wahlkampf 1976 wurde in der diesjährigen Präsidentschaftskampagne in Amerika keine Serie von Fernsehdiskussionen zwischen den beiden Kandidaten angesetzt. Damit war die Kampagne nach manchen Beobachtern auf 90 Minuten zusammengeschmolzen — eine „Winner takes all“-Entscheidung³²⁾. Auch wenn die spätere Kommentierung der Debatte zwischen Carter und Reagan keineswegs davon ausging, daß in dieser Debatte bereits entschieden wurde, wer amerikanischer Präsident wird, so zeigten doch die Umfragen am Wochenende nach der Diskussion einen erstaunlichen Wandel in Richtung auf einen Sieg Reagans. Die Meinungsforscher Caddell und Wirthlin aus den beiden Wahlkampfstäben der Präsidentschaftskandidaten meinten übereinstimmend, nach etwa 36 bis 72 Stunden eine Meinung über den Sieger einer solchen Debatte in der Bevölkerung messen zu können. Immerhin hatte sich gezeigt, wie sehr beide Lager bemüht waren, die Bewertung dieser Debatte nicht dem Zufall zu überlassen. Sowohl Caddell als auch Wirthlin gaben bereits in Pressekonferenzen nach der Debatte jeweils ihren Kandidaten als Sieger aus. Gegen ihre eigene Theorie der Wirkungsweise einer solchen Fernsehdiskussion versuchten sie also die öffentliche Meinung bereits mit ih-

²⁹⁾ Anlage des Berichts des Generalsekretärs auf dem Bundesausschuß der CDU am 8. 12. 1980.

³⁰⁾ IFD, Bundestagswahl 1976, Ergebnisse einer Nachwahlanalyse im Überblick.

³¹⁾ Rolf Zundel, in: Die Zeit, 26. September 1980.

³²⁾ Time, 3. 11. 1980, S. 13.

ren Demoskopien am Morgen nach der Debatte zu beeinflussen³³⁾.

Eine besondere Rolle spielte in diesem Zusammenhang eine von der Fernsehstation ABC organisierte Telefonaktion, bei der Bürger anrufen konnten, um sich über den Sieger der Debatte zu äußern. Das Ergebnis dieser Aktion, die keine wissenschaftliche Umfrage darstellt, zeigte bei den etwa 750 000 Anrufern einen zwei zu eins Sieg von Reagan. Carters Lager hat nach der Wahl in dieser Aktion der Fernsehanstalt eine erhebliche Einmischung in den Wahlkampf zugunsten von Reagan gesehen. Immerhin spielte für die Kampagne Reagans in der Schlußphase diese Umfrage zur Durchsetzung des Eindrucks, daß er der eigentliche Debattensieger sei, eine wichtige Rolle.

In Deutschland bleibt den Kontrahenten zur Durchsetzung des Eindrucks, man habe sich in der Fernsehdebatte besonders ausgezeichnet, nur wenig Zeit. Da die große Debatte drei Tage vor der Wahl stattfindet und der Wahlkampf traditionell am Wochenende bereits zu Ende geht, bleibt praktisch ein Tag zur Durchsetzung dieses Eindrucks. Dazu versuchten CDU/CSU und SPD mit noch in der Nacht nach der Diskussion hergestellten Flugblättern, die bereits am frühen Morgen verteilt wurden, ihre Interpretation durchzusetzen. Allein die CDU verteilte etwa drei Millionen Flugblätter am Morgen nach der Fernsehsendung. Zu einer breiteren Diskussion allerdings reicht die Zeit im deutschen Wahlkampf nicht mehr aus. Eine Blitzumfrage von Allensbach, die von der „Welt am Sonntag“ in Auftrag gegeben worden war, zeigte, daß die Diskussion insgesamt zugunsten der Koalitionsparteien SPD und F.D.P. gelaufen war und als einzelne Persönlichkeit Genscher besonders positiv hervorgetreten war³⁴⁾. Natürlich ist es umstritten, wieviel Wähler eine solche Debatte bewegen kann. Immerhin bleibt festzuhalten, daß sowohl in Deutschland mit Genscher als auch in Amerika mit Reagan der jeweilige Wahlsieger auch als der Gewinner der Debatte bezeichnet wurde.

³³⁾ Vgl. The Washington Post, 30. 10. 1980, S. 1.

³⁴⁾ Welt am Sonntag, 5. Oktober 1980, S. 1.

Zeigt sich schon an der großen Debatte die überragende Bedeutung des Fernsehens in der Schlußphase, so erweist sich dies an den neu auftretenden aktuellen Ereignissen noch viel deutlicher. Im amerikanischen Wahlkampf 1980 war das insbesondere in der Geisellaffäre der Fall, und zwar in doppelter Hinsicht: Einmal jährte sich mit dem Wahltag die Gefangenschaft der Geiseln und zum anderen war gerade aus Teheran ein Angebot gekommen, die Geiseln unter bestimmten Bedingungen freizulassen. In einer dramatischen Geste brach Carter im Morgengrauen seinen Wahlkampf ab, flog zurück ins Weiße Haus, widmete sich ganz der Geiselfrage. Carter hatte damit in der Schlußphase die so entscheidende Aufmerksamkeit der Medien auf sich gezogen, und tatsächlich wurden am Sonntagabend die gerade laufenden Sportübertragungen der großen Football-Spiele unterbrochen und die Botschaft Carters aus dem Weißen Haus zur Geiselfrage übertragen. Zwei Tage vor der Wahl hatte Carter noch einmal die Möglichkeit erhalten, ganz als amerikanischer Präsident in den Blickpunkt der Öffentlichkeit zu treten und in einer wichtigen politischen Frage als Amtsinhaber zu handeln.

Reagan trat in den Hintergrund, zumal er die Situation nicht kommentieren konnte. Klugerweise hatte das Reagan-Lager die amerikanische Öffentlichkeit auf eine mögliche Geiselfreiung damit vorbereitet, daß von Anfang an der Carter-Administration unterstellt wurde, sie würde eine „October-Surprise“ schaffen. Außerdem war eine komplette Kampagne geplant worden für den Fall der Geiselfreiung, die Carters Politik in dieser Frage kritisieren sollte. Doch Umfragen deckten sehr bald auf, daß die neue Entwicklung in der Geiselfrage nicht zugunsten Carters verlief. Denn die Medien zeigten auch die andere Seite des Problems, das die amerikanische Öffentlichkeit seit einem Jahr beschäftigte: zum Einjahrestag der Gefangennahme der Geiseln wurden Berichte und Rückblicke gebracht, die implizit die Fehler, Schwächen und Schwierigkeiten der Carter-Administration voll den Wählern vor Augen führten. Das Ergebnis war ein endgültiges Zurückfallen Carters in den Meinungsumfragen, zumal eine Lösung der Geiselfrage ausblieb.

Die Notwendigkeit einer Schlußphasen-Strategie

Die wachsende Bedeutung der letzten zwei, drei Wochen des Wahlkampfes bietet den Strategen der Wahlkampfplanung ein neues wichtiges Aufgabenfeld. Eine strategisch richtige Anlage des modernen Wahlkampfes muß deshalb diese Schlußphase besonders berücksichtigen. Gerade bei den häufiger werdenden knappen Entscheidungen in den westlichen Demokratien kann die wachsende Zahl der unentschlossenen, parteiunabhängigen Wähler in dieser Schlußphase eine politische Entscheidung herbeiführen.

Ohne Zweifel ist in den letzten Jahrzehnten die Zahl der wechselbereiten Wähler in der Bundesrepublik gewachsen. Bereits in den siebziger Jahren hatte sich der Anteil der Wechsler gegenüber den sechziger Jahren verdoppelt. Während man noch 1969 nur 11% Wechselwähler annahm³⁵⁾, wurde bereits in der Bundesrepublik nach Bildung der Großen Koalition ein Wechselwähleranteil von mehr als 20% vermutet³⁶⁾. Zu Beginn der achtziger Jahre wurde in einer Emnid-Untersuchung das Wechselwählerpotential auf 30% eingeschätzt. Für diese Untersuchung war interessant, daß es sich hierbei um eine Selbsteinschätzung der Wähler handelte, d. h., daß sie also selbst von sich behaupteten, nicht immer die gleiche Partei zu wählen. Gerade diese noch nicht entschiedenen Wechselwähler waren es, die es im amerikanischen Wahlkampf den Meinungsforschungsinstituten unmöglich zu machen schienen, eine Vorhersage für das endgültige Wahlergebnis zu wagen.

Hinzu kommt ein weiteres Phänomen, das die Wählerlandschaft für die Strategen schwieriger gemacht hat: die Zahl der Nichtwähler nimmt zu. Selbst in der Bundesrepublik Deutschland, wo wir mit hohen Wahlbeteiligungen bei Bundestagswahlen rechnen können, ist die Partei der Nichtwähler stärker als die im Bundestag vertretenen Parteien CSU und F.D.P. In den USA dagegen sind die Nichtwähler die stärkste Partei überhaupt. Bei einer Wahlbeteiligung, die nur knapp über 50%

liegt, sind es nach Schätzungen immerhin 75 Millionen Amerikaner, die nicht zur Wahl gehen³⁷⁾. Die Frage der Wahlbeteiligung oder Wahlenthaltung der Anhänger kann für das jeweilige politische Lager in der Schlußphase von großer Bedeutung sein, und die Nichtwähler und die Wechselwähler, die sich ja teilweise überlappen, geben der Schlußphase eine eminente Bedeutung.

Hinzu kommt ein bekanntes Phänomen der politischen Kommunikation: Es ist im Zeitalter des Fernsehens kein Problem, ein aktuelles Thema innerhalb weniger Tage aufzugreifen und zum Wahlkampfthema werden zu lassen. Denn das ist ja gerade eine der neuartigen Wirkungen des Fernsehens auf das politische Leben, daß es innerhalb kurzer Zeit neue Themen aktuell machen kann und damit die politische Szene zwingt, auf sie einzugehen³⁸⁾. In der Schlußphase eines Wahlkampfes können solche neu auftauchenden Themen verstärkt durch Presse und Fernsehen eine Eigendynamik gewinnen, die Parteien und Politiker kurz vor Ende des Wahlkampfes in eine neue Situation bringen.

In der Bundesrepublik war dem Wahlkampf 1980 diese große Dramatik der Schlußphase sicher nicht eigen, weil in der gegenwärtigen Konstellation der Parteienlandschaft in der Bundesrepublik Deutschland Wahlen schon lange vorher durch Koalitionsbindungen entschieden werden. Das trifft allerdings nur auf das Gesamtergebnis der Wahl zu. Für die einzelnen Parteianteile und damit für das politische Gewicht der im Bundestag vertretenen Parteien scheint die Schlußphase 1980 ebenfalls die hier beschriebene Dynamik entwickelt zu haben. Neu auftretende Ereignisse wie die Diskussion um den Hirtenbrief der katholischen Bischöfe, die Diskussion um die politischen Ursachen des Bombenanschlages auf das Münchner Oktoberfest und schließlich die Wirkung der großen Fernsehdiskussion von Schmidt, Strauß, Kohl und Genscher am 3. Oktober waren wichtige Ereignisse in der Schlußphase. Die überraschenden Einzelergebnisse für die im Bundestag vertretenen Parteien — CDU/CSU und F.D.P. stärker als

³⁵⁾ Hans D. Klingemann, Franz Urban Pappi usw., Die Wählerbewegungen bei der Bundestagswahl 1969, in: Politische Vierteljahresschrift, 11. Jahrgang, 1970, Heft 1, S. 111ff.

³⁶⁾ Ursula Feist und Klaus Liepelt, a. a. O., S. 43.

³⁷⁾ Vgl. The Washington Post, 3. November 1980, S. A 12.

³⁸⁾ Peter Radunski, Wahlkampfentscheidung im Fernsehen, in: Sonde 1/77, S. 51ff.

erwartet, SPD schlechter als erwartet — liegen wohl auch darin begründet.

Deutlicher wird die Bedeutung der Schlußphase für den Wahlkampf anhand der amerikanischen Ereignisse 1980: Die Debatte zwischen Reagan und Carter hatte hier zweifellos die erwartete große Bedeutung für den Ausgang des Wahlkampfes. Der überwiegende Teil der öffentlichen Meinung Amerikas, aber auch demoskopische Beobachter nahmen an, daß in dieser Schlußphase die große Entscheidung für Reagan gefallen ist; man sprach direkt von einer „Big Bang-Phase“ für Reagan³⁹⁾.

Die Bedeutung der Schlußphase bei den Wahlkämpfen der westlichen Demokratien nimmt also zu. Im jüngsten amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf hält man es für möglich, daß bis zu acht Millionen Wähler in den letzten zwei, drei Tagen ihre Entscheidung ge-

troffen haben⁴⁰⁾. Auch in Deutschland ist nach einer Infas-Studie festzustellen, daß die Anteilnahme der Bevölkerung in der Schlußphase des Wahlkampfes enorm gestiegen ist, obwohl der Wahlkampf 1980 nicht die erwartete Aufregung im Wählervolk erzeugt hatte. Immerhin haben in den letzten zwei Wochen des Wahlkampfes über 50% der Bevölkerung angegeben, viel vom Wahlkampf gemerkt zu haben⁴¹⁾.

Es kann nicht mehr ausgeschlossen werden, daß Wahlkämpfe, die über ein Jahr laufen, erst in den Schlußwochen, ja Schlußtagen, in ihre entscheidende Phase eintreten. Für diese Phase ein Konzept zu entwickeln und sich auf alle eintretenden Eventualitäten vorzubereiten, ist eine Aufgabe moderner Wahlkampfplanung.

³⁹⁾ Time, 1. Dezember 1980, S. 36.

⁴¹⁾ Infas-Report, Bundestagswahl 1980, S. 69/70.

³⁹⁾ Time, 1. Dezember 1980, S. 36/37.

Werner Kaltefleiter: Über die Polarisierung der Politik. Die Bundestagswahl vom 5. Oktober 1980

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 18/81, S. 3—13

Die Bundestagswahl 1980 fand in einem Klima polarisierter Politik statt. Es gab keine prägenden Sachthemen. Das Image der Oppositionsparteien war eher besser als das der Regierungsparteien. Auch der weit verbreitete wirtschaftliche Pessimismus begünstigte die Opposition. Doch während bei der Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Kanzlerkandidat Strauß dem Kanzler Schmidt noch nahe kam, ergab sich ein großer Abstand bei der Sympathieeinschätzung und der Einordnung auf der Rechts-Links-Skala. In diesem polarisierten Meinungsklima wurde Strauß das Vertrauen verweigert und als ein Politiker der rechten Peripherie eingeschätzt. Seine Kandidatur eröffnete darüber hinaus eine ‚Marktlücke‘ für die FDP.

Dieter Just: Orientierungsprobleme. Zur Bundestagswahl 1980 und ihren Konsequenzen

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 18/81, S. 15—29

Der Beitrag beschreibt Bundestagswahlkampf und -entscheidung von 1980 auch im Vergleich zu den beiden vorangegangenen Bundestagswahlen. Es wird festgestellt, daß 1980 die Zielvorstellungen und Argumente der Parteien relativ wenig durchgedrungen sind; entscheidend war vielmehr die Wahlkampfatmosphäre, wie sie durch die Heftigkeit der zum Teil sehr persönlich angelegten Kontroversen geprägt wurde. Eine zusätzliche Rolle spielte auch ein durch den Erfolg der Sozialdemokraten vom 11. Mai in Nordrhein-Westfalen ausgelöster wahltaktischer Faktor: die Befürchtung einer absoluten Mehrheit der SPD. So suchte ein Teil der flexiblen Wähler zwischen Strauß und der „Gefahr“ einer SPD-Alleinregierung schließlich Kontinuität und Stabilität, d. h. die Stärkung der Koalition und des Bundeskanzlers, mit der Zweitstimme für die FDP zu bewirken.

Die durch den Wahlkampf ausgelöste Unsicherheit bei großen Teilen der Bevölkerung kennzeichnet auch die politische Stimmung nach der Wahl: die Beunruhigung bei der Bewertung der politischen und wirtschaftlichen Entwicklung und der Verlust des Vertrauens in das politische System werden meßbar größer. Sie stellen gerade bei enger gewordenen politischen Handlungsräumen für die Zukunft eine Belastung dar, die verstärkte Integrationsbemühungen von seiten der Politik, der politischen Bildung und auch der Medien erforderlich macht, um dem Bürger die politische Orientierung zu erleichtern und der zunehmenden Neigung zur Partei- und Staatsverdrossenheit entgegenzuwirken.

Peter Radunski: Wahlkampfstrategien '80 in den USA und der Bundesrepublik. Personalisierung — Angriffswahlkampf — Dramatisierung

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 18/81, S. 31—46

Drei Stichworte der Wahlkampfführung sind 1980 die Eckpunkte der strategischen Planung gewesen: Personalisierung, Angriffswahlkampf und eine besondere Dramatisierung für die Schlußphase des Wahlkampfes.

1. Die Personalisierung der Politik

Die Personalisierung ist so alt wie die Politik selbst. Politische Führer als Verkörperung politischer Ideale und Ziele hat es zu allen Zeiten gegeben. Kein Wunder, daß die Personalisierung im Zentrum aller Wahlkampfüberlegungen steht. Der zunehmend geringere politische Spielraum, die für den Wähler immer schwerer werdende Unterscheidung zwischen großen Volksparteien und vor allem die wachsende Zahl der Wechselwähler, die nicht gebunden, unentschlossen, ambivalent dem Wahlgesehen gegenüberstehen, stärkt die Tendenz zur Personalisierung in den modernen Wahlkampfstrategien. Die Strategen der Wahlkampagnen hoffen, diese Wähler eher für einen Mann zu gewinnen als durch politische Programme oder Parteien. In der Bundesrepublik Deutschland ist die Personalisierung als Wahlkampfstrategie eine typische Wahlkampfform des jeweiligen Amtsinhabers gewesen.

2. Der Angriffswahlkampf: Negative Campaigning und Polarisierung

In der Bundesrepublik wie in den USA war 1980 ein Jahr des Negative Campaigning. Drei Grundformen dieser überwiegend auf den politischen Gegner direkt zielenden Angriffstaktik während des Wahlkampfes sind zu unterscheiden:

1. Negative Campaigning eng auf Personen bezogen,
2. Negative Campaigning, das für den Fall des Wahlsieges des politischen Gegners außenpolitische Gefahren voraussagt,
3. die dritte Form des Negative Campaigning ist es, den Gegner unter Ideologie-Verdacht zu stellen.

3. Dramatisierung der Schlußphase des Wahlkampfes

Wahlkampf ist beides: die geplante politische Präsentation der Politiker und Themen und die nicht geplante Reaktion auf neu eintretende politische Ereignisse. Es ist eine strategische Grundfrage jeder Wahlkampfführung, wie neu auftretende Ereignisse kontrolliert werden können, wie sie einzuordnen sind in die Personalisierung und Thematisierung der Wahlkampfführung. Das gilt besonders für die Schlußphase des Wahlkampfes.

Es deutet immer mehr darauf hin, daß langfristig angelegte Wahlkämpfe erst in den Schlußwochen, ja Schlußtagen, in ihre entscheidende Phase eintreten. Für diese Phase ein Konzept zu entwickeln und sich auf alle eintretenden Eventualitäten vorzubereiten, ist eine Aufgabe moderner Wahlkampfplanung.