



Beilage zur Wochenzeitung

DasParlament

9. Dezember 2002

Aus Politik und Zeitgeschichte

3 Dieter Roth/Matthias Jung

Ablösung der Regierung vertagt:
Eine Analyse der Bundestagswahl 2002

18 Wolfgang Hartenstein/Rita Müller-Hilmer

Die Bundestagswahl 2002:
Neue Themen – neue Allianzen

27 Kai Arzheimer/Jürgen W. Falter

Ist der Osten wirklich rot?
Das Wahlverhalten bei der Bundestagswahl
2002 in Ost-West-Perspektive

36 Frank Brettschneider

Die Medienwahl 2002:
Themenmanagement und Berichterstattung

48 Eike Hebecker

Experimentieren für den Ernstfall
Der Online-Wahlkampf 2002

B 49–50/2002



Herausgegeben von
der Bundeszentrale
für politische Bildung
Berliner Freiheit 7
53111 Bonn.

Redaktion:

Dr. Klaus W. Wippermann
(verantwortlich)
Dr. Katharina Belwe
Dr. Ludwig Watzal
Hans G. Bauer

Internet:

www.das-parlament.de
E-Mail: apuz@bpb.de

Die Vertriebsabteilung der
Wochenzeitung **DasParlament**
Saar-Blies-Gewerbepark / In der Lach 8,
66271 Kleinblittersdorf-Hanweiler,
Telefon (0 68 05) 61 54 39,
Fax (0 68 05) 61 54 40,
E-Mail: parlament@sdv-saar.de,
nimmt entgegen:

● Nachforderungen der Beilage
Aus Politik und Zeitgeschichte

● Abonnementsbestellungen der
Wochenzeitung **DasParlament**
einschließlich Beilage zum Preis
von Euro 9,57 vierteljährlich,
Jahresvorzugspreis Euro 34,90
einschließlich Mehrwertsteuer;
Kündigung drei Wochen vor Ablauf
des Berechnungszeitraumes;

● Bestellungen von Sammel-
mappen für die Beilage
zum Preis von Euro 3,58
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.

Für Unterrichtszwecke dürfen
Kopien in Klassensatzstärke
hergestellt werden.

ISSN 0479-611 X

Editorial

■ Die Bundestagswahl 2002 ist denkbar knapp ausgegangen. Die rot-grüne Koalition wurde bestätigt. Die PDS kam nicht mehr in den Bundestag, und die FDP erreichte statt 18 nur knapp über sieben Prozent. Zum ersten Mal trafen der Amtsinhaber und sein Herausforderer vor einem Millionenpublikum in einer Fernsehdebatte aufeinander. Der Wahlkampf hat sich weiter amerikanisiert. Es kommt nicht mehr primär auf den Inhalt der Botschaft an, sondern auf die Selbstdarstellungsfähigkeit der Überbringer. Jedes Wahlergebnis ist auf sich ständig verändernde Stimmungen und die Leistungen einer Regierung in der letzten Legislaturperiode zurückzuführen. Ein wesentlicher Grund, warum es nicht zu einer Ablösung der rot-grünen Bundesregierung kam, lag jedoch darin, dass es – anders als 1998 – keine Stimmung für einen Wechsel gab. Die Unionsparteien wurden von den WählerInnen nicht als wirkliche Alternative angesehen.

■ Ein Regierungswechsel ist aus Sicht der Autoren *Dieter Roth* und *Matthias Jung* erst in vier Jahren wieder realistisch. Der Vorsprung der jeweiligen Opposition in den Meinungsumfragen einige Wochen vor der Wahl habe sich in den vorherigen Bundestagswahlen meistens als nicht hinreichend erwiesen. Die Flutkatastrophe im Osten brachte die Opposition außer Tritt. Auch die Diskussion über eine deutsche Beteiligung an einem Krieg gegen den Irak wurde von Kanzler Gerhard Schröder dominiert. In einer detaillierten Beschreibung wird von den Autoren anhand der Wahlkampfthemen, der Kandidaten und des Wechsels im Wahlverhalten die Bundestagswahl analysiert. Als Fazit stellen *Roth* und *Jung* fest, dass die BürgerInnen in den neuen Bundesländern die moderneren, flexibleren, weil weniger parteigebundenen Wähler sind.

■ Welche Veränderungen in den Sozialprofilen und welche Umschichtungen es zwischen den politischen Lagern gegeben hat, stellen *Wolfgang Hartenstein* und *Rita Müller-Hilmer* dar. Sie sprechen von einer dreigeteilten Republik, und zwar in Ost und West, Nord und Süd sowie in Stadt und Land. Von einer selbstverständlichen Allianz zwischen SPD und Arbeiterschaft könne nicht mehr ausgegangen werden. Die Bundestagswahl 2002 markiere darüber hinaus eine Zäsur im geschlechtsspezifischen Wahlverhalten; erstmalig unterscheidet es sich in Bezug auf die beiden großen Parteien: Die Frauen wählten nunmehr mehrheitlich SPD.

■ *Kai Arzheimer* und *Jürgen W. Falter* vertreten die These, dass sich das Wahlverhalten im Osten keineswegs dem westlichen Muster angeglichen habe. Die Parteibindungen seien lockerer als im Westen. Die Ostdeutschen erwarteten vom Staat ein stärkeres Engagement bei der Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik. Der Wert der Gleichheit hat für sie eine größere Bedeutung als für die Westdeutschen. Bei Nichterfüllung der Erwartungen wechselten die WählerInnen im Osten schneller die Partei als die westdeutschen.

■ Kompetenz alleine reicht zu einem Wahlsieg nicht aus. Es kommt vielmehr auf die in der Öffentlichkeit wahrgenommenen Eigenschaften an, so die These von *Frank Brettschneider*. Medienpräsenz, Berichterstattung und die Beeinflussung eines Themas würden zu entscheidenden Faktoren. Ohne die aktive Gestaltung des kommunikativen Umfeldes lasse sich keine Wahl mehr gewinnen. Zur Medienstrategie gehört auch das Internet. Es hat sich im Bundestagswahlkampf als eine feste Größe etabliert, obwohl seine Entwicklung zu einem eigenständigen Bereich im Online-Wahlkampf nach *Eike Hebecker* als ambivalent bezeichnet werden muss. Der Durchbruch stehe aber in Zukunft bevor.

Ludwig Watzal ■

Ablösung der Regierung vertagt: Eine Analyse der Bundestagswahl 2002

I. Einleitung

Der Sieg der rot-grünen Koalition war denkbar knapp, und der Auftrag an sie, die Regierung weiterzuführen, war gleichzeitig gespickt mit deutlicher Kritik einzelner Wählergruppen. Eine Mehrheit, wenn auch eine kleine, legitimiert zur Macht. Aber die Regierung ist gut beraten, die Kritik, die sich im Wahlergebnis ausdrückt, ernst zu nehmen. Vier Sitze über der so genannten Kanzlermehrheit¹ ist ein knappes, aber nicht zwangsläufig bedrohliches Ergebnis für die Stabilität einer Regierung. Schließlich gab es ähnlich knappe Mehrheiten zuvor (zuletzt 1994); immerhin hat Rot-Grün elf Sitze mehr als Union und FDP zusammen. Und man muss nicht annehmen, dass die beiden PDS-Abgeordneten im Parlament grundsätzlich gegen die Regierungsmehrheit votieren werden. Allerdings muss die rot-grüne Regierung ihre Vorhaben gegen eine Mehrheit der Oppositionsparteien im Bundesrat durchsetzen, und eine Änderung dieser Mehrheit ist in aller nächster Zeit nicht wahrscheinlich. Die Union als tonangebende Kraft im Bundesrat hat zwar angekündigt, dort keine Blockadepolitik zu betreiben, aber sie wird ihre Machtposition nutzen, um zustimmungspflichtige Entscheidungen in ihrem Sinne zu verändern.

Den Ergebnissen der Meinungsumfragen aus den letzten zwei Monaten vor der Wahl konnte entnommen werden, dass es zu einem sehr knappen Resultat kommen würde. Aber auch zuvor musste aus den Stimmungsmessungen geschlossen werden, dass die Wahl keineswegs frühzeitig entschieden war. Denn die Mobilisierungsphasen für die jeweilige Klientel der Parteien, insbesondere für die beiden großen, verliefen sehr unterschiedlich.

Während die Unionsparteien ihre Stammwählerschaft schon sehr frühzeitig, unmittelbar nach der Nominierung ihres Kanzlerkandidaten, auf sich einstimmen und diese ohne Probleme auch bis zur Wahl halten konnten und bereits im Frühsommer

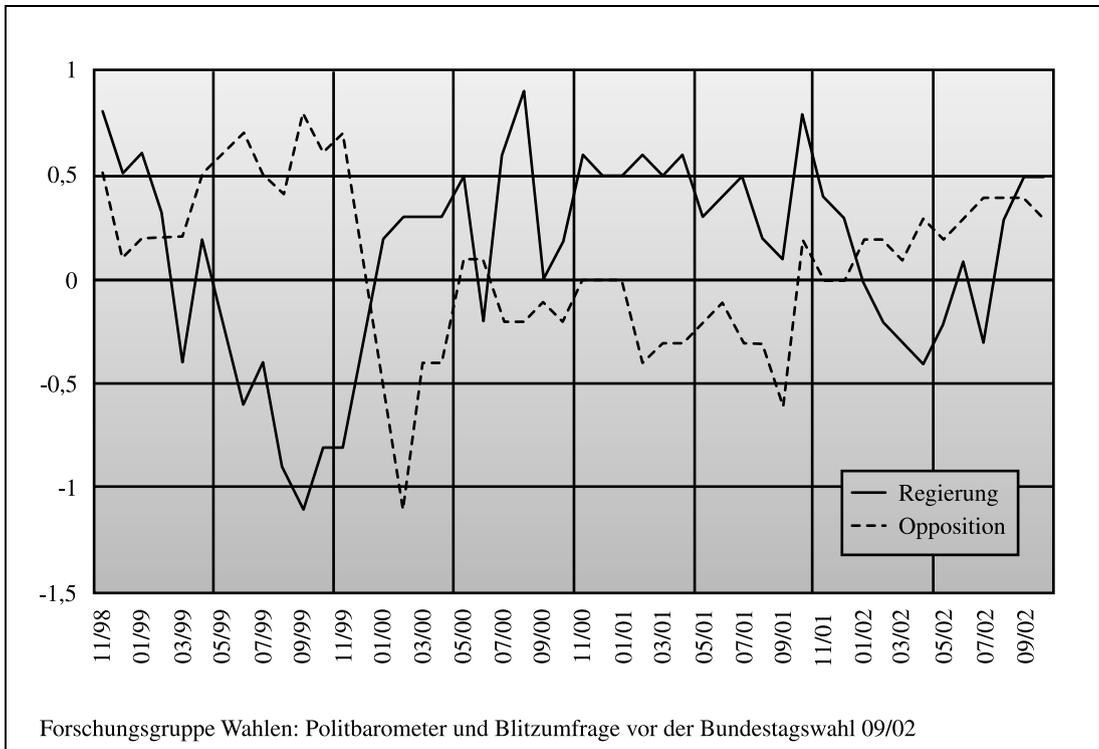
auf dieser guten Ausgangsbasis zusätzliche Wähler aus dem großen und immer noch wachsenden Anteil parteilich Ungebundener gewannen, hatte die SPD lange Zeit große Schwierigkeiten, ihre Kernklientel zu mobilisieren. Das hatte sowohl mit eigenen Problemen wie dem Finanzskandal in Nordrhein-Westfalen zu tun als auch mit dem bis dahin erfolgreichen Wirtschaftswahlkampf der Union und dem doch sehr gemäßigten Auftreten von Edmund Stoiber, der als Person und auch mit seinen Aussagen kaum Angriffsflächen für die SPD bot. Erst in der heißen Phase des Wahlkampfes konnte die SPD mithilfe von Ereignissen, die dem Kanzler und der Regierung die Chance boten, Führungsfähigkeit zu zeigen, zusätzlich zu ihrer dann doch gut mobilisierten Stammwählerschaft die notwendige Unterstützung aus dem Kreis der mobilen Wähler gewinnen und zur Union aufschließen.

Auch in den Bundestagswahljahren 1994 und 1998 zeigte sich, dass ein deutlicher Umfragevorsprung der Oppositionsparteien bis über die Jahresmitte hinaus keineswegs eine Garantie für einen eindeutigen Wahlerfolg darstellt. Die gouvernementale Grundstimmung in der Wählerschaft, die man auch als einen grundsätzlichen Mangel an Wechselbereitschaft bezeichnen kann, verhinderte in der Schlussphase von Wahlkämpfen meistens den zuvor „sicheren“ Sieg der Opposition. 1998 hatte sich der Vorsprung von Rot-Grün in den letzten beiden Monaten dramatisch verringert, und nach dem Erfolg der CSU in Bayern zwei Wochen vor dem Bundestagswahltermin 1998 schöpfte die Union durchaus die Hoffnung, auch diese Wahl – wie schon 1994 – im Endspurt gewinnen zu können. Allerdings herrschte im gesamten Wahljahr 1998 eine Wechselstimmung zugunsten der Opposition, die sich zwar zum Ende der Legislaturperiode etwas abschwächte, aber immer noch dominant blieb. Dagegen gewann das Gefühl, dass die Regierung abgewirtschaftet hatte, im Jahre 2002 nie wirklich die Überhand.² 1994 hatte die Stimmungskurve der Regierungsparteien die der

1 SPD 251 + Grüne 55 = 306; Gesamtsitze: 598 + 5 Überhangmandate (4 für SPD, 1 für CDU) = 603; absolute oder Kanzlermehrheit: 302.

2 *Frage:* Einmal abgesehen davon wie Sie die aktuellen Leistungen der Bundesregierung bewerten, meinen Sie, es wäre an der Zeit, dass im Bund andere Parteien an die Regierung kommen sollen oder meinen Sie das nicht? September 2002: 46% ja, 50% nein; September 1998: 64% ja, 33% nein.

Abbildung 1: Beurteilung von Regierung und Opposition (+5/-5 Skala)



Oppositionsparteien erst einen Monat vor der Wahl gekreuzt, im Jahre 2002 war dies drei Wochen vor der Wahl der Fall, mit einem ähnlichen Resultat wie 1994.

Bei einem Drittel der Wahlberechtigten ohne mittel- oder längerfristige Bindungen an Parteien, die das immer größer werdende Potenzial des Wechsels bilden und sich erfahrungsgemäß spät entscheiden, sind Prognosen mehrere Monate vor der Wahl kaum vertretbar. Zudem haben veränderte Wahlkampfstrategien der Parteien, die diesem Phänomen Rechnung tragen und sich sehr stark auf die heiße Phase des Wahlkampfes konzentrieren, in Verbindung mit der auch durch die TV-Duelle verstärkten Personalisierung die Volatilität der Wähler noch weiter vergrößert. Solche Entwicklungen erfordern auch von der Wahlforschung moderne und zeitnahe Instrumente der Wählerbeobachtung, welche die Meinungsbildungsprozesse gerade in Abhängigkeit von den jeweiligen Ereignissen realitätsnah nachzeichnen können.

II. Ausgangslage

Die abgelaufene Legislaturperiode ist von einem Auf und Ab der Leistungsbeurteilung von Regie-

rung und Opposition gekennzeichnet, das seinesgleichen sucht (vgl. Abb. 1). Bei hohen Erwartungen an die Problemlösungsfähigkeit der neuen Regierung entstanden massive Enttäuschungen bereits im ersten Jahr, die sich sowohl in großen Verlusten der Regierungsparteien bei Landtagswahlen als auch in ständig schlechteren Bewertungen der Regierungsarbeit zeigten.

Dies war im Vergleich zu anderen Legislaturperioden eher „normal“. Allerdings gab es zwei Ereignisse, die zu großen Veränderungen in der Beurteilung der Parteien führten. Innenpolitisch war dies die CDU-Spendenaffäre zur Jahreswende 1999/2000 und außenpolitisch waren es die Terroranschläge in den USA vom 11. September 2001. Diese außerordentlichen Ereignisse veränderten alles, was wir bisher über den Ablauf der Zufriedenheit mit Regierung und Opposition wussten.

Am Anfang der Regierung Schröder stand das Versprechen, „nicht vieles anders, aber vieles besser zu machen“. Dies betraf sowohl den so genannten Reformstau in den Bereichen Steuern, Renten und Gesundheit als auch die Verbesserung der Arbeitsmarktlage, die sich am ehesten bei verbesserten Konjunkturdaten abzuzeichnen schien. Die Ungeduld insbesondere der Medien, aber auch der neu gewonnen Wähler der SPD aus dem Bereich der Wechselbereiten war im ersten Regierungsjahr

groß. Die erste Landtagswahl nach der erfolgreichen Bundestagswahl (Hessen am 7. Februar 1999) ging für Rot-Grün verloren. „Doppelpass“ und Zuwanderung waren für viele SPD-Wähler Themen, bei denen sie der Regierung nicht unbedingt folgten. Dagegen erreichte die CDU damit eine Mobilisierung ihrer Klientel, die ihr – zusammen mit der gerade mal über die Fünf-Prozent-Hürde gelangten FDP – einen äußerst knappen Sieg in Hessen verschaffte. Die Debatten um den Atomausstieg und personelle Querelen in der SPD, die schließlich zum Rücktritt von Oskar Lafontaine als Parteivorsitzender und Finanzminister führten, waren die nächsten Belastungen für die SPD auf Bundesebene. Die Reformvorschläge für Renten und Steuern fanden keineswegs ungeteilte Zustimmung; dies galt insbesondere auch für eine Neuregelung der 630-DM-Jobs. Das Sparpaket des neuen Finanzministers Hans Eichel war in der öffentlichen Wahrnehmung der einzige Pluspunkt, aber es verhinderte nicht den steilen Rückgang der Zufriedenheitswerte für die Regierung bei nur kurzen Unterbrechungen bis zum September 1999. In dieser Zeit hatten die Regierungsparteien aber weitere fünf Landtagswahlen zu bestehen, die sie allesamt nur mit erheblichen Einbußen überstanden. Im Saarland wechselte die Regierung, in Brandenburg kam es zu einer großen Koalition. Die Ausnahme war Bremen, dort verloren die Grünen zwar kräftig, aber die SPD profitierte deutlich von der weitgehenden Auflösung der lokalen Partei AFB (Arbeit für Bremen und Bremerhaven). Insgesamt war das Jahr 1999 zumindest bis zum Herbst sowohl für die SPD als auch für die Grünen ein Debakel.

Die Union profitierte von dieser Entwicklung in einem bisher nicht gekannten Ausmaß. Bereits im Juni war sie bei Stimmungswerten, die sie seit der Wiedervereinigung nicht mehr erreicht hatte; im September 1999, ein Jahr nach der Wahl, wurde sie bei einem absoluten Stimmungshoch von 56% gemessen. Die SPD war in einem fast historischen Tief. Gerade Wähler, welche die SPD bei der Bundestagswahl 1998 zum ersten Mal gewonnen hatte, wandten sich enttäuscht von ihr ab. In dieser für die rot-grüne Bundesregierung ziemlich hoffnungslosen Situation platzte die Bombe: die Finanzaffäre der CDU, welche die politische Landschaft fast über Nacht veränderte. Helmut Kohl, bis dahin hoch geschätzter Altkanzler und CDU-Ehrenvorsitzender, hatte über Jahre ein System schwarzer Kassen aufgebaut, mit denen er im Geheimen und ohne jede Kontrolle Parteifreunde und Parteigliederungen förderte. Aber auch in Hessen hatten der ehemalige Bundesinnenminister Manfred Kanther und der Schatzmeister Casimir Prinz zu Sayn-Wittgenstein unter

Missachtung des Parteiengesetzes über 20 Millionen Mark in die Schweiz transferiert, um sie mit Gewinn bei Wahlkämpfen wieder einsetzen zu können – wie im Januar 1999 bei der Kampagne der CDU um die doppelte Staatsangehörigkeit auch geschehen. Die Union hatte nun ihren Finanzskandal, und die Partei fiel ins Bodenlose. Von einem Ausgangswert von 55% in der politischen Stimmung im November 1999 sank die CDU/CSU innerhalb von nur drei Monaten auf unter 30%, in der Leistungsbeurteilung auf der +5/-5-Skala verlor sie 2,6 Skalenpunkte – Veränderungen in Umfragewerten, wie sie bis dato im Politbarometer noch nie gemessen worden waren.

Die SPD war ohne eigenes Zutun wieder vorne. Die Union rang um eine politische Erneuerung. Unter den Wahlberechtigten gab es den höchsten Anteil von Distanzierten, die nicht mehr zur Wahl gehen wollten, und alle Parteien bekamen schlechte Noten. Angela Merkel wurde neue CDU-Vorsitzende, nachdem auch Wolfgang Schäuble wegen einer dubiosen Parteispende als Unionschef zurückgetreten war. Sie startete mit vielen Vorschusslorbeeren: jung, Frau, aus dem Osten, unbelastet. Die Medien liebten sie und die Bevölkerung schließlich auch, sie verteilte Bestwerte an Angela Merkel. Die Union gewann wieder an Boden. Aber der erste Fehler bei der Abstimmung zur Steuerreform im Bundesrat, von der neuen Unionsspitze zur Machtfrage erhoben, warf sie wieder zurück: Die von großen Koalitionen regierten Stadtstaaten Berlin und Bremen und das Land Brandenburg hatten für den rot-grünen Vorschlag gestimmt. Edmund Stoiber sprach vom „Stimmenkauf“, aber die Regierung hatte aus Sicht der Medien und auch der Wähler einen Sieg errungen, obwohl die Reform selbst keinesfalls auf ungeteilte Zustimmung traf.

Das Jahr 2000 und die erste Hälfte des Jahres 2001 verliefen für die Sozialdemokraten befriedigend. Zu keinem Zeitpunkt konnte die Union der SPD die Führungsrolle streitig machen. Auch behielt die SPD bei den anstehenden Landtagswahlen die Regierungsverantwortung, gewann bei der Wahl in Schleswig-Holstein, wo die CDU allerdings noch im Schatten der Spendenaffäre stand, hinzu (+3,3 Prozentpunkte). In Nordrhein-Westfalen hatte sie ihre eigene (Flug-)Affäre, verlor bei niedriger Wahlbeteiligung deutlich (-3,2), ohne die Regierungsverantwortung abgeben zu müssen. Bei den Frühjahrswahlen im Jahre 2001 in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz gewann die SPD sowohl aus der Opposition (Baden-Württemberg +8,2) als auch aus der Regierungsverantwortung (Rheinland-Pfalz +4,9) heraus.

Um die Jahreswende 2001 bemühte die Union erneut die Themen Zuwanderung und Ausländer in der so genannten „Leitkultur“-Debatte. Sie stieß dabei weitgehend auf Ablehnung und verschaffte der SPD Vorteile in der Kompetenz zur Lösung dieses Problems. Die folgende BSE-Krise hat der Regierung nicht geschadet, aber sie führte zu einem Ministeraustausch, von dem die Grünen profitierten. Renate Künast wurde Ministerin eines neu benannten Ministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. Als erste für Landwirtschaft zuständige Ministerin hat sie es geschafft, auf Anhieb in die Top Ten des Politbarometers zu kommen. Zwei Grüne unter den führenden Politikern und Politikerinnen: Das ist viel für eine Partei, die der Prominenz in den eigenen Reihen immer eher misstrauisch gegenüberstand.

Eigentlich hätte die Bestätigung der Bundesregierung nach der Finanzaffäre der CDU und der daraus resultierenden Beschäftigung der Union mit sich selbst, die jegliche überzeugende Oppositionsarbeit vermissen ließ, außer Frage stehen müssen. Dies sah offensichtlich auch die Regierung so, die immer weniger Reformvorhaben anpackte und scheinbar möglichst geräuschlos den Wahlsieg 2002 erringen wollte. Deshalb war die – im Frühjahr 2001 zunehmend an Bedeutung gewinnende – Frage in der Union lange Zeit, wer den aussichtslosen „Job“ des Kanzlerkandidaten auf sich nehmen würde. In den Medien war diese Diskussion besonders beliebt. Edmund Stoiber lehnte die Kanzlerkandidatur offiziell bis Ende 2001 ab, ließ sich jedoch gerne die Favoritenrolle zuordnen. Nur zu Beginn der Kandidatendiskussion wollte eine kleine Mehrheit der Deutschen Angela Merkel als Herausforderin für den Bundeskanzler sehen. Ab der Mitte des Jahres 2001 war die Mehrheit für Stoiber, dies noch früher und klarer in der Anhängerschaft der Union. Die Auseinandersetzung erinnerte an das Kanzlerkandidatenspiel der SPD 1997/98, das die Sozialdemokraten lange Zeit davor bewahrte, inhaltliche Angaben über ihr Programm bei einem Wahlsieg machen zu müssen. Auch die Unionsführung hatte einen ähnlichen Zeitplan, den sie jedoch nicht einhalten konnte; die Partei drängte auf eine Entscheidung.

Die mangelnde Unterstützung für das rot-grüne Koalitionsmodell und die schlechter werdenden ökonomischen Aussichten ließen bereits im Frühsommer 2001 die Finanzaffäre und die dadurch bedingte Formschwäche der Union stärker in den Hintergrund treten und brachten der SPD schlechtere Umfragedaten. Im August 2001 fiel die Partei erstmals wieder leicht hinter die Union zurück. Die Terroranschläge vom 11. September und der dadurch ausgelöste weltweite Schock veränderten

die politische Stimmungslage in der Bundesrepublik deutlich. In Zeiten der Krise stützen die Menschen die Regierung. Die Werte für die SPD und noch stärker für den Kanzler gingen nach oben und hielten sich bis zum Jahresende auf dieser Höhe. Erst danach wurde die Regierung von den alten ungelösten Problemen wieder eingeholt: der schlechten wirtschaftlichen Lage und stetig steigenden Arbeitslosenzahlen. Die Zeit für Edmund Stoiber war gekommen. Er galt als erfolgreicher Problemlöser in wirtschaftlichen Fragen. Die Union sah eine Chance, die Regierung mit einem Wirtschaftswahlkampf in die Knie zu zwingen. Nach dem viel beschriebenen „Wolfsthauser Frühstück“ im Hause Stoiber verzichtete Angela Merkel auf ihren Anspruch, Kanzlerkandidatin zu werden; es hatte sich abgezeichnet, dass auch große Teile der CDU eine Kandidatur von Stoiber präferierten. Obwohl Merkel hoch gepokert und verloren hatte, wurde ihr der nicht ganz freiwillige Verzicht positiv angerechnet und sie gewann an Profil und Ansehen.

Mit der offiziellen Nominierung Edmund Stoibers zum Kanzlerkandidaten der Union begann in Stufen der Wahlkampf zur Bundestagswahl. Die Christdemokraten übten sich in Eintracht, alles sollte abgestimmt werden, und ein gemeinsames Wahlkampfteam wurde gebildet. Die hohe Arbeitslosigkeit eignete sich – wie 1998 unter umgekehrten politischen Vorzeichen – hervorragend, um die Regierung vorzuführen. Die Union reicherte das Thema um den Vorwurf „Deutschland, das Schlusslicht in Europa“ an, und der Wahlkampf lief lange Zeit bestens. Dem Kandidaten wurde, ähnlich wie Angela Merkel beim Parteivorsitz, ein großer Vorkredit gewährt, den er allerdings im Laufe des Jahres in mehreren Bereichen verspielte. Vorteile blieben ihm bis zuletzt in Fragen der Wirtschafts- und Arbeitsmarktkompetenz. Die guten Ausgangswerte bei den weicheren, aber nicht unbedeutenden politischen Attributen wie Glaubwürdigkeit, Tatkraft und Siegertyp gingen mit zunehmender Nähe zum Wahltermin wieder an den Amtsinhaber Schröder verloren.

Die Unionswerte stiegen im Laufe des Frühjahrs, und zeitweise lagen CDU/CSU und FDP – als mögliche und aus der Sicht der Wählerschaft auch wahrscheinlichste Koalitionspartner – in der politischen Stimmung bis zu 15 Prozentpunkte vor den Regierungsparteien; in der Projektion waren es immerhin 8 Prozentpunkte (z. B. Politbarometer vom Mai 2002). Der SPD war es nicht gelungen, Stoiber als rechten Frontmann darzustellen und anzugreifen. Der Kandidat entzog sich möglichen Attacken mit ganz anderen Auftritten als den gewohnten; dies führte zeitweise auch in den eigenen Reihen zu Kritik am „weich gespülten“,

„zu Tode koordinierten“ Kandidaten. Zwar kam Edmund Stoiber in den Popularitätswerten nie wirklich an den Kanzler heran, und bei der Kanzlerfrage zeigten sich im Osten und Norden bereits früh Defizite. Doch dies alles schien von minderer Bedeutung, denn die Partei lag in den Umfragen vorne. Auch die Idee der zeitlich verteilten Vorstellung einzelner Mitglieder des Kompetenzteams und insbesondere die Berufung von Lothar Späth als Superminister für Wirtschaft und Arbeit in das Schattenkabinett riefen zunächst große Beachtung in den Medien und durchaus positive Reaktionen in der Wählerschaft hervor. Allerdings zogen sich diese Nominierungen in die Länge, und es wurde erste Kritik an den „alten Gesichtern“ laut.

Als die Flutkatastrophe über den Osten hereinbrach, war das naturgemäß nicht nur die Stunde der Regierung, sondern der gesamte Wahlkampf der Union geriet aus dem Tritt. Stoibers Haltung selbst in plötzlich so wichtigen Fragen wie der Finanzierung und Kompensierung der aufgetretenen Schäden war nicht immer klar, und seine Lösungen fanden im Gegensatz zu den Vorschlägen der Regierung keine Mehrheit. Die Argumentation der Union in ökonomischen Fragen basierte darauf, dass durch Steuersenkungen Wachstumskräfte aktiviert werden sollten. Diese Position war angesichts der hohen Verschuldung Deutschlands und der Maastricht-Kriterien schon vor der Flutkatastrophe mehr als problematisch. Nachdem die Flut die letzten finanziellen Spielräume vernichtet hatte, beschädigte das auch die ökonomische Kompetenz der Union und ihres Kanzlerkandidaten. Diese brauchte sie aber, um den Popularitätsvorsprung des Kanzlers zu kompensieren. Die parteiinternen Abstimmungen schienen hier wie auch später bei der Irak-Diskussion nicht oder zumindest zeitlich nicht adäquat zu funktionieren. Die Union hatte auf überraschende Ereignisse keine oder unterschiedliche Antworten. Das Gesetz des Handelns musste voll an die Regierung abgegeben werden, die als Exekutive natürlich im Vorteil war; aber die Sprach- und Hilflosigkeit der Opposition verstärkte deren Position noch.

Bereits kurz vor der Flutkatastrophe begann der Vorsprung von Schwarz-Gelb zu schmelzen. Diese Entwicklung wurde mit dem Bewusstsein über das Ausmaß der Schäden und dem Krisenmanagement durch Regierung und Kanzler deutlich verstärkt. Innerhalb einer Woche verringerte sich der Vorsprung von Union und FDP von 7 Prozentpunkten auf 3 Prozentpunkte und fiel in den beiden folgenden Wochen weiter um jeweils einen Prozentpunkt. Das zweite TV-Duell des Kanzlers mit dem Kandidaten brachte nochmals eine starke Stimmungsverbesserung für die SPD, und auch in der Projektion danach (zehn Tage vor dem Wahlter-

min) lag Rot-Grün mit 47% vor Union und FDP (37% bzw. 7,5%).

Aber auch bei den kleineren Parteien FDP und Grünen gab es während der vergangenen Legislaturperiode viel Bewegung, zum Teil synchron zu ihren jeweiligen potenziellen Koalitionspartnern, zum Teil in entgegengesetzter Richtung: 1999 war für beide kein Erfolgswahljahr. Mit Ausnahme von Hessen, wo die FDP trotz hoher Verluste (-2,3%) knapp die Fünf-Prozent-Hürde schaffte (5,1%), blieb ihr bei allen Landtagswahlen der Einzug ins Parlament versagt. Für die Grünen gab es in diesem Jahr nur Verluste zu melden: Im Saarland flogen sie aus dem Parlament; bei den drei Landtagswahlen im Osten (Brandenburg, Thüringen und Sachsen) scheiterten sie wie die FDP deutlich an der Fünf-Prozent-Hürde; in Bremen und Hessen blieben die Grünen zwar im Parlament, allerdings bei hohen Verlusten (-4,1 Prozentpunkte bzw. -4,0 Prozentpunkte).

Für die FDP schien nach 1999 der Bann gebrochen, nicht zuletzt, weil sie von der durch die Finanzaffäre bedingten Schwäche der Union profitierte. Sie erzielte Zugewinne in Schleswig-Holstein im Februar 2000 und ein überraschend gutes Ergebnis in Nordrhein-Westfalen im darauf folgenden Mai, das sie zu strategischen Höhenflügen animierte. Im Frühjahr 2001 gab es Verluste in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, obwohl oder gerade weil sie in beiden Regierungen vertreten war. Im Herbst 2001 konnte sie in Berlin und im April 2002 in Sachsen-Anhalt hohe Zugewinne verzeichnen. In Berlin ist die FDP nach sechs Jahren wieder im Parlament, in Sachsen-Anhalt wurde sie sogar Regierungspartei.

Die Grünen litten nicht nur 1999, sondern hatten über die gesamte Legislaturperiode hinweg bei allen Landtagswahlen Verluste. Auf der Bundesebene war die politische Stimmung für die Grünen relativ konstant, in der Regel lagen sie etwas über 5%. Ab Frühjahr 2002 verbesserten sie sich auf 6% bis 7%. Die FDP wurde in der politischen Stimmung bis Anfang 2000 eher unter der 5%-Hürde gemessen, danach hatte sie nach gewonnenen Landtagswahlen auch auf der Bundesebene Höhenflüge, die aber nie lange anhielten.

So einträchtig wie die Schlussphase des Wahlkampfes 2002 und die nachfolgenden Koalitionsverhandlungen zwischen SPD und Grünen verliefen, war die vorausgegangene Legislaturperiode keineswegs gewesen. Sowohl am Anfang der gemeinsamen Regierungszeit als auch im November 2001, als der Bundeskanzler im Zusammenhang mit dem Einsatz deutscher Soldaten in Afghanistan die Vertrauensfrage stellte, gab es zwischen beiden Koalitionspartnern Spannungen vor allem in der Sicher-

heitspolitik. Joschka Fischer musste mehrmals große Überzeugungsleistungen gegenüber seiner Partei erbringen. Ökologische Modernisierung und die Förderung regenerativer Energien waren weniger Streitpunkte, weil sie auch bei der Bevölkerung inzwischen Unterstützung fanden. Spannungen erzeugte nach wie vor die Diskussion um die Ökosteuer, und das wird wohl auch anhalten. In einigen Fragen der Arbeitsmarktregelung und der Sozial- und Arbeitslosenhilfe waren die Grünen zeitweise näher bei Unionsvorstellungen als bei denen des Regierungspartners. Insgesamt haben die Grünen aber einige Vorhaben – wenn auch mit Abstrichen – erreicht oder zumindest in Gang gesetzt, vor allem auch den „Einstieg in den Ausstieg“ bei der Atomkraft.

Die FDP tat sich nach 1998 nicht leicht in der ungewohnten Rolle als Oppositionspartei. Ein eigenes Profil war schwer zu entwickeln, die Partei hatte den Nimbus von Opportunismus. Der Parteivorsitzende Wolfgang Gerhardt setzte sich im eigenen Landesverband nicht durch. Um der Macht willen verblieb die FDP in Hessen in einer Koalition mit einer affärenbelasteten CDU und einem Ministerpräsidenten, der der Lüge überführt wurde. Das Ansehen der FDP als Partei war also gering, aber die Zeit heilt Wunden. Der CDU ging es während der Parteispenden-Affäre noch schlechter als der FDP, und wo sollten die eher konservativen Wähler hin, wollten sie bei Wahlen nicht ganz zu Hause bleiben. Erfolge für die Liberalen waren deshalb vorgezeichnet. In Nordrhein-Westfalen fielen diese so heftig aus, dass selbst der dortige, stark von Jürgen W. Möllemann geprägte Landesverband überrascht wurde. Man war mit dem Ziel angetreten, 9% zu erreichen, hatte aber 9,9% geschafft. In der Folgezeit wurde für ganz Deutschland das Ziel einfach verdoppelt und das kühne Konzept „18“ entwickelt. Die FDP wollte bei der Bundestagswahl 2002 die dritte Volkspartei werden: Eine „völlige Erneuerung des Parteiensystems in Deutschland“ kündigte der Bundesgeschäftsführer Hans J. Beerfeldt an.

Längst war der Parteivorsitz in „völliger Übereinstimmung“ der Beteiligten an Guido Westerwelle übergegangen. Er präsentierte sich wahlweise als Vertreter der Jugend, der „new economy“ oder als Staatsmann. Auch vor der Ausrufung eines eigenen Kanzlerkandidaten schreckte die FDP nicht zurück. Die Partei verfolgte als Strategie eine Äquidistanz zu SPD und CDU/CSU, konsequenterweise konnte sie keine Koalitionsaussage machen. Sie bot sich als Alternative zu beiden Parteien an, „um den Machtwechsel herbeizuführen“.

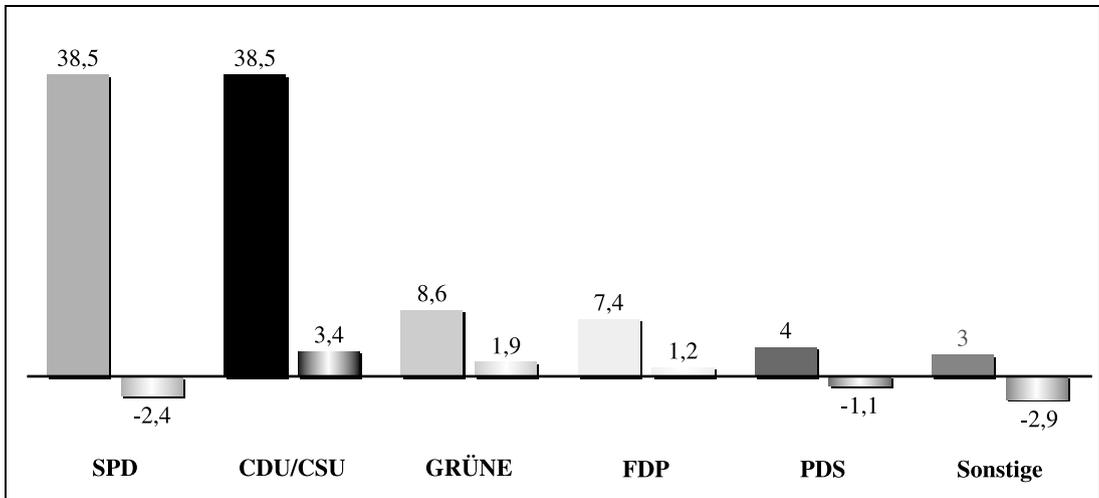
In Sachsen-Anhalt, der letzten Landtagswahl vor der Bundestagswahl, schien das Konzept den Test

zu bestehen. Das Ergebnis der FDP war zweifelhaft. Sie konnte als Partei, die ein neues Angebot präsentierte, weit überdurchschnittlich junge Wähler gewinnen. Im Siegestaumel meinten der Vorsitzende und die Generalsekretärin, sie hätten „zwei Drittel des Weges“ zum hohen Ziel bei der Bundestagswahl geschafft. Was man nicht ganz beachtet hatte: Sachsen-Anhalt stand nicht für den Osten und mit Sicherheit nicht für die Bundesrepublik als Ganzes. Aber die Stimmung für die Partei stieg erst einmal an. Kurz darauf begann Jürgen W. Möllemann, populistisch mit antiisraelischen Statements zu spielen und antijüdische Ressentiments zu bedienen, wurde zwar zurückgepfiffen, aber der Konflikt schwelte weiter. Viele in der FDP distanzieren sich, manche halbherzig, denn den Wahlkämpfer Möllemann wollte man nicht verlieren, aber der Führungsanspruch Westerwelles hatte Schaden genommen. Die zweite Auflage Möllemanscher Angriffe auf Israel und den stellvertretenden Vorsitzenden des Zentralrates der Juden in Deutschland, Michel Friedman, kurz vor der Wahl löste Empörung auch in der FDP-Führung aus, vor allem wegen des unkoordinierten Alleingangs so kurz vor der Abstimmung. Der Konflikt an der Spitze der FDP wurde aber erst nach Schließung der Wahllokale zu lösen versucht. Der Hauptschuldige war schnell gefunden, nachdem noch nicht einmal die Hälfte der angepeilten 18% eingefahren wurde.

Der PDS schien für längere Zeit eine mögliche Schlüsselrolle für die Koalitionsbildung zuzukommen, nicht weil sie als Koalitionspartner zur Verfügung gestanden hätte, sondern weil im Falle ihres Einzugs ins Parlament bei knappen Ergebnissen weder Rot-Grün noch Schwarz-Gelb eine Mehrheit gehabt hätten. Die Partei war aber nach den Umfrageergebnissen bereits lange Zeit vor der Wahl gefährdet, ohne dass über ihre Stärke Gewissheit bestand. In der Vergangenheit war sie kurz vor dem Wahlgang durchaus in der Lage gewesen, generell Unzufriedene für eine Stimmabgabe zu ihren Gunsten zu mobilisieren; zudem hätte mit dem Erreichen von drei Direktmandaten für sie die Fünf-Prozent-Hürde nicht gegolten.

Zu Beginn der Legislaturperiode im Jahre 1999 war die PDS auf Landesebene durchaus erfolgreich, so auch in Berlin elf Monate vor der Bundestagswahl. Seit Beginn des Wahljahres wurde sie in den Umfragen der Forschungsgruppe unter 5% gemessen, bei der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt kam sie nicht zum erwarteten Erfolg, legte nur 0,8 Prozentpunkte zu und blieb mit 20,4% deutlich unter den Ergebnissen in den anderen neuen Bundesländern. Sie verlor ihren prominentesten Medienstar, Gregor Gysi, in Raten: erst als Fraktionsvorsitzenden und dann kurz vor der

Abbildung 2: Wahlergebnis 2002 (in Prozent)



Wahl als Senator in Berlin. Als Friedenspartei hatte sie keinen durchschlagenden Erfolg, nachdem der Bundeskanzler sich an die Spitze der Bewegung gegen einen Irak-Krieg gesetzt hatte, und auch bei der Flutkatastrophe wurden die Nöte der Menschen im Osten von der Bundesregierung aufgegriffen. Die von der PDS geliebte Rolle, den Vertreter der Interessen des Ostens zu spielen, schien überflüssig geworden zu sein.

III. Das Ergebnis der Wahl

Mit wenigen tausend Stimmen Vorsprung erreicht die SPD bei der Bundestagswahl 2002 ihr zweitbestes Ergebnis seit der Einheit (38,5%), im Osten ist es mit 39,8% ihr bestes. Das Westergebnis entspricht im längerfristigen Vergleich dem von 1983, als die Grünen zum ersten Mal als Konkurrenz im linken Parteienspektrum auf der Bundesebene erfolgreich waren (5,6%).

Die Union hat nach ihrem schlechten Ergebnis von 1998 zur SPD aufgeschlossen (Edmund Stoiber: „gleiche Augenhöhe“), erreicht aber mit nur 38,5% ihr drittschlechtestes Resultat seit 1949. Vor der Wiedervereinigung lag die CDU/CSU immer über 44%, und auch 1990 kam sie fast auf diesen Wert. Der Abstand zwischen SPD und CDU im Osten ist diesmal zweistellig (11,5 Prozentpunkte), im Westen hat die Union ihr Ziel „40 plus“ erreicht (40,8%). Die Ost-West-Unterschiede werden bei der Betrachtung von Gewinnen und Verlusten besonders deutlich: Die SPD verliert im Westen vier Prozentpunkte und gewinnt im Osten 4,7 Prozentpunkte, die Union gewinnt im Westen

3,8 Prozentpunkte und im Osten nur einen Prozentpunkt.

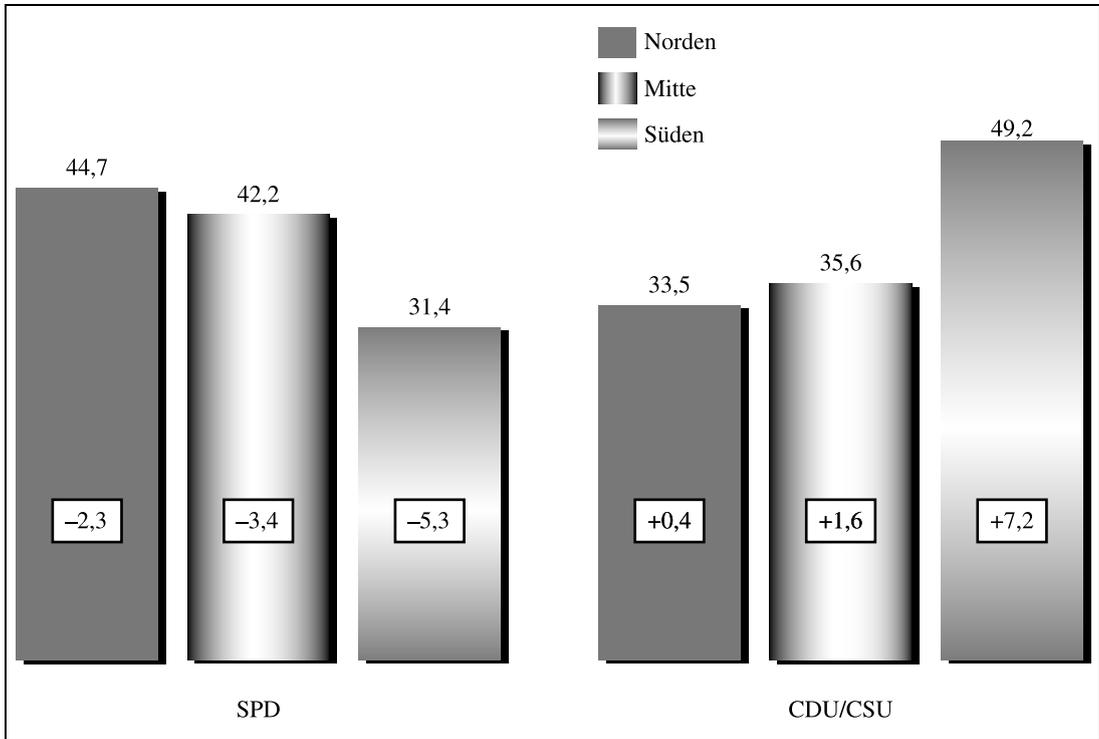
Die Grünen holen ihr Plus gegenüber 1998 vor allem im Westen (2,1 Prozentpunkte), im Osten gewinnen sie nur 0,6 Prozentpunkte hinzu. Umgekehrt sieht es bei der FDP aus: nur 0,6 Prozentpunkte an Zuwachs im Westen, aber 3,1 Prozentpunkte im Osten, d. h. dort eine Verdoppelung des Anteils. Die PDS verliert im Osten 4,6 Prozentpunkte und fällt damit unter ihren Stand von 1994, im Westen gibt es kaum eine Veränderung. Der Anteil der sonstigen Parteien, 21 an der Zahl plus Einzelbewerber, war 1998 mit 6% (insgesamt 25 Parteien) besonders hoch und hat sich jetzt praktisch halbiert. Ein Großteil des Stimmenrückgangs betrifft die Rechtsaußenparteien, sie verlieren 70% ihrer Stimmen von 1998. Auch die Schill-Partei war weder im Westen (0,7%) noch im Osten (1,2%) erfolgreich.

Es gibt aber nicht nur interessante Ost-West-Unterschiede, sondern mindestens so auffallende Differenzen von Nord nach Süd, wobei man sich sinnvollerweise auf den Westteil der Bundesrepublik beschränkt (vgl. Abb. 3).³

Die SPD kommt im Norden und auch in der Mitte deutlich über 40%, die Union im Süden nahe an die absolute Mehrheit, im Süden ist die SPD noch schwächer (31,4%) als die CDU im Norden (33,5%). Besonders auffällig sind aber die Entwicklungen seit 1998. Je weiter man nach Süden kommt, desto größer werden die SPD-Verluste. Umgekehrt gewinnt die CDU im Norden kaum etwas dazu, im Süden sind die Gewinne mehr als

³ Nord = Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen, Berlin; Mitte = Nordrhein-Westfalen, Hessen; Süd = Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Bayern und Saarland.

Abbildung 3: Wahlergebnis Nord/Süd (nur Westen; in Prozent)



doppelt so hoch wie insgesamt. Allein in Bayern verbessert sich die CSU um 10,9 Prozentpunkte, das sind in absoluten Stimmen 86% aller zusätzlichen Unionsstimmen bei dieser Wahl.

Große Unterschiede bei den Unionsgewinnen gibt es auch mit steigender Bevölkerungsdichte, also dem Verstärkerungsgrad. Ausgenommen die Großstädte des Südens (Stuttgart, München, Nürnberg) und Berlin hat die CDU in urbanen Zentren sehr schwache Zuwächse; in Hamburg, Bremen, Hannover, Köln und Leipzig muss sie sogar Verluste gegenüber 1998 hinnehmen. Demgegenüber gewinnt die Union in kleinen und kleinsten Gemeinden im Westen über sechs Prozentpunkte und im Osten etwas überdurchschnittlich dazu. Die Grünen-Zuwächse steigen erwartungsgemäß mit der Bevölkerungsdichte, bei der FDP zeigt sich kein Zusammenhang zwischen ihrem Abschneiden und der Stadt-Land-Variablen.

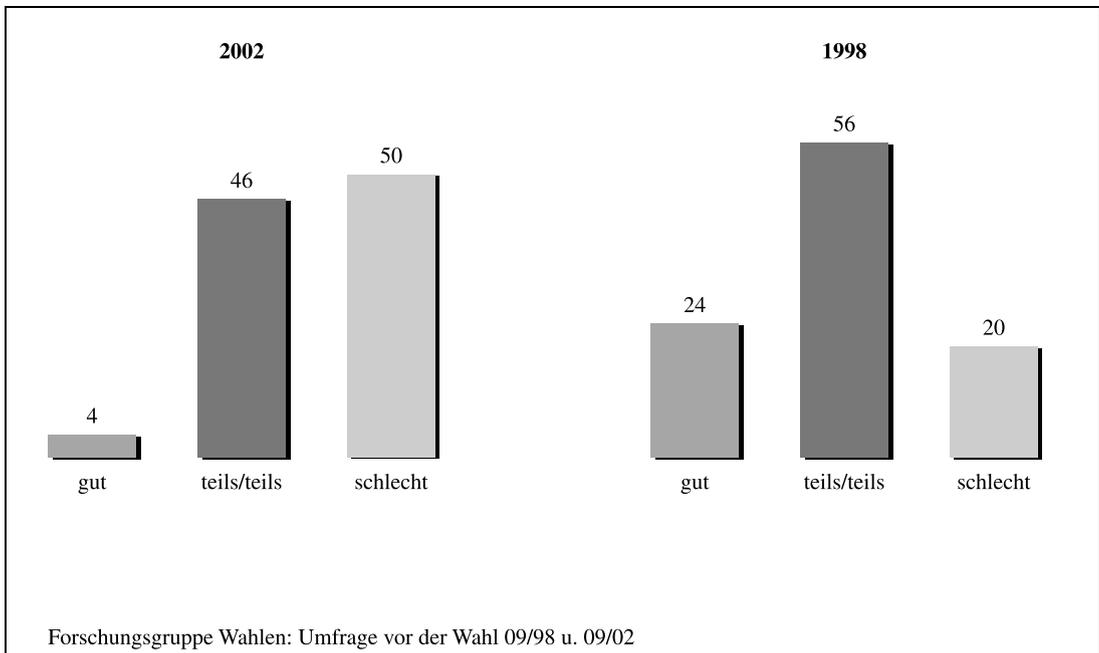
IV. Die Themen der Wahl

Nicht anders als 1998 gab es vor dieser Wahl ein beherrschendes Thema: die hohe Arbeitslosigkeit. Über vier Millionen Menschen ohne Arbeit, eine Zahl ähnlich wie 1998 und verschärft durch das

Versprechen des Bundeskanzlers, die damalige Ausgangssituation entscheidend verbessern zu wollen: „Wenn wir es nicht schaffen, die Arbeitslosenquote signifikant zu senken, dann haben wir es weder verdient, wieder gewählt zu werden, noch werden wir wieder gewählt.“ Anders als 1998 wurde jetzt aber auch noch die allgemeine wirtschaftliche Lage sehr schlecht eingeschätzt (vgl. Abb. 4), sehr viel schlechter als vor vier Jahren – und im längerfristigen Vergleich ist es sogar der schlechteste Wert seit der Einheit. Dies waren eigentlich Bedingungen, unter denen die Union, der traditionell die größere Kompetenz zur Lösung wirtschaftlicher Probleme zugeschrieben wird, die Wahl hätte gewinnen müssen. Warum gelang ihr das nicht?

Verschlechterungen der wirtschaftlichen Lage setzten aus der Sicht der Bürger zu Beginn des Jahres 2001 ein und zwar stetig. Nach dem 11. September war allen Beteiligten klar, dass die noch nicht einmal besonders hoch gesteckten wirtschaftlichen Ziele nicht mehr zu erreichen waren und die Union mit einem Wirtschaftswahlkampf große Chancen hatte, die Regierung abzulösen, wenn – das war eine nicht unerhebliche Bedingung – keine anderen, noch wichtigeren Ereignisse wie Krieg, Terror oder Katastrophen die prekäre ökonomische Situation überlagern würden.

Abbildung 4: Allgemeine Wirtschaftslage (Einschätzung durch die Bevölkerung; in Prozent)



Die Lösungskompetenzen der Unionsparteien bei Wirtschaftsproblemen lagen zwar seit Beginn des Jahres immer etwa zehn Prozentpunkte über denen der SPD, und beim Arbeitsmarkt war der Vorsprung meist sogar noch etwas größer. Aber die relative Mehrheit – rund 40% aller Wahlberechtigten – hat keiner Partei zugetraut, diese Probleme zu lösen bzw. konnte keine Zuordnung zu einer Partei vornehmen. Diese Situation war jedoch nicht neu. Zudem konnte die SPD den Abstand zur Union in der Schlussphase verringern.

Die Wahlentscheidung hat deutlich gemacht, dass es nicht ausreicht, auf dem Feld der Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik einen – zudem eher knappen – relativen Kompetenzvorsprung zu besitzen, um als Wahlsieger hervorzugehen. Damit dieser verhaltenswirksam wird, benötigt man auch eine absolute Lösungskompetenz. Und hier zeigte sich, dass insbesondere auf dem Gebiet der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit eigentlich nur sehr wenige Wähler (18%) an eine Lösung in absehbarer Zeit glaubten (Politbarometer 9/2002). Wenn aber der relative Kompetenzvorsprung bei den zentralen ökonomischen Problemen eher gering ist und die Kompetenz sogar grundsätzlich bestritten wird, dann spielen auch andere, als weniger wichtig wahrgenommene Probleme bei der Wahlentscheidung eine Rolle.

Bei diesen anderen Themen fielen die Kompetenzzuweisungen der Wähler aber zum Teil ganz anders aus als auf dem ökonomischen Feld. Lediglich beim

Thema Innere Sicherheit verfügte die Union über einen deutlichen und beim Thema Bildung über einen leichten Kompetenzvorsprung. In fast allen anderen Bereichen lag die SPD zum Zeitpunkt der Wahl zumindest leicht vor der Union (vgl. Tab. 1).

Im Vergleich zu 1998 gab es bei der Bekämpfung der Kriminalität keine Veränderungen in den Kompetenzzuordnungen. Bei der Sicherung der Altersrenten büßte die SPD etwas von ihrem Vorsprung ein, bei der Lösung der staatlichen Finanzprobleme lag sie vor vier Jahren 5 Prozentpunkte hinter der Union zurück, jetzt führt sie mit 5 Prozentpunkten. Keiner der beiden großen Parteien wird – ähnlich wie 1998 – die Lösung der Umweltprobleme zugetraut. Hier haben die Grünen aus Sicht der Wähler ihre Lösungskompetenz nochmals deutlich ausgebaut (von 39% auf 53%). Hinsichtlich der Zukunftskompetenz hat sich trotz einer nicht gerade überzeugenden Bilanz der Regierung am Ende der Legislaturperiode der knappe Vorsprung, den die Sozialdemokraten 1998 hatten, nicht verändert. Ein geringer Vorsprung, der auch mit dem knappen Wahlsieg korrespondiert.

Besonders weit liegen die Unionsparteien bei der Familienkompetenz hinter der SPD (43% zu 30%). Bei den jungen Frauen, das sind Frauen unter 35 Jahren, denen dieser Politikbereich besonders am Herzen liegt, sind die Unterschiede außerordentlich hoch (48% zu 22%). Nicht ganz so hoch sind sie bei den gleichaltrigen Männern

Tabelle 1: Parteikompetenzen (in Prozent)

Welche Partei löst die Probleme im Bereich . . . am besten?			
	SPD	CDU/CSU	keine/w. n.
Wirtschaft	31	36	29
Arbeitsplätze	29	38	29
Finanzen	37	32	27
Rente	33	28	37
Kriminalität	20	36	37
Umwelt	12	15	17
Zukunft	35	32	28
Angeleichung Ost/West	36	26	28
Bildung	30	35	23
Familie	43	30	18
Gesundheit	32	29	30
Außenpolitik USA	40	27	14
Ausländer	35	34	17

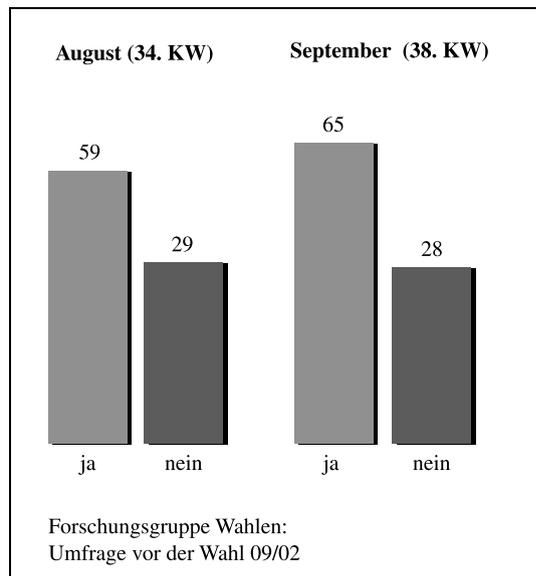
Quelle: Forschungsgruppe Wahlen: Umfrage vor der Wahl 09/02.

(46% zu 27%). Aber in keiner Altersgruppe, weder bei Männern noch bei Frauen, kommt die Union, die geglaubt hatte, das umfassendste Familienkonzept vorzulegen, an die SPD heran.

Eine wichtige Veränderung in den Erfolgchancen der Parteien trat mit unvorhergesehenen Problemen wie der Flutkatastrophe im Osten und der Frage der Bewältigung dieser nationalen Krise auf. Ohne Zweifel hat die Exekutive durch unterschiedenes Handeln in einer solchen Situation die größeren Chancen, Betroffene und weniger Betroffene zu überzeugen und für sich zu gewinnen. Die Lösung, die von der Regierung zur Schadensfinanzierung vorgeschlagen wurde, nämlich die Verschiebung der Steuerreform, erhielt sofort und auch bis zur Bundestagswahl eine eindeutige Mehrheit. Dagegen fand die Union, die sich einerseits nicht verweigern konnte, aber andererseits auch eine eigene Lösung vorschlagen wollte, für ihre nicht sehr klare Alternative keine Mehrheit. Nach Managementfehlern der Unionsführung in der Krise wurde aber auch der inzwischen gereifte eigene Lösungsvorschlag nicht gutgeheißen. Die Stimmung für die Regierungsparteien, die allerdings bereits zu diesem Zeitpunkt in einem leichten Aufwärtstrend waren, wurde deutlich besser.

Eine zweite Diskussion, mit der sich die Opposition sehr schwer tat, war die Haltung zu einer Beteiligung Deutschlands an einem möglichen Krieg gegen den Irak. Obwohl man mit großer Sicherheit davon ausgehen kann, dass Bundestagswahlen hauptsächlich mit innenpolitischen Themen verloren oder gewonnen werden (wie in fast allen Demokratien der westlichen Welt), können Fragen der nationalen Sicherheit vorhandene Stimmungen verstärken. Denn sie geben vor allem den Regierenden die Chance, Entschiedenheit, möglichst auch Handlungsfähigkeit zu zeigen. Gerhard Schröder konnte bei seiner ersten Stel-

Abbildung 5: Flutkatastrophe: Finanzierung der Schäden durch Verschiebung der Steuerreform



lungnahme zum Thema Irak von einer überwältigenden Mehrheit ausgehen, die eine deutliche Beteiligung an einem Militäreinsatz im Irak ablehnt (Politbarometer 5. August 2002: 81%). Die modifizierte Frage (auf jeden Fall beteiligen, nur bei UN-Mandat beteiligen, auf keinen Fall beteiligen?) ergab immer noch eine strikte Ablehnung von 46% der Gesamtheit aller erwachsenen Deutschen. Die Ablehnung fiel bei Frauen deutlicher aus als bei Männern und stieg jeweils mit zunehmendem Alter der Befragten. Bei den über 60-jährigen Frauen lehnten fast zwei Drittel eine Beteiligung ab.

Die Thematisierung der Irak-Frage hatte für die SPD drei positive Effekte: Erstens führte sie die

Tabelle 2: Persönliche Eigenschaften der Kanzlerkandidaten (in Prozent)

Wer ist . . . ?	Schröder	Stoiber	kein Unterschied/weiß nicht
glaubwürdiger	40	20	39
sympathischer	63	17	35
eher ein Siegertyp	61	13	26

Quelle: Forschungsgruppe Wahlen: Umfrage vor der Wahl 09/02.

Tabelle 3: Kompetenzbewertung der Kanzlerkandidaten (in Prozent)

Wer kann am besten . . . ?	Schröder	Stoiber	kein Unterschied/weiß nicht
Wirtschaftsprobleme lösen	24	33	43
Arbeitsplätze schaffen	18	33	48
Zukünftige Probleme lösen	34	26	39
Dt. Interessen durchsetzen	52	21	27
Regierung führen	42	22	36

Quelle: Forschungsgruppe Wahlen: Umfrage vor der Wahl 09/02.

politische Debatte ein Stück von den ökonomischen Problemen weg. Sie hatte, zweitens, einen wichtigen Mobilisierungseffekt für die SPD-Anhänger gebracht, wobei durch die Emotionalisierung via Pazifismus auch die konfligierenden Interessen der gewerkschaftlichen Traditionalisten und der alternativ orientierten Linken eingebunden werden konnten. Sie hatte, drittens, insbesondere den älteren Frauen, bei denen der SPD 1998 ein massiver Einbruch gelungen war und die sich der Person des Bundeskanzlers emotional sehr verbunden fühlten, einen politisch rationalen Grund geliefert, bei der SPD zu bleiben.

Insgesamt hat also die politische Agenda der letzten Wochen vor der Wahl und die Behandlung dieser Themen durch den Kanzler und die Regierung ohne Zweifel zu einer Verbesserung der Stimmungslage für die SPD geführt und bereits beschriebene Grundhaltungen, nämlich das Zögern und sogar die Angst vor dem Wechsel, verstärkt. Es bedurfte daher nur noch wenig Überzeugungskraft, Spätentschlossene und Unentschiedene für die Regierungsparteien zu gewinnen.

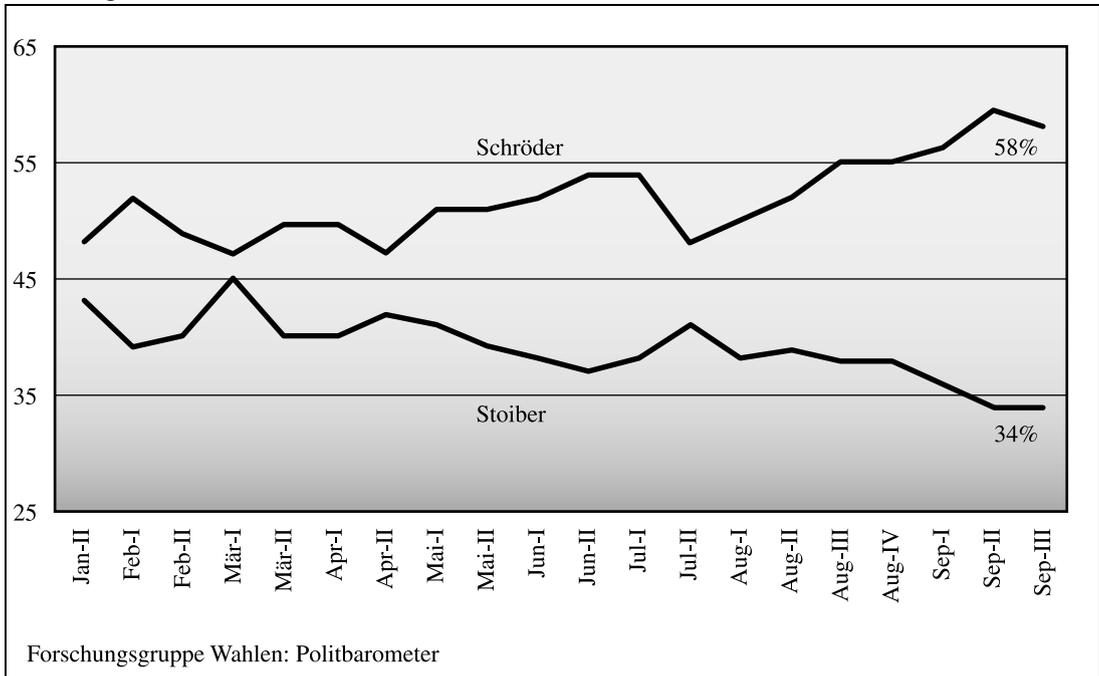
V. Die Kandidaten

Der Transport all dieser Entscheidungshilfen muss von den Politikern, insbesondere von den Spitzenpolitikern, geleistet werden, wobei zumindest von Regierungsseite versucht wurde, dies auf den Kanzler und den Außenminister zuzuspitzen. Gerhard Schröder hatte in der Kanzlerfrage einen klaren Vorsprung, der sich in der heißen Wahlkampfphase noch deutlich vergrößerte; Joschka Fischer war seit langer Zeit der beliebteste Politiker in

Deutschland. Das war Kapital, das sich im Wahlkampf, insbesondere in der Schlussphase, zur Mobilisierung einsetzen ließ. Nachdem sich die SPD ziemlich deutlich auf eine Koalition mit den Grünen festgelegt hatte, stand selbst gemeinsamen Auftritten von Kanzler und Außenminister nichts mehr im Wege. Dies war eine neue Strategie und blieb nicht ohne Probleme für die Parteien. Die Zweitstimmen-Kampagne der Grünen („Zweitstimme = Joschka-Stimme“), die erst in der Woche vor der Wahl richtig zu greifen begann, hat zwar die Koalition insgesamt nicht geschwächt, wohl aber die SPD. 30% der Grünen-Wähler stellen eigentlich SPD-Sympathisanten dar, weisen also eine längerfristige Bindung an die Sozialdemokraten auf. Dies ist eine Zahl, die in dieser Höhe bisher nie gemessen wurde. Es sind taktische Wähler, die versucht haben, ihr Stimmengewicht zu optimieren. Das heißt, sie wollten eine bestimmte Koalition, nämlich Rot-Grün. Sie wollten insbesondere eine andere mögliche Koalition, nämlich die zwischen SPD und FDP, verhindern.

In der direkten Auseinandersetzung des Kanzlers mit dem Kandidaten der Union waren die oft beschriebenen Tendenzen der Personalisierung (auch Amerikanisierung genannt) zumindest vonseiten der SPD-Strategen überdeutlich: „Ich oder der“. Sie wurden von den Medien willig aufgenommen, und die Union hatte keinen Spielraum – sie musste mitmachen. In den eigenen Reihen wurde zwar Edmund Stoiber zeitweise ähnlich stark unterstützt wie Gerhard Schröder von SPD- und Grünen-Anhängern, aber die Geschlossenheit hielt nicht bis zum Ende. In der Woche vor der Wahl wollten immerhin 11% der CDU/CSU-Anhänger lieber Schröder als Bundeskanzler, 82% wollten den CSU-Vorsitzenden, der Rest (7%) konnte sich nicht entscheiden. Unter den SPD-Anhängern wollten 98% Gerhard Schröder und

Abbildung 6: Gewünschter Bundeskanzler (in Prozent)



unter den Grünen-Anhängern 96%. Dies ist eine Geschlossenheit, die kaum zu übertreffen ist.

Der Vorteil Schröders wurde auch bei den persönlichen und politischen Führungseigenschaften deutlich, wo er zum Schluss in allen Punkten zum Teil weit vorne lag: nicht nur bei Sympathie (63% zu 17%), Siegertyp (61% zu 13%) und Glaubwürdigkeit (40% zu 20%), sondern auch bei den Fähigkeiten, eine Regierung zu führen (42% zu 22%), deutsche Interessen zu vertreten (52% zu 21%) und die zukünftigen Probleme zu lösen (34% zu 26%) (vgl. Tab. 2 u. 3).

Lediglich bei den Fähigkeiten, Arbeitsplätze zu schaffen (18% zu 33%) und die wirtschaftlichen Probleme zu lösen (24% zu 33%), lag der Herausforderer vor dem Bundeskanzler, und dies wenig verändert seit Anfang des Jahres. Stoibers Kompetenzvorsprung bei so wichtigen Themen wurde allerdings etwas dadurch relativiert, dass die jeweilige Mehrheit der Wähler bei beiden Problemen keinen Unterschied zwischen den beiden Kandidaten erkennen konnte.

Insgesamt wollten in der Woche vor der Wahl 58% der Wähler lieber Gerhard Schröder als Bundeskanzler, 34% Edmund Stoiber (vgl. Abb. 6). Im Osten war der Vorsprung von Schröder noch deutlicher (65% zu 27%), aber selbst im Süden der Republik lag er noch 13 Prozentpunkte (52% zu 39%) vorne. Bei den Männern betrug der Abstand

zwischen Schröder und Stoiber 21 Prozentpunkte, bei den Frauen 27 Prozentpunkte.

Bei solchen Werten und einer so starken Konzentration auf den Kanzler drängt sich die Frage auf, warum die SPD am Ende nur so hauchdünn vor der Union lag. Hatte der eher bescheidene Vorsprung Stoibers in Wirtschaftsfragen alles andere aufgehoben, oder sind womöglich die Personen für die Entscheidungen der Wähler doch nicht so wichtig, wie Medien und Parteien sie sehen wollen? Die bisherigen Erkenntnisse in der politikwissenschaftlichen Forschung⁴ gehen dahin, dass sich das Gewicht der Personenkomponente zwar leicht erhöht hat, und dies eher bei der wachsenden Gruppe der parteilich wenig oder gar nicht Gebundenen als bei den parteilich Gebundenen. Sie hat aber keineswegs die Bedeutung erlangt, die aufgrund der Personalisierungstendenzen in den Medien und den Parteistrategien zu erwarten wäre. Die Antworten auf eine schlichte Frage, die wir dazu den Wahlberechtigten kurz vor der Wahl gestellt haben („Was ist eigentlich für Sie wichtiger: welche Parteien nach der Bundestagswahl zusammen die Regierung bilden oder wer Bundeskanzler wird?“), scheinen die längerfristigen Beobachtungen der Politikwissenschaft zu bestätigen: 64% sagten, für sie seien die Parteien, die die Regierung bilden, wichtiger; 27% sagten das vom

⁴ Vgl. Frank Brettschneider, Spitzenkandidaten und Wahlerfolg, Opladen 2002.

Bundeskanzler, 8% konnten oder wollten die Frage nicht beantworten. Das bedeutet: Gerhard Schröder und – mit Einschränkung (wegen der begrenzteren Machtfülle) – auch Joschka Fischer haben eine Niederlage für eine Politik verhindert, die zu großen Teilen ihren Parteien zugeschrieben wird – und das, obwohl sie die Hauptrepräsentanten dieser Parteien sind.

VI. Wechsel im Wahlverhalten

Wenn auch die Salden bei den Veränderungen der Parteienteile 2002 auf einen geringeren Wechsel hindeuten als 1998, haben bereits die regionalen Ergebnisse deutlich gemacht, dass die Politik der abgelaufenen Legislaturperiode wie auch die Ereignisse im Wahlkampf keinesfalls einheitlich beurteilt wurden. Befragungen von Wählern unmittelbar nach Verlassen des Wahllokals (Exit Polls) mit sehr hohen Fallzahlen versetzen uns in die Lage, die Veränderungen im Wahlverhalten einzelner Gruppen viel detaillierter darzustellen und damit auch Hinweise zu erhalten, warum es zu diesem Ergebnis gekommen ist. Als Vergleich ziehen wir eine Befragung von der Bundestagswahl vom 27. September 1998 heran.⁵

Bei der Bewertung und der Lösungsbeurteilung grundlegender Fragen wie z. B. der Bildungs- oder Familienpolitik, aber auch bei aktuellen Themen wie Irak zeigten sich auf der Einstellungsebene deutliche Differenzen zwischen Männern und Frauen, nicht zuletzt auch bei den Kanzlerpräferenzen. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass Unterschiede im Wahlverhalten und im Wechsel der Parteipräferenzen auftreten.

Bei Frauen liegt die SPD über vier Prozentpunkte vor der Union, entsprechend groß ist der Vorsprung der Unionsparteien vor der SPD bei Männern. 1998 gab es keinerlei Unterschiede im Wahlverhalten der Geschlechter, wenn man die Gesamtheit betrachtete. Das heißt aber, dass die Frauen der SPD treu blieben, die Männer dagegen in Scharen abwanderten (–5 Prozentpunkte). Bei den Männern gewann die Union knapp 6 Prozentpunkte dazu, bei den Frauen konnte sie jedoch nur bescheiden zulegen. Da aber die Veränderungen im Osten und Westen sehr unterschiedlich ausfielen, ist die Geschlechteraufteilung hier besonders interessant: Nahezu der gesamte Gewinn der SPD kam im Osten von Frauen, der eher bescheidene Zuwachs der CDU von Männern. Im Westen

kamen die Unionsgewinne zu drei Vierteln von Männern, während die SPD-Verluste im Westen zu mehr als zwei Drittel auf die Wahlentscheidung von Männern zurückzuführen sind. Insgesamt ist also die Union im Gegensatz zu den fünfziger und sechziger Jahren, wo ihre Wählerschaft stark frauendominiert war, jetzt erstmals männerdominiert (54% Männer, 46% Frauen). Umgekehrt hat die SPD einen größeren Frauenanteil in ihrer Wählerschaft (52% Frauen, 48% Männer). Da das gleiche Muster in der Wählerschaft der Grünen auftaucht (55% Frauen, 45% Männer), wurde diese Koalition vor allem von Frauen wieder gewählt: Rot-Grün hat bei Frauen die absolute Mehrheit von über 50%, bei Männern liegt Rot-Grün jedoch vier Prozentpunkte hinter Schwarz-Gelb zurück.

In allen Altersgruppen kommt die SPD auf etwa das gleiche Ergebnis, d. h., sie hat im Vergleich zu 1998 Verluste nicht so sehr bei den jüngeren Wählern, sondern in den mittleren Altersbereichen, bei den 30- bis 59-Jährigen. Die Union gewinnt in diesen Altersgruppen am meisten dazu, ihre Altersstruktur ändert sich jedoch nicht grundsätzlich: Sie hat bessere Ergebnisse, je älter die Wähler sind. Allerdings konnte sie die hohen Verluste, die sie 1998 bei den über 60-Jährigen verzeichnen musste, bei den Männern nur teilweise, bei den Frauen überhaupt nicht ausgleichen.

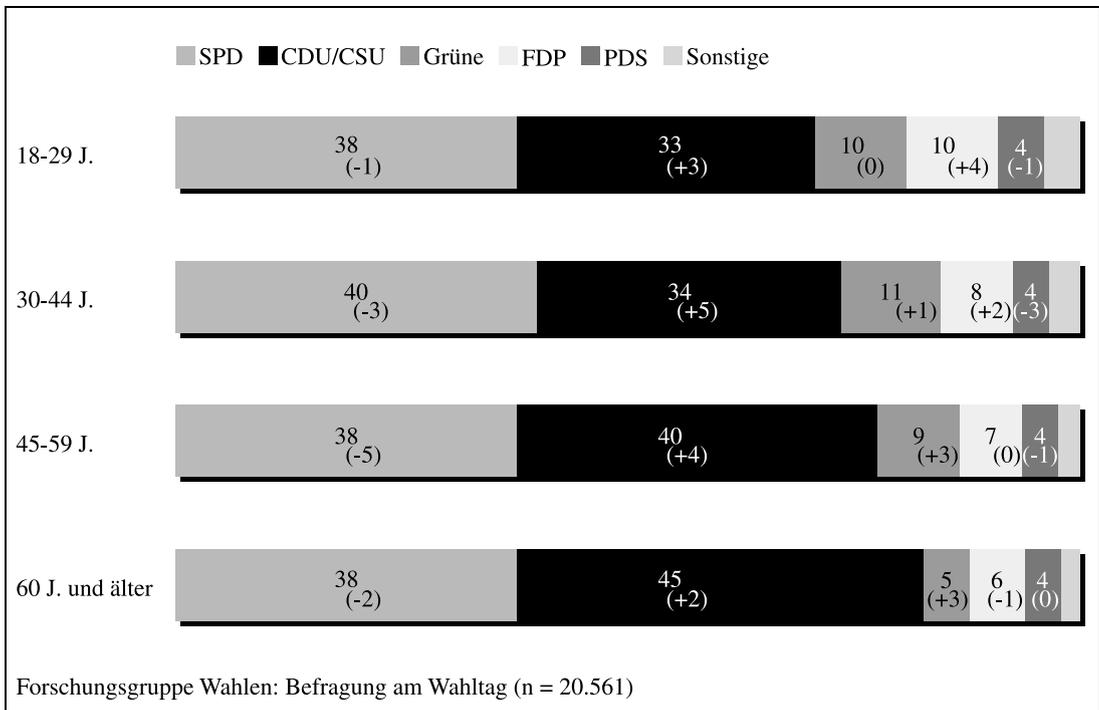
Das „Ergrauen“ der Grünen setzte sich auch bei dieser Wahl fort. Ihre Zuwächse hat sie hauptsächlich bei den über 45-Jährigen und auch bei den über 60-Jährigen. Dagegen hat sich die Altersstruktur der FDP stark verändert: Sie gewinnt hauptsächlich in den jüngeren Altersgruppen, sie stagniert dagegen bei den über 50-Jährigen und hat sogar Verluste bei den über 60-Jährigen. Damit hat die Altersstruktur der FDP eine völlige Umkehrung erfahren. Die PDS erreicht in allen Altersgruppen dasselbe Ergebnis. Ihr sind am ehesten die über 60-Jährigen treu geblieben, die größten Einbußen hat sie bei den 30- bis 44-Jährigen (vgl. Abb. 7).

Die heftigsten Veränderungen im Osten gab es sowohl bei den unter 30-Jährigen – dies betraf vor allem die SPD (+11) und die PDS (–10) – als auch bei den über 60-jährigen Frauen, wo die SPD Gewinne erzielte (+12) und die CDU (–10) Verluste hinnehmen musste.

Für die Stammwählerschaften der beiden Volksparteien sind Faktoren, die die alten Konflikte Religion und Klasse repräsentieren, noch immer von Bedeutung – wenn auch mit stark abnehmender Tendenz und im Osten mit viel geringerem Gewicht als in den alten Bundesländern. Bei dieser Wahl sind deshalb die Veränderungen bei den Wahlentscheidungen der Arbeiter wieder einmal

⁵ Bei der Bundestagswahl 1998 befragte die Forschungsgruppe Wahlen 21 265 Wähler, darunter 15 766 im Westen und 5 499 im Osten. 2002 waren es insgesamt 20 561, darunter 15 690 im Westen und 4 871 im Osten.

Abbildung 7: Wahlergebnis in den Altersgruppen (in Prozent)



besonders interessant. Dabei wird die fortschreitende Auflösung des Arbeitermilieus überdeutlich. Betrachtet man die gewerkschaftlich gebundenen Arbeiter, dann ist dies noch offensichtlicher: Im Vergleich zu 1998, als die SPD bei den Arbeitern mit Gewerkschaftsbindung ihre Position überdurchschnittlich verbesserte, haben sich die Verhältnisse dramatisch verändert. Der Vorsprung von 18 Prozentpunkten vor der Union, den die SPD 1998 bei den Arbeitern hatte, verringerte sich nun auf 7 Prozentpunkte, im Westen von 23 auf 6 Prozentpunkte. Aber auch bei den gewerkschaftlich organisierten Arbeitern – und hier ist es sinnvoll, wiederum nur den Westen zu betrachten – fiel der Vorsprung der SPD vor der CDU/CSU von 48 Prozentpunkten auf 27 Prozentpunkte. Bei den gewerkschaftlich nicht gebundenen Arbeitern liegt die Union im Westen mit 44% (+8) vor der SPD mit 40% (-6).

Am geringsten sind die Veränderungen in der großen Gruppe der Angestellten, wo die SPD einen Prozentpunkt verlor und die Union drei Prozentpunkte zulegte. Bei den gewerkschaftlich gebundenen Angestellten, in der Größenordnung den Arbeitern mit Gewerkschaftsbindung vergleichbar, hat die SPD 3 Prozentpunkte zugelegt; sie kommt auf 56% und ist damit stärker als bei den Arbeitern insgesamt. Die Union verliert hier einen Prozentpunkt. Bei den Angestellten ohne Gewerkschaftsbindung, eine Gruppe mehr als fünfmal so

groß wie die der gewerkschaftlich gebundenen Angestellten, liegen beide Volksparteien gleichauf, die SPD hat 1 Prozentpunkt verloren, die Union 4 Prozentpunkte gewonnen. Man darf also die Frage stellen: Ist die SPD noch die traditionelle Arbeiterpartei? Sind die Gewerkschaften, zumindest was ihre Mitglieder angeht, noch die Vorfeldorganisation der Sozialdemokraten, oder muss man über diese Begriffe neu nachdenken?

Ohne Dramatik sind dagegen die Veränderungen bei der traditionellen Kernklientel der Union im Westen, den Katholiken mit Kirchenbindung. Die Union kommt hier auf 73% (+3), die SPD auf 16% (-4). Bei den Katholiken ohne Bindung an die Kirche, die 1998 mit klarer Mehrheit die SPD bevorzugten (43% SPD, 35% Union), haben sich die Verhältnisse umkehrt: 44% stimmten nun für die CDU/CSU, 37% für die SPD.

In einem längerfristigen Vergleich werden jedoch die strukturellen Veränderungen in den Wählerschaften der beiden großen Parteien erst wirklich deutlich: Während der Anteil der Katholiken am Unionsergebnis 1976 noch 64% betrug, beträgt er jetzt 44%. Die Kernwählerschaft der Union, die Katholiken mit starker Kirchenbindung, stellten vor einem Vierteljahrhundert noch 37% des Unionsanteils, heute machen sie nur noch 11% aus. Für das Ergebnis der SPD 1976 und 2002 waren die Arbeiter etwa gleich wichtig: 35% bzw. 34%

stimmten für sie. 1976 machte jedoch die Traditionsklientel der SPD, die gewerkschaftlich gebundenen Arbeiter, 25% des SPD-Anteils aus, jetzt sind es noch 10%.

VII. Fazit

Der Ausgang dieser Wahl hat die Erwartungen einiger Parteien und Politiker enttäuscht. Dazu gehören die CDU, die FDP, die PDS und viele ihrer Repräsentanten und Anhänger. Diese sprechen jetzt gerne von der Zufälligkeit des Wahlergebnisses, von Unvorhergesehenem oder Unvorhersehbarem. Unrecht haben sie damit nur zum Teil, aber Wahlen werden nun einmal an einem genau festgesetzten Termin durchgeführt, und zu diesem Zeitpunkt entscheiden die Wähler. Diese Entscheidung ist in der Regel ein hochdifferenzierter Prozess, der von strukturellen Voraussetzungen und Abhängigkeiten des Einzelnen in seinem Umfeld mitbestimmt wird, von grundlegenden Interessen, von Beurteilungen vergangenen Handelns der Parteien und von Erwartungen in zukünftiges Handeln sowie natürlich auch von aktuellen Einflüssen, die Basisorientierungen verstärken oder auch irritieren können. Zufall allein sind solche Entscheidungen nicht, wie die dargestellten Daten gezeigt haben.

Ohne Zweifel hat die Veränderung der politischen Agenda durch aktuelle Ereignisse in den letzten Wochen vor dem Wahltermin der Regierung geholfen, Handlungsfähigkeit zu zeigen und sich in der Gruppe der bis dahin unentschlossenen, wechselbereiten Wähler die notwendige Mehrheit zu sichern. Und ohne Zweifel haben Gerhard Schröder und zum Schluss auch Joschka Fischer – gestützt auf hohe Sympathiewerte – die Übersetzungsleistung dieser Themen und die Mobilisierung der Zögernden in ihrer Wählerschaft zustande gebracht. Dieser knappe Sieg war jedoch nur möglich, weil trotz hoher und immer noch steigender Wechselbereitschaft vieler Wähler der Schritt zur Alternative nur dann zuverlässig vollzogen wird, wenn bei der Opposition eine überzeugende Lösungskompetenz für die anstehenden

Probleme zu erkennen ist. Das war nicht der Fall. Wechseln ist nun mal für viele schwerer, als beim Alten zu bleiben. Die "Stabilität" der Regierungen vor 1998 ist dafür ein eindrucksvoller Beweis.

Bei dieser Wahl wird ein weiteres Mal deutlich, dass die Wähler in den neuen Bundesländern die moderneren, die flexibleren Demokraten sind: Weniger festgelegt in der Vorstellung, überhaupt zur Wahl gehen zu müssen, aber auch weniger festgelegt, welche Partei sie wählen. Diese Wechselbereitschaft ist im Osten bei Frauen wie bei Männern vorhanden, bei Jungen wie bei Älteren, bei ökonomisch Erfolgreichen wie bei wirtschaftlich schlechter Gestellten.

Im Westen ist diese Entwicklung noch etwas gebremst, aber unübersehbar und weiter auf dem Vormarsch. Alte Zuordnungen werden immer weniger verlässlich, das gilt für die strukturellen Zuordnungen und das gilt auch für Regionen. Parteien müssen immer mehr bzw. immer heterogenere Gruppen ansprechen. Die Wahlkämpfe werden länger und schwieriger, aber auch wichtiger. Personen haben im neuen Geflecht sogar eher größere Chancen, aber auch der Absturz vollzieht sich möglicherweise schneller und ist gefährlicher.

Die rot-grüne Koalition ist knapp bestätigt worden, weil die Union – einschließlich ihres Spitzenkandidaten – nicht wirklich als die zwingende Alternative angesehen wurde. Die FDP hat eine unklare Koalitionspolitik betrieben, fehlgeleitet durch eine völlig unrealistische Strategie, und fiel deshalb als verstärkende Oppositionskraft bei der Ablösung der Regierung weitgehend aus. Die PDS ist gescheitert, wohl auf Dauer, weil sie nicht im 21. Jahrhundert angekommen ist und die Wähler ihr nicht zutrauen, dass sie irgendwelche Probleme lösen könnte.

Die neue Regierung wird es sehr schwer haben, gegen eine gestärkte Opposition insgesamt und gegen die wahrscheinlich anhaltende Mehrheit im Bundesrat anderer Couleur anzukommen. Viel Mut ist gefordert, um begonnene Reformvorhaben gegen eine Vielfalt widersprechender Interessen durchzusetzen. Dazu wären Visionen erforderlich, die aus heutiger Sicht nicht erkennbar sind.

Die Bundestagswahl 2002: Neue Themen – neue Allianzen

Darüber, was im Wählervotum vom 22. September eigentlich zum Ausdruck gekommen sei, gab es gleich nach der Wahl ganz konträre Meinungen auch unter Experten.¹ Auf der einen Seite wird das Ergebnis als „zufällige Momentaufnahme“ eines sich ständig wandelnden, von Stimmungen und „situativen Faktoren“ bestimmten Meinungsbildes wahrgenommen (so Klaus-Peter Schöppner vom Emnid-Institut). Nach der anderen Auffassung kommt im Abstimmungsverhalten die „Reflexion der Wähler über die letzte Legislaturperiode“ zum Ausdruck, ist die Wahl am Ende ein kollektiver Entscheidungsprozess, unabhängig von zwischenzeitlichen Schwankungen der Vorwahlumfragen (so Dieter Roth von der Forschungsgruppe Wahlen). Was trifft nun zu: „Last-Minute-Wahl der Emotionen“² oder getreues Abbild stabiler Überzeugungen?

Es gab bei dieser Bundestagswahl eine Reihe von Indizien, die für die erste Position zu sprechen schienen: ein ungewöhnlich kräftiges Auf und Ab in den Sympathiewerten für Regierung *und* Opposition zwischen Herbst 1998 und Frühjahr 2002 und ein nochmaliges Oszillieren der Kurven im Sommer vor der Wahl; neue, von außen auf die politische Agenda drängende, emotional stark besetzte Ereignisse; eine durch die TV-Duelle zugespitzte, vermeintliche Personalisierung der Entscheidung. Die gängige Soziologenmeinung, wonach dauerhafte, traditionelle Parteibindungen der Vergangenheit angehören, ließ den „Wechselwähler“ zur Leitfigur avancieren. Die Neigung vieler Journalisten, die Spannung möglichst lange hoch und das Rennen offen zu halten, hat ebenfalls dazu beigetragen, Stimmungen stärker zu registrieren als Grundüberzeugungen.

I. Regionale Veränderungen: Eine dreigeteilte Republik

Wenn die beiden Regierungs- und die beiden Oppositionsparteien zusammen betrachtet und die

1 Vgl. Vier Wahlforscher, vier Ansichten, in: Die Zeit vom 26. 9. 2002.

2 So der Leitartikel in: Die Welt vom 21. 9. 2002: „Diese Wahl wird sich in letzter Minute entscheiden, in der Kabine erst – und womöglich an dem Thema, das am Sonntag, zufällig oder nicht, oben auf der Agenda steht.“

Wahlergebnisse für die Bundesrepublik insgesamt mit denen von 1998 und 1994 verglichen werden, dann hat es diesmal weniger Veränderungen gegeben als beim letzten Mal (vgl. Tab. 1). Das Pendel ist ein wenig zurückgeschlagen, aber nicht ganz bis zum Ausgangspunkt der Wahl von 1994. Bei allen Parteien sind aus Gewinnen diesmal Verluste geworden und umgekehrt.

Tabelle 1: Veränderungsdaten (in Prozentpunkten)

	1994 – 1998	1998 – 2002
SPD	+ 4,5	- 2,4
CDU/CSU	- 6,3	+ 3,3
Grüne	- 0,6	+ 1,9
FDP	- 0,7	+ 1,1
übrige	+ 3,0	- 3,9
SPD + Grüne	+ 3,9	- 0,5
Union + FDP	- 7,0	+ 4,4

Dieses Bild täuscht eine scheinbare Stabilität vor. Schon der Blick auf die Landkarte lässt verschiedenartige, z.T. gegenläufige Trends sichtbar werden. Bei *Ost- und Westdeutschland* handelt es sich immer noch um „zwei Elektorate“ (Wilhelm Bürklin), die sich nicht nur im Volumen der Wanderungsströme, sondern auch in deren Richtung unterscheiden. Zwischen 1994 und 1998 hatte es im Westen vor allem *eine* große Bewegung ehemaliger Unionswähler zur SPD gegeben; im Osten dagegen hatte die CDU in *alle* Richtungen verloren. Vier Jahre später gab es andere Muster: Im Westen hat die SPD an alle drei anderen Parteien verloren, am meisten an Union und Grüne; im Osten dagegen war die SPD die große Gewinnerin, vor allem auf Kosten der PDS, und die CDU hat ihre großen Einbußen von 1998 nicht wettmachen können.

Aber auch *innerhalb von Westdeutschland* zeigen sich neuartige regionale Trennlinien (vgl. Tab. 2). Bayern fällt ganz aus dem Rahmen: Die Union hat hier fast elf Punkte zugelegt, dreimal so stark wie im westdeutschen Schnitt; die SPD hat über 8 Punkte verloren, doppelt so viel wie im westdeutschen Schnitt. (Auch in Baden-Württemberg lagen die CDU-Gewinne mit rund 5 Punkten deutlich über dem Wert anderer Länder, doch wurde das durch FDP-Verluste abgeschwächt, und Rot-Grün hat sich gegenüber 1998 halten können.) Bayern ist auch das einzige Bundesland mit einer gestiegenen Wahlbeteiligung.

Tabelle 2: Veränderungen 1998 – 2002 in drei Wahlgebieten

	Veränderungsraten (in Prozentpunkten)		
	Bayern	übr. Westdeutschland (incl. Westberlin)	Ostdeutschland (incl. Ostberlin)
Wahlbeteiligung	+ 2,4	- 3,1	- 7,1
SPD	- 8,3	- 3,0	+ 4,6
CDU bzw. CSU	+ 10,9	+ 1,9	+ 1,0
Grüne	+ 1,7	+ 2,2	+ 0,6
FDP	- 0,6	+ 0,9	+ 3,1
Sonstige (darunter: PDS)	- 3,7	- 2,0	- 9,4 (- 4,7)
SPD + Grüne	- 6,6	- 0,8	+ 5,2
Union + FDP	+ 10,3	+ 2,8	+ 4,1

Die extremen Ergebnisse in Bayern schlagen sich natürlich im westdeutschen Gesamtwert nieder. Um die regionalen Trends zu entwirren, müssen die Veränderungsraten gegenüber 1998 für die drei Wahlgebiete getrennt ausgewiesen werden. Aus der *Tabelle 2* werden interessante Konturen einer „dreigeteilten Republik“ deutlich. In Bayern hat sich der Stimmenzuwachs fast allein auf die CSU konzentriert (mit leichten Zuwächsen der Grünen); im übrigen Westdeutschland ist die SPD einzige Verliererin; in Ostdeutschland haben alle vier „Westparteien“ ihre Marktposition verbessert, die PDS und die Rechts- und Randparteien haben kräftig Federn lassen müssen – Anzeichen einer allmählichen Angleichung der politischen Strukturen in Ost und West.

Die eigenwilligen Wege der ostdeutschen Wähler haben bei den Wahlexperten immer wieder Verwunderung und vielfältige Deutungen provoziert.³ Ein wichtiger Einflussfaktor ist natürlich die in den neuen Ländern geringere Parteibindung und andersartige Einbindung in politisch-kulturelle Milieus. Das ermöglicht heftigere Reaktionen und häufigeren Parteiwechsel und verschafft sowohl Themen als auch Personen ein größeres Gewicht bei der Wahlentscheidung. Offenkundig haben die beiden Top-Themen der letzten Wahlkampf-Wochen – die Flutkatastrophe und die neue Friedensfrage – und der Umgang der beiden Bewerber mit diesen Themen für ostdeutsche Wählerinnen und Wähler eine besondere emotionale Rolle gespielt. Der Abgang der Galionsfigur Gregor Gysi hat die PDS-Klientel zusätzlich verunsichert. Und bei dem im Osten besonders wichtigen Thema der Arbeitslosigkeit wurden an eine Rückkehr zu einer CDU-Regierung nicht viele Erwartungen geknüpft.

3 Vgl. Kai Arzheimer /Jürgen W. Falter, „Annäherung durch Wandel“? Das Wahlverhalten bei der Bundestagswahl 1998 in Ost-West-Perspektive, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 52/98, S. 33–45; Rainer-Olaf Schultze, Eine Bundestagswahl oder zwei? Wählerverhalten in Deutschland Ost und Deutschland West, in: Der Bürger im Staat, (2002) 1/2. *Anmerkung der Redaktion:* Siehe auch den Beitrag von Kai Arzheimer und Jürgen W. Falter in diesem Heft.

Die bedeutsamste Trennlinie, die aus der Tabelle erkennbar ist, betrifft jedoch den Kontrast zwischen Bayern und den übrigen Westländern beim Abschneiden von Koalition und Opposition: In Bayern hat es einen kräftigen „Rechtsruck“ gegeben, im übrigen Westdeutschland fast gar keine Veränderungen. Die Union liegt heute in Bayern um rund 30 Punkte vor der SPD, im übrigen Westdeutschland dagegen um fast fünf Punkte, in Ostdeutschland sogar um über zehn Punkte im Rückstand.

Dieser bayerische Sonderweg hat natürlich mit der Kandidatur von Edmund Stoiber zu tun. Mit einem guten Abschneiden in seiner Heimat durfte er rechnen: Einen solchen „Heimvorteil“ haben sämtliche amtierenden Ministerpräsidenten, die sich um das Amt des Bundeskanzlers bewarben, in Anspruch nehmen können. Sie alle – von Franz-Josef Strauß über Johannes Rau und Oskar Lafontaine bis Rudolf Scharping und Gerhard Schröder – hatten es fertig gebracht, in „ihrem“ Land für ihre Partei höhere Zuwachsraten (bzw. geringere Verluste) einzufahren als in allen anderen (westdeutschen) Ländern. Von Lafontaine 1990 im Saarland abgesehen, war dieser „MP-Bonus“ allerdings noch nie so ausgeprägt gewesen wie am 22. September.

In beiden westlichen Wahlgebieten ist ein zusätzliches Süd-Nord-Gefälle in den Wählerbewegungen zu beobachten. In Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen hat Rot-Grün seine Marktposition noch verbessern können, Schwarz-Gelb hat Stimmenanteile eingebüßt oder nur minimal zugelegt. In Bayern sind die regionalen Unterschiede noch deutlicher. Die stärksten Umschichtungen weist der Regierungsbezirk Niederbayern auf, im äußersten Südosten der Republik, wo die CSU volle 17 Punkte gewonnen, die SPD über 12 Punkte verloren hat und die Wahlbeteiligung um fast 5 Punkte angestiegen ist. In Mittel- und Unterfranken blieben die Gewinn- und Verlustraten der beiden Parteien mit 8 bzw. 7 Punkten eher moderat.

Tabelle 3: Veränderungen 1998 – 2002 in Stadt und Land

	Veränderungsraten (in Prozentpunkten)			
	Bayern		übriges Westdeutschland	
	Großstädtische Wahlkreise	Ländliche Wahlkreise	Großstädtische Wahlkreise	Ländliche Wahlkreise
CDU bzw. CSU	+ 6,4	+ 13,3	+ 0,9	+ 2,4
SPD	- 6,4	- 9,5	- 3,4	- 2,4
Grüne	+ 3,9	+ 0,9	+ 3,3	+ 1,5

Bedeutsamer als die regionalen sind allerdings die *siedlungsstrukturellen Unterschiede* (vgl. Tab. 3). Die „Mobilmachung der Provinz“ fand keine Entsprechung in den bayerischen Metropolen; in München und Nürnberg gewann die CSU und verlor die SPD jeweils in Größenordnungen von sechs Punkten. Verstärkungsgrad und Siedlungsdichte erwiesen sich bei dieser Wahl als wichtige Einflussgrößen, allerdings in den beiden westlichen Wahlgebieten mit unterschiedlichen Effekten. Für Bayern wie für das übrige Bundesgebiet gilt, dass die Union in der Stadt weniger zugewinnt als auf dem Land und die Grünen in den Großstädten ihre größten Zuwächse erzielen. Für die SPD fällt die Bilanz gemischt aus: In Bayern verliert sie auf dem flachen Land an die CSU und in den großen Städten an die Grünen; im übrigen Westdeutschland ist die Abwanderung von Rot nach Grün in den Großstädten – vor allem den Dienstleistungszentren – die dominierende Bewegung.

Viele großstädtische SPD-Anhänger, die diesmal den Grünen ihre Stimme gegeben haben, beschränkten sich dabei auf die Zweitstimme; mit der Erststimme haben sie den sozialdemokratischen Direktbewerber weiterhin unterstützt. Das Stimmen-Splitting zwischen Rot und Grün war bei dieser Wahl erheblich umfangreicher als 1998; die Zahl der „Leihstimmen“ für die FDP von Seiten der Union ist dagegen deutlich zurückgegangen. Die Erststimmen-Vorsprünge der SPD und die Zweitstimmen-Vorsprünge der Grünen waren in einigen Metropolen und Dienstleistungszentren außerordentlich hoch: In München etwa lagen die Differenzen bei 11,2 bzw. 8,2 Punkten, in Hamburg bei 9,6 bzw. 7,4 Punkten, in Düsseldorf bei 7,5 bzw. 6,1 Punkten. Dieses koalitions-taktisch motivierte Stimmen-Splitting ist ein deutlicher Hinweis einerseits auf die größere Beweglichkeit urbaner Wählerschichten, andererseits auf eine bewusste politische Entscheidung für die Fortsetzung des rot-grünen Projektes.

II. Arbeiter: Eine alte Allianz wird brüchig

Während sich zwischen Stadt und Land bei dieser Wahl neue Trennlinien aufgebaut haben, wird die

traditionelle Allianz der SPD mit der Industriearbeiterschaft immer brüchiger. Mit 43 Prozent schneiden die Sozialdemokraten im Westen zwar nach wie vor am stärksten in der Gruppe der Arbeiter ab. Gerade in diesem traditionellen Wählermilieu verliert die SPD mit zehn Prozentpunkten aber besonders stark. Diese Entwicklung macht auch vor ihrem eigentlichen Traditionssegment, der gewerkschaftlich organisierten Arbeiterschaft, nicht Halt: Vor vier Jahren hielten noch zwei Drittel von ihnen zur SPD, heute nur mehr gut jeder Zweite (57 Prozent).

Von der SPD-Schwäche bei den westdeutschen Arbeitern haben in erheblichem Ausmaß die Unionsparteien profitiert. Sie erzielen ihre größten Zuwächse in dieser Berufsgruppe (plus 10 Punkte) und liegen mit ihrem Stimmenergebnis bei den Arbeitern nur mehr 3 Punkte von der SPD entfernt. Bei gewerkschaftlich organisierten Arbeitern dominieren nach wie vor ideologische Vorbehalte gegenüber der CDU/CSU, die in dieser Wählergruppe nur 4 Punkte zulegen konnte. Der Abstand der SPD zu den Unionsparteien beträgt hier noch satte 31 Prozentpunkte. Das bedeutet jedoch nicht, dass die SPD in diesem Segment kein Akzeptanzproblem gehabt hätte: Vor allem in ihren Stammländern Nordrhein-Westfalen und Saarland, in denen der Organisationsgrad der Arbeiterschaft besonders hoch ist, blieb ihre Wählerschaft bei dieser Wahl verstärkt zu Hause. Solch einen Vertrauensentzug der Arbeiterschaft erlebte die SPD in den alten Bundesländern nicht zum ersten Mal, bereits 1983 und 1990 gab es ähnliche Abwanderungstendenzen.

Das Wahlverhalten der Arbeiterschaft in den neuen Bundesländern hat sich dem der westdeutschen Arbeiter angeglichen. Die SPD liegt mit 39 Prozent bei den Arbeitern im Osten nur noch 5 Punkte unter ihrem Ergebnis im Westen. Das Abstimmungsverhalten der Arbeiter bei der ersten gesamtdeutschen Bundestagswahl hatte überrascht: Damals wurde die CDU bei den Arbeitern mit einem Abstand von 23 Punkten stärkste Partei vor der SPD. Erst zur Bundestagswahl 1998 lagen die Sozialdemokraten auch in den neuen Bundesländern in ihrem traditionellen Milieu vorne. Der Abstand zur CDU betrug 12 Punkte. Daran hat sich auch bei dieser Wahl nichts geändert. Den-

noch bilden die eigentliche Domäne der ostdeutschen Sozialdemokraten nicht die Arbeiter, sondern die Angestellten, bei denen die SPD mit 41 Prozent besonders gut abschneidet.

Was ist der Grund, dass seit den achtziger Jahren die Bindung der Industriearbeiterschaft an die SPD fragiler geworden ist? Große Teile der Arbeiterschaft scheinen das Vertrauen verloren zu haben, dass die SPD ihre Interessen adäquat vertritt. Sie fühlen sich von der sozialdemokratisch geführten Bundesregierung vernachlässigt, die nach ihrer Meinung wie die Regierungen zuvor Politik „auf dem Rücken der kleinen Leute“ macht. Zwei von drei Arbeitern meinen, „für die Interessen des kleinen Mannes setzt sich keine Partei ein“. Von den einfachen und mittleren Angestellten glaubt dies immerhin noch jeder Zweite.⁴ Sie vermissen die alte Erkennbarkeit sozialdemokratischer Politik und nehmen kaum mehr Unterschiede zwischen der SPD und der Union wahr:

„Früher war das klar, die SPD war auf die Arbeitnehmer ausgerichtet, die CDU war die Partei der Arbeitgeber. Aber jetzt geht es bei der SPD auch mehr in die Arbeitgeberrichtung. Sie nennen sich nun Partei der Mitte, damit sind sie endgültig von uns abgerückt.“ (Arbeiter, Dortmund).⁵

Insgesamt herrscht in der Arbeiterschaft eine starke Verunsicherung vor. Diese Gruppe fühlt sich zunehmend an den Rand gedrängt – existenziell und kulturell. Die negative Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt trifft sie besonders hart. Sie schätzen ihre eigene finanzielle Lage schlechter ein als die Gesamtbevölkerung. Jeder dritte Arbeiter rechnet sich zu den Verlierern der gesellschaftlichen Entwicklung. Die Erwartungshaltung an die Regierung ist in dieser Gruppe stark auf das fokussiert, was der Verbesserung der eigenen finanziellen Lage dient. So stimmten 1983 Teile der Arbeiterschaft für die CDU, weil die SPD das Vertrauen in ihre Wirtschaftskompetenz verspielt hatte. Bei der aktuellen Bundestagswahl führte die Enttäuschung über die Politik der Bundesregierung dazu, dass die Arbeiter der Union in all den Themen, bei denen sie den dringendsten politischen Handlungsbedarf sahen – der Arbeitsmarkt-, Wirtschafts- und Steuerpolitik sowie der Ausländerpolitik –, die höchste Problemlösungskompetenz

4 Vgl. Richard Hilmer, Die SPD im Spannungsfeld von Reformpolitik und Wählerinteressen, in: Franz Müntefering/Matthias Machnig (Hrsg.), Sicherheit im Wandel. Neue Solidarität im 21. Jahrhundert, Berlin 2001, S. 101–113.

5 Ergebnis aus Gruppendiskussionen. Solche qualitativen Verfahren geben differenzierte Einblicke in unterschiedliche Sichtweisen, Gefühlslagen und Denkweisen zu bestimmten Themenfeldern. Sie eignen sich u. a. zur Illustrierung repräsentativ festgestellter Trends.

zusprachen, deutlich häufiger als die Gesamtbevölkerung. Bei der sozialen Gerechtigkeit setzten sie nach wie vor mehrheitlich auf die Sozialdemokraten. Die Frage Wirtschaftswachstum versus sozialer Ausgleich bringt das traditionelle Wählermilieu der SPD in ein Dilemma:

„Die SPD verteilt die Geldströme schon ein bisschen anders als die CDU. Das ist schon wahr. Aber wenn es der CDU gelingt, dass die Wirtschaft nicht mehr Schlusslicht, sondern mehr in der Mitte ist, ist das für uns auch gut. Aber in erster Linie verdienen die Unternehmen dann wieder mehr. Aber wenn es denen gut geht, geht es uns ja auch gut. Nur dass die Gewinne machen müssen, immer mehr und immer mehr, die sind nie zufrieden ...“ (Arbeiter, SPD-Stammwähler, Dortmund).⁶

Durch die Festlegung auf eine Koalition mit den Grünen bekam das Verhältnis der Arbeiterschaft zur SPD eine neue Qualität. Rot-Grün entsprach nicht ihrem Wunschmodell. Ihr Urteil über die Grünen war deutlich negativer gefärbt als das der gesamten Wählerschaft. Sie vertreten häufiger die Ansicht, dass die Grünen den Umweltschutz übertreiben und kein verlässlicher Regierungspartner sind. Auch der Politikertypus der Grünen ist ihnen weitgehend fremd: Sie beurteilen das politische Personal der Grünen – selbst Joschka Fischer – verhaltener als andere Wählergruppen.

Die „neue Erkennbarkeit“ des rot-grünen Lagers isoliert die Arbeiterschaft auch sozio-kulturell. Die Gesellschafts- und Lebensentwürfe von Rot-Grün sind nicht die ihren. Mit zentralen Kernpunkten des rot-grünen Projektes haben sie eklatante Schwierigkeiten:

– Für die Arbeiterschaft hat existenzielle Absicherung Vorrang vor Nachhaltigkeit: Die Ökosteuer wurde von ihnen überdurchschnittlich häufig als ökonomische Belastung empfunden, gegenüber der die damit verbundene Entlastung bei den Lohnnebenkosten weniger, der ökologische Aspekt gar nicht ins Gewicht fiel.⁷

– Arbeiter zeigen mehr Distanz gegenüber einer toleranten und offenen Gesellschaft als SPD- und Grünen-Anhänger. So war ihr Verständnis für die „Green-Card“-Regelung, mit der ausländischen IT-Spezialisten ein zeitlich befristeter Aufenthalt in Deutschland erleichtert werden sollte, äußerst gering. Sie erwarten im Gegenteil schärfere Zuzugsbegrenzungen für Ausländer, in denen sie unliebsame Konkurrenten auf dem Arbeitsmarkt sehen. Selbst die Streichung des Asylrechts aus

6 Ergebnis aus Gruppendiskussionen.

7 Vgl. DeutschlandTrend von Infratest dimap, Oktober 2000.

dem Grundgesetz stieße bei ihnen mehrheitlich auf Beifall.⁸

Als verbindende Klammer der unterschiedlichen Gesellschaftsentwürfe bleibt der Einsatz für soziale Gerechtigkeit (wenngleich auch der Begriff von sozialer Gerechtigkeit bei den Grünen weiter gefasst zu sein scheint, z. B. auch den Ausgleich zwischen Erster und Dritter Welt einschließt) sowie für Friedenssicherung (vgl. Tab. 4). So hat auch das Wählersegment der Arbeiter, das der SPD bei dieser Bundestagswahl die Treue gehalten hat, dies aus alter Verbundenheit mit der Partei getan, aber auch aus inhaltlichen Gründen – aufgrund ihres Strebens nach sozialem Ausgleich, ihrer Arbeitsmarktpolitik sowie ihrer Außen- und Sicherheitspolitik. Die Frage von Krieg und Frieden hat diese Klientel auch in den neuen Bundesländern überdurchschnittlich mobilisiert. Aber mehr noch als die Programmatik überzeugte die Person des Bundeskanzlers, der auch bei Arbeitern großes Vertrauen genießt.

Tabelle 4: Wahlentscheidende Gründe von Arbeitern West für SPD und CDU/CSU

	SPD	CDU/CSU
Soziale Gerechtigkeit	38	15
Arbeitsmarktpolitik	31	52
Außen- und Sicherheitspolitik	21	10
Ausländerpolitik	12	25

Quelle: Wahltagsbefragung von Infratest dimap 2002.

Die politisch heimatlose Gruppe der Arbeiter, die sich enttäuscht von der SPD abgewandt hat, in der Union jedoch keine Alternative sieht, zeichnet sich durch größere Politikferne und eine grundlegende Skepsis gegenüber Politik aus. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass diese Gruppe durchaus für radikale Parteien ansprechbar ist – bisher allerdings nur bei nachgeordneten Wahlen, nie bei einer Bundestagswahl. Ihre Rückholbarkeit für die SPD hängt in erster Linie von einer erfolgreichen Arbeitsmarktpolitik ab.

III. Frauen und Männer: Eine neue Trennlinie entsteht

Die Bundestagswahl 2002 markiert eine Zäsur im geschlechtsspezifischen Wahlverhalten: Zum ersten Mal seit 1972 unterscheidet sich das Wahlverhalten von Männern und Frauen im Hinblick auf die beiden Volksparteien. Während 41 Prozent

der Frauen, aber nur 36 Prozent der Männer für die SPD stimmten, gaben umgekehrt der Union nur 37 Prozent der Frauen, aber 40 Prozent der Männer ihre Stimme.

Betrachtet man das Wahlverhalten der Geschlechter nach politischen Lagern, verstärkt sich dieser Trend noch: 51 Prozent der Frauen verhalten der rot-grünen Bundesregierung zu einer zweiten Amtsperiode, 44 Prozent hatten für Schwarz-Gelb gestimmt. Wäre es nach den Männern gegangen, würden heute Union und FDP wieder regieren: 48 Prozent votierten für den Lagerwechsel, 44 Prozent für Rot-Grün.⁹ 1998 hatten beide Geschlechter in gleichem Maße den Regierungswechsel betrieben.

Wie schon 1998 konnte Rot-Grün auch bei dieser Wahl bei Frauen bis 60 Jahren auf eine deutliche Mehrheit bauen. Ein Novum ist diesmal, dass selbst bei den Frauen ab 60 Jahren – der traditionellen Union-Domäne – der Vorsprung von Union und FDP zum linken Lager von 9 Prozentpunkten in 1998 auf nurmehr 3 Punkte zusammengeschmolzen ist. In allen Wahlen der vergangenen Jahrzehnte wählten ältere Menschen überdurchschnittlich häufig konservative Parteien. Daraus zog man den Schluss, dass das Wahlverhalten im Alter konservativer wird. Dies würde bedeuten, dass die Union bei dieser und der Wahl von 1998 unter ihren Mobilisierungschancen blieb.¹⁰ Einiges spricht aber auch dafür, dass eine neue Generation von Frauen ins Rentenalter kommt, die nicht mehr durch Konrad Adenauer, sondern durch Willy Brandt politisch sozialisiert wurde und ihr sozialdemokratisches Wahlverhalten auch im Alter beibehält.

Unter Brandt war es zur ersten Zäsur im geschlechtsspezifischen Wahlverhalten gekommen: Die Geschlechterrelation der beiden großen Parteien weist 1972 eine ruckartige Angleichung, 1976 dann ein fast völliges Gleichgewicht auf. Bis dahin hatten Frauen häufiger christlich-konservativ gestimmt als Männer. Zwischen 1957 und 1969 lag der Unionsanteil bei den Frauen um 9 oder 10 Punkte über dem der Männer, zur SPD hatten sie eine große Distanz.¹¹ Soziostrukturelle Konstanten, wie die geringe Erwerbstätigkeit und die starke Bindung von Frauen an Familie und Kirche, bedingten die starke Affinität zur CDU. Männer fühlten sich hingegen aufgrund ihrer hohen beruflichen und gewerkschaftlichen Bindung stärker

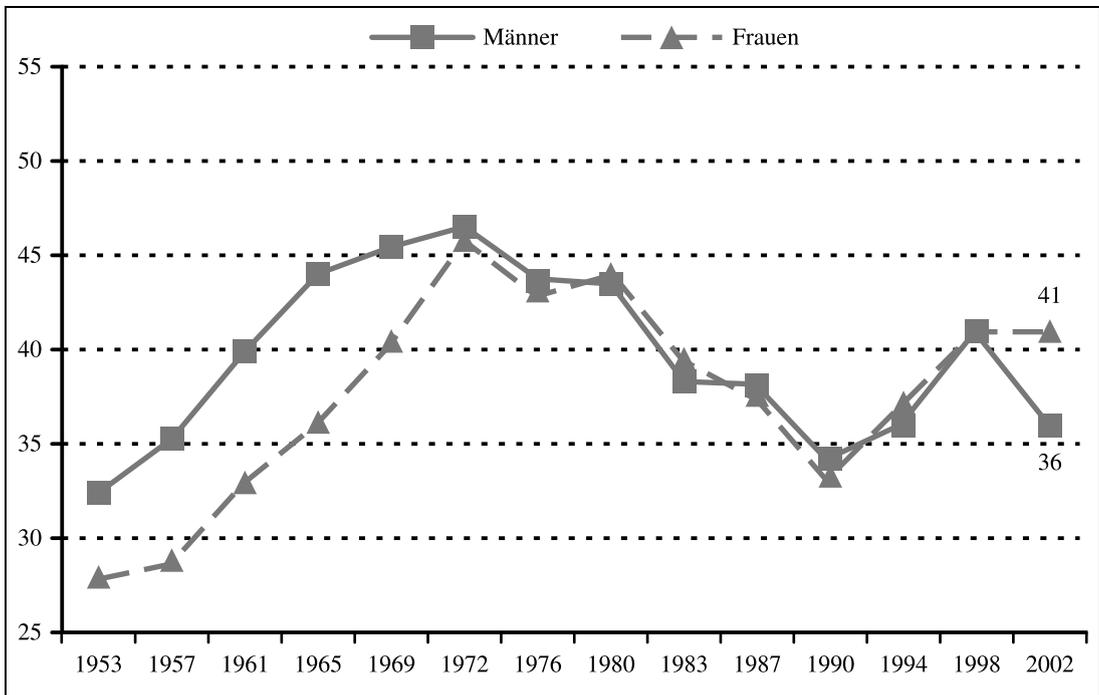
⁹ Wahltagsbefragung von Infratest dimap 2002.

¹⁰ Vgl. Jutta Graf/Viola Neu, Analyse der Bundestagswahl vom 22. September 2002, Arbeitspapier der Konrad-Adenauer-Stiftung, Nr. 91/2002.

¹¹ Vgl. Wolfgang Hartenstein, Den Wählern auf der Spur, St. Ingbert 2002, S. 74–77.

⁸ Vgl. ebd., Juni 2000.

Abbildung: Wahl der SPD nach Männern und Frauen: 1953–2002 (in Prozent)



Quelle: Repräsentative Wahlstatistik 1953–1990, Wahltagsbefragungen von Infas 1994 und Infratest dimap 1998 und 2002.

von der SPD angesprochen. Die partielle Auflö-
 sung des kirchlichen Milieus, die stärkere berufliche
 Orientierung von jüngeren Frauen sowie ihr
 verändertes Rollen- und Selbstverständnis brach-
 ten 1972 die Wende: Vor allem jüngere Frauen
 stimmten in der allgemeinen Aufbruchstimmung
 der späten sechziger und frühen siebziger Jahre
 mehrheitlich für die reformfreundige SPD. Seitdem
 war die Geschlechterrelation bei beiden großen
 Parteien in etwa ausgeglichen.

Die veränderte Lebenswirklichkeit von Frauen
 erklärte zunächst die Angleichung im Wahlverhal-
 ten von Frauen und Männern. Aber je weiter die
 Veränderungen für Frauen voranschritten, ihr Bil-
 dungs-niveau stieg, ihre berufliche Orientierung
 dominierte, zeigte sich, dass Frauen eher von Par-
 teien des linken Spektrums als von konservativen
 Parteien Unterstützung bei der Realisierung ihres
 Lebensentwurfs erwarten. Mit dem Auftreten der
 Grünen gab es erste Anzeichen für ein neues
 geschlechtsspezifisches Wahlverhalten: Junge
 Frauen tendierten stärker zu Linksparteien als
 junge Männer. Vor allem besser gebildete, berufstätige
 Frauen fühlten sich von grüner Programmatik
 angesprochen. Das Wahlverhalten älterer Frauen
 nivellierte diesen Trend bis zur Bundestagswahl.

Neben der Lebenslage haben aber auch die Kon-
 junktur bestimmter Themen und die unterschied-

liche Akzeptanz von Spitzenpolitikern partiellen
 Einfluss auf unterschiedliches Wahlverhalten von
 Männern und Frauen. Bei der Bundestagswahl
 2002 standen trotz Wirtschaftskrise vor allem im
 Zieleinlauf „weiblichere“ Themen im Mittelpunkt
 des Interesses: sozialer Ausgleich, Bildungspolitik,
 Friedenssicherung und Umweltpolitik. Frauen
 fühlten sich von diesen Themen stärker angespro-
 chen als Männer. In der Diskussion um Krieg und
 Frieden unterstützten Frauen, vor allem die ältere-
 ren unter ihnen, mehrheitlich den Schröder-Kurs.
 Männer votierten stärker entsprechend der Wirt-
 schaftslage. Bei all diesen für sie relevanten The-
 men hatten Frauen das größere Vertrauen in die
 Problemlösungskompetenz von SPD oder Grünen.
 Männer setzten bei „ihren Themen“ hingegen stärker
 auf Union und FDP.

Auch hier gibt es eine Parallele zu 1972, als die
 Themen Ostpolitik, Entspannung, Bildungsreform
 und Paragraph 218 Frauen stark ansprachen und
 das Profil der SPD weiblicher und das der CDU
 männlicher erscheinen ließen¹². Aber 1972 wie
 2002 ging es Frauen noch um mehr: Sie stimmten
 über eine Richtungsentscheidung in der Gesell-

12 Vgl. Ursula Feist/Martina Wendt, Politisches Interesse
 und Verhalten junger Frauen, in: R. Hildebrandt/R. Winkler,
 Die Hälfte der Zukunft. Lebenswelten junger Frauen, Köln
 1994, S. 174–190.

schaft ab. 1969 standen Reformen und Modernisierung der Gesellschaft zur Debatte, dieses Mal unterschiedliche Gesellschaftsentwürfe. Die Koalitionsaussage zugunsten der Grünen war ein riskantes Unterfangen der SPD, hatten in ihrer Wählerschaft die Grünen doch lange Zeit den Ruf, wenig verlässlich und damit Hemmschuh der Regierung zu sein. Letztlich hat diese Festlegung jedoch zu einer „neuen Unterscheidbarkeit“ – nicht der beiden großen Parteien, sondern der beiden Lager – geführt. Mit Rot-Grün wurde Vielfalt, Offenheit, Toleranz, soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit assoziiert, Schwarz-Gelb stand für Leistungsbereitschaft, Effizienz, Eigenverantwortung und – etwas mehr – für traditionelle Werte. Frauen bedeutet eine offene und tolerante Gesellschaft mehr als Männern, eine an traditionellen Werten orientierte Gesellschaft erhält jedoch auch bei Männern keine Mehrheit. Vor die Alternative „Leistungs- oder Solidargesellschaft“ gestellt, sprechen sich sechs von zehn Frauen, aber nur vier von zehn Männern für eine Gesellschaft aus, in der Solidarität mehr zählt.¹³

Wie wohl bei keiner Wahl zuvor verbanden sich diese unterschiedlichen Wertvorstellungen mit den assoziierten Lebensentwürfen der Spitzenkandidaten. Schröder und Fischer stehen für Moderne und sozialen Ausgleich. Stoiber für Leistung und Tradition. Was die Erwartung an Politikerinnen und Politiker betrifft, gibt es wenig Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Frauen wie Männer fordern Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit, Sachkompetenz, aber auch Erkennbarkeit und Lebensnähe von den politischen Repräsentanten. Frauen legen dabei den Schwerpunkt eher auf Glaubwürdigkeit und Erkennbarkeit, Männer eher auf Kompetenz. Edmund Stoiber hatte besonders bei Frauen ein Akzeptanz- und Glaubwürdigkeitsproblem. Er stand für Kompetenz, aber auch für wenig geliebte Eigenschaften wie Akribie, Disziplin und Strenge sowie für einen Lebensentwurf mit traditionellen Rollenverteilungen zwischen Mann und Frau. Schröder ließ Stoiber bei der Direktwahlfrage bei Frauen um 28 Punkte hinter sich, bei Männern um 20 Punkte. „Stoiber verhindern“ war für jede zweite SPD-Wählerin das wichtigste Wahlmotiv, von den Männern nannten nur 39 Prozent dies als Grund für ihr SPD-Votum.

Insgesamt zeigt sich, dass Frauen in der Politik zunehmend ihre eigenen Wege gehen und aufgrund der Mehrheitsverhältnisse und des homogeneren Wahlverhaltens von jüngeren und älteren Frauen auch die Richtung im Lande vorgeben können. Erkennbar wurde dies auch schon bei früheren Landtagswahlen, bei denen Frauen Frauen

wählen konnten. Heide Simonis verdankte ihre Wiederwahl in Schleswig-Holstein den Frauen. Ute Vogt verbuchte 2001 in Baden-Württemberg einen sensationellen Erfolg vor allem bei den 35- bis 44-jährigen Wählerinnen. Angesichts des knappen Wahlausgangs erscheint die Frage rückwirkend reizvoll: Was wäre gewesen, wenn sich Angela Merkel – noch dazu eine Frau aus den neuen Bundesländern und mit weniger polarisierender Ausstrahlung – gegen die Männerwelt der Union als Kandidatin durchgesetzt hätte?

IV. Jungwähler: Eine Generationengruppe passt sich an

Die Repräsentative Wahlstatistik weist seit 1972 als jüngste Altersgruppe die 18- bis 24-jährigen Wählerinnen und Wähler aus; vier Jahrgänge davon dürfen zum ersten Mal wählen, drei weitere waren schon bei der vorigen Bundestagswahl dabei. Diese Gruppe ist klein, fällt also zahlenmäßig beim Gesamtergebnis kaum ins Gewicht, beansprucht aber naturgemäß jedes Mal besonderes Interesse. Für das Selbstverständnis und Selbstbewusstsein der Parteien ist es wichtig, Anklang gerade in der jungen Generation zu finden. Als Gruppe, die ganz neu auf dem politischen Markt erscheint, werden die Jungwähler heftig umworben, in der Hoffnung, damit Kunden auf Dauer zu gewinnen. Die Chancen, sie als Klientel längerfristig an sich zu binden, sind nach den Befunden der Wahlforschung nicht schlecht: Die in der Jugend bezogenen politischen Positionen werden im Laufe des Lebens eher beibehalten als aufgegeben.

In keiner anderen Altersgruppe gibt es von einer Wahl zur anderen auch nur annähernd so kräftige Veränderungen der Sympathien. 1972 hatten die jüngsten Wählerinnen und Wähler zu fast 55 Prozent für Willy Brandt und die SPD votiert, um 8,3 Prozentpunkte stärker als die Wählerschaft insgesamt. Dieser Vorsprung einer Partei bei den jungen Wählern wird im Folgenden als aussagekräftige Kennziffer verwendet („Bonus“ bzw. „Malus“ einer Partei im Falle eines Rückstandes der jungen Wähler gegenüber allen Wählern). 1972 gab es dementsprechend erstmalig ein ausgeprägtes Tief für die CDU/CSU bei den Jungwählern (Malus von –9,3 Punkten). Die SPD lag bei dieser Wahl bei den Jungen um fast 20 Punkte vor der Union.

Mit einem solchen Malus musste die Union in den folgenden drei Jahrzehnten leben, der relative Rückstand der Jungwähler lag seitdem zwischen 9,6 (1980) und –5,7 Punkten (1998). Der Bonus der

13 Vgl. Infratest dimap, Deutschland vor der Wahl 2002.

SPD auf der anderen Seite wurde indes stetig aufgezehrt. Zwischen 1983 und 1990 gab es einen prozentualen Gleichstand zwischen den jungen Wählern und der Gesamtheit der Wähler. Das Potenzial wurde in den 80er Jahren weitgehend von den Grün-Alternativen als neuer „Jugendbewegung“ übernommen, die sich zunächst fast ganz auf die unter 35-Jährigen stützten und hier regelmäßig zweistellige Werte erreichten. Mittlerweile sind auch die Grünen „in die Jahre gekommen“, d. h., ihre AnhängerInnen behalten ihre Loyalitäten, wenn sie älter sind. Ihre Spitzenwerte erzielten die Grünen heute in Westdeutschland bei den 35- bis 45-jährigen Frauen.¹⁴

Bei der Bundestagswahl von 1994 konnte Rot-Grün bei den Jungwählern noch höhere Stimmenanteile verbuchen als in der Wählerschaft insgesamt (48,8% gegenüber 43,7%). 1998 war es damit vorbei: SPD und Grüne kamen zusammen auf 47,6%, bei den Jungwählern nur auf 45,8%. Eigentliche Gewinner waren nicht FDP oder PDS, sondern die Vielzahl der „sonstigen Parteien“: Rechtsextreme, die vor allem bei den jungen Männern reüssierten, aber auch andere kleine, teilweise exotische Gruppierungen am Rande des Parteienspektrums. Sie alle zusammen konnten insgesamt 5,8% der Zweitstimmen auf sich vereinen, bei den Jungwählern aber 12,1% – mehr als das Zweifache. Seitdem wird über das abweichende Wahlverhalten der jungen Generation gerätselt, das eindeutig *gegen das etablierte Parteiensystem* gerichtet war und politisches Desinteresse (inkl. hoher Wahlenthaltung), Desorientierung und Entfremdung zu signalisieren schien.

Vor diesem Hintergrund ist das Votum vom 22. September in seiner Normalität fast sensationell. Die Abweichungen von den Parteipräferenzen aller Wähler sind in den meisten Fällen – von der FDP abgesehen – geringer als 1994 und 1998.

Tabelle 5: Differenzen Jungwähler – alle Wähler (in Prozentpunkten)

	1994	1998	2002
SPD	-1,8	-5,5	+0,2
CDU/CSU	-8,2	-5,7	-6,3
Grüne	+6,9	+3,7	+1,9
FDP	-0,6	+0,3	+2,2
alle übrigen	+3,7	+7,2	+2,0
SPD + Grüne	+5,1	-1,8	+2,1
Union + FDP	-8,8	-5,4	-4,1

Quelle: Wahltagsbefragungen der Forschungsgruppe Wahlen (1994) und von Infratest dimap (1998 und 2002).

¹⁴ Einzelheiten zu diesen Trends bei W. Hartenstein (Anm. 11), S. 82–86.

Das neue Muster ist in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert:

- Rot-Grün steht bei den Jungwählern wieder etwas besser da als bei allen Wählern. Die SPD hat ihren Abwärtstrend bei den Jungen aufhalten können (vor allem durch gutes Abschneiden in den neuen Ländern).
- Die Distanz junger Menschen gegenüber den beiden großen Volksparteien ist zwar noch erkennbar, aber weniger ausgeprägt als in den vergangenen 20 Jahren.
- Bei den kleinen Parteien fällt der fast dramatische Rückgang des grünen Jungwähler-Bonus und der stetige Sympathiegewinn der Liberalen ins Auge.
- Der interessanteste und überraschendste Indikator aber ist die deutlich geringere Resonanz der neuen „außerparlamentarischen Opposition“, d. h. aller nicht im Bundestag vertretenen Parteien (einschließlich der PDS), bei der jungen Generation.
- Zur Wahlbeteiligung liegen Daten aus Repräsentativstatistiken für 1994 und 1998 nicht vor, und die Wahltagsbefragungen der Fernsehanstalten geben darüber keine Auskunft. Insofern lassen sich auch die neuen Ergebnisse der amtlichen Stichprobe für 2002 nicht zuverlässig einordnen. Die um rund 10 Punkte geringere Beteiligung der Jungwähler ist jedoch als ziemlich normal zu bewerten und bestätigt nicht die Schreckensmeldungen von manchen Landtagswahlen der vergangenen Jahre.

Generalisierungen oder gar Extrapolationen von Zeitreihen sind, was das politische Verhalten von Jungwählern anbelangt, ein heikles Unterfangen. Es sind ja jeweils neue Generationengruppen, die sozusagen aus dem Nichts auf der Bildfläche erscheinen. Dennoch: Von einer Angleichung der Jugend an die Erwachsenenwelt berichtet auch die neue Shell-Studie. Sie ermittelte „eine neue pragmatische Haltung“ bei Jugendlichen, ein hohes Maß an Übereinstimmung mit den Eltern sowie die gestiegene Wichtigkeit von Werten wie Leistung, Sicherheit und Macht.¹⁵

V. Fazit

Die beschriebenen Strukturen und Tendenzen geben der Wahl vom 22. September ein spezifisches Profil. Das Ergebnis scheint nicht zufällig und beliebig zu sein, im Gegenteil: Man hat den

¹⁵ Vgl. Thomas Gensicke, Individualität und Sicherheit in neuer Synthese?, in: Deutsche Shell (Hrsg.), Jugend 2002, Frankfurt/M. 2002.

Eindruck, die Wählerinnen und Wähler wussten ziemlich genau, was sie wollten. Trennlinien und Konturen sind deutlich erkennbar, klarer vielleicht noch als 1998, wo das zentrale Thema „Wechsel“ alle anderen Themen überlagerte und sozialstrukturelle Besonderheiten einebnete.

Es sind nicht so sehr die klassischen Konfliktlinien und traditionellen Parteibindungen, sondern es ist eine „neue Unterscheidbarkeit“ zwischen den politischen Lagern, die zum Vorschein kommt. Nach wie vor spielen materielle Bedingungen, ökonomische Erwartungen, Zukunftsperspektiven und -ängste eine Rolle. Stärker als früher aber sind es sozio-kulturelle Werthaltungen und Orientierungen, die das Wahlverhalten polarisieren: Solidarität, Offenheit, Toleranz auf der einen, Leistung, Sicherheit, Tradition auf der anderen Seite. Schärfer als vor vier Jahren standen sich diesmal unterschiedliche und unterscheidbare politische Formationen gegenüber, der Frontverlauf war eindeutig. Allerdings war die Uneinigkeit der Opposition, zumal mit der vielfach schillernden FDP als unsicherem Koalitions-Kantonisten, eine Schwachstelle. Dagegen war die Entschlossenheit der Regierungskoalition, ihr „Projekt“ gemeinsam weiterzuführen, eine Stärke. Die grüne Komponente war diesmal gegen Ende der Kampagne deutlich sichtbar und mehr als ein Farbtupfer. Das hat Wählergruppen sowohl angezogen als auch abgestoßen.

Was hat bei dieser Wahl nun aber letztlich den Ausschlag gegeben: Parteien, Personen oder Programme? Keine Wahl wird entschieden, weil ein konkurrierendes Team auf *einem* dieser Felder einen klaren Vorteil hatte. Nie ist es um die Frage „Kandidat *oder* Partei *oder* Programm“ gegangen, immer war es ein Zusammenspiel aller drei Ebenen. Die besten Chancen hat am Ende die Formation, der es gelingt, ein zentrales Thema (oder auch eine dominierende Grundstimmung) mit einer Partei zu verknüpfen und durch eine Person glaubwürdig verkörpern zu lassen.

Das Miteinander von Themen, Parteien und Personen wies diesmal allerdings einige Ambivalenzen und Dissonanzen auf. Die wichtigsten Sachfragen (Wirtschaft und Beschäftigung) sprachen für die Union und ihren hier besonders kompetenten Kandidaten. Als Personen genossen der Kanzler *und* der Außenminister starke Sympathie und hohe Popularität. So weit hatten die Präferenzen für Kandidaten und Parteien bei früheren Wahlen noch nie auseinander geklafft. Für viele Wähler war es lange Zeit eine schwierige Entscheidungssituation: Heftiger Unmut über die Regierenden, aber keine großen Hoffnungen auf eine durchgreifende Besserung, wenn die Opposition an die Regierung käme, und – anders als 1998 – keine ent-

schiedene Bereitschaft zum Wechsel. Alles, was im Laufe des Wahlkampfes geeignet schien, diese Dissonanzen aufzulösen, wurde begierig aufgegriffen.

Die Rolle der Themen und der aktuellen Ereignisse in den letzten Wochen ist in diesem Kontext zu sehen: nicht als isolierte Sachfragen, die neue Meinungsbildungsprozesse auslösten und alles durcheinanderwirbelten. Als die Flutkatastrophe und die Kriegsdrohung oben auf die Tagesordnung gerieten, wurden damit vielen verunsicherten Wählern Argumente und Rechtfertigungen geliefert, die zur Verfestigung und Fokussierung vorhandener Loyalitäten beitrugen. Auch durch die TV-Duelle wurden die Karten nicht völlig neu gemischt; die Unterschiede in den Persönlichkeiten und den Politikstilen erhielten neues Gewicht.

Die beiden emotional stark besetzten Themen „Flut“ und „Frieden“ waren geeignet, in spezifischen Gruppen latente Neigungen zu mobilisieren. Beide Themen fanden in den neuen Ländern besondere Resonanz; das Thema „Irak“ sprach Frauen in besonderer Weise an; die Naturkatastrophe verschaffte den Grünen zusätzliche Akzeptanz und Legitimation. Unabhängig von den emotionalen und psychologischen Effekten trugen beide Themen dazu bei, den Blick von den Kritikern weg auf die Akteure zu lenken und den Amtsbonus des Kanzlers stärker ins Spiel zu bringen. Die Oppositionsparole „Zeit für Taten“ lief ins Leere.

Die Frage, wie die Wahl ausgegangen wäre, wenn zu dieser Zeit andere Themen virulent gewesen wären oder wenn sie drei Wochen früher oder später stattgefunden hätte, bietet Raum für Spekulationen. Die annähernde Stimmengleichheit der beiden großen Parteien ist zufällig. Aber ein beliebiges Hin und Her mit nicht nachvollziehbaren oder voraussagbaren Ausschlägen des Wählerverhaltens entspricht nicht der Dynamik der Meinungsbildung vor einer Wahl. Es hat Gründe, warum in Deutschland (und anderswo) die Regierung zwischen den Wahlen regelmäßig in ein Stimmungstief gerät und auch bei den „Nebenwahlen“ fast immer schlechter abschneidet als die Opposition, dann aber in den letzten Monaten vor der Bundestagswahl in einer Aufholjagd das verlorene Terrain wiedergewinnt. Offenbar kommen, wenn es ernst wird, andere Kalküle ins Spiel.

Wenn der Wahltermin näher rückt und die Parteien ihre Stärken und Verdienste herausstreichen, dann orientieren sich die Wähler nicht mehr an einzelnen Ereignissen, sondern ziehen eine Art Bilanz. Es werden Nutzen und Kosten eines Wechsels gegeneinander abgewogen, alte Loyalitäten und Grundüberzeugungen rücken in den Vordergrund, und die Risiken einer Abwahl erscheinen in einem anderen Licht.

Ist der Osten wirklich rot? Das Wahlverhalten bei der Bundestagswahl 2002 in Ost-West-Perspektive

I. Einleitung und Fragestellung

Als am 3. Oktober 1990 durch den Beitritt der neuen Länder zur Bundesrepublik Deutschland die Einheit Deutschlands wiederhergestellt wurde, glaubten etliche Beobachter, dass sich nun die Gewichte zugunsten der SPD verschieben würden. Für diese Vermutung sprachen im wesentlichen drei Gründe: die Sozialstruktur der neuen Länder, deren bis ins Kaiserreich zurückreichende sozialdemokratische Traditionen und nicht zuletzt die Erwartung, dass das sozialistische DDR-Regime die Präferenzen und Wertorientierungen der Menschen nachhaltig im Sinne einer „linken“ Politik geprägt haben müsse.

Das Wahlergebnis von 1990 schien die Hypothese vom strukturellen Vorteil der Sozialdemokraten jedoch zu widerlegen: Mit einem Zweitstimmenanteil von knapp 42 Prozent wurde die Union im Beitrittsgebiet mit weitem Abstand zur stärksten Partei, während die SPD nicht einmal ein Viertel der gültigen Zweitstimmen auf sich vereinen konnte. Besonders schlecht schnitten die Sozialdemokraten ausgerechnet in den alten Industrievierteln im Süden der ehemaligen DDR ab, die in der Weimarer Republik zu den Hochburgen der linken Parteien gehört hatten. Umfragedaten bestätigten den Eindruck, der sich aus der regionalen Stimmenverteilung ergab: Etwa 50 Prozent der ostdeutschen Arbeiter hatten ihre Zweitstimme der CDU gegeben, während der Anteil der SPD-Wähler in dieser Gruppe fast exakt dem Durchschnittswert der neuen Länder entsprach.¹ Der aus der alten Bundesrepublik bekannte Zusammenhang zwischen Berufsgruppenzugehörigkeit und Wahlentscheidung schien sich in den neuen Ländern zumindest zeitweilig umgekehrt zu haben.²

Konnte man 1990 noch davon ausgehen, dass die Union von den besonderen Umständen der Wahl profitierte – die CDU wurde als Partei des „Kanz-

lers der Einheit“ wahrgenommen, während Oskar Lafontaine als Kanzlerkandidat der SPD gegenüber der Wiedervereinigung eine ambivalente Haltung einnahm und die Partei selbst in ihrem Berliner Programm vom Dezember 1989 die für die Ostdeutschen weitgehend irrelevanten Probleme der alten Bundesrepublik diskutierte –, so schien das Ergebnis der Bundestagswahl 1994 tatsächlich für eine „Umkehrung“ des aus dem Westen bekannten Musters zu sprechen: Während die Christdemokraten insgesamt an Unterstützung verloren, konnten sie ihren ungewöhnlich hohen Stimmenanteil bei den ostdeutschen Arbeitern verteidigen.³ Einige Forscher glaubten deshalb, dass sich in den neuen Ländern eine stabile Bindung der Arbeiter an die CDU herausgebildet habe, die durch die Entfremdung zwischen der SED und der Arbeiterschaft sowie durch die besondere Rolle der CDU/CSU im Vereinigungsprozess zu erklären sei.⁴ Als die Union jedoch vier Jahre später schwere Verluste in fast allen Bevölkerungsgruppen hinnehmen musste, stimmten auch die Arbeiter in den neuen Ländern mit einer deutlichen Mehrheit für die SPD,⁵ was nun wiederum als Anzeichen für die seit längerem erwartete Angleichung des ostdeutschen Wahlverhaltens an die aus dem Westen bekannten Muster gewertet wurde.⁶

Gegen eine „Normalisierung“ des ostdeutschen Wahlverhaltens sprechen jedoch u. a. die aus westlicher Perspektive höchst ungewöhnlichen Erfolge der DVU (1998) und der FDP (2002) bei den Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt, die trotz der Verluste in jüngster Zeit nach wie vor starke Stellung der PDS in den neuen Ländern, die häufig sehr niedrige Wahlbeteiligung sowie die teils beträchtlichen Abweichungen zwischen den Ergebnissen von Landtags- und Bundestagswahlen, die im Abstand von nur wenigen Monaten

3 Vgl. Russell J. Dalton/Wilhelm Bürklin, *The Two German Electorates. The Social Base of the Vote in 1990 and 1994*, in: *German Politics and Society*, 13 (1995), S. 79–99, hier S. 84.

4 Vgl. ebd., S. 94.

5 Vgl. Kai Arzheimer/Jürgen W. Falter, „Annäherung durch Wandel“? Das Ergebnis der Bundestagswahl 1998 in Ost-West-Perspektive, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 52/98, S. 33–43.

6 Vgl. Forschungsgruppe Wahlen, *Bundestagswahl 1998. Eine Analyse der Wahl vom 27. September 1998*, S. 78.

Tabelle 1: Hypothesen zum Wahlverhalten der Ostdeutschen

„Umkehrung“	Umkehrung der für die alten Länder relevanten Muster des Wahlverhaltens; Arbeiter unterstützen habituell die CDU (widerlegt)
„Normalisierung“	Angleichung an die aus dem Westen bekannten Gesetzmäßigkeiten; Arbeiter unterstützen habituell die SPD (unplausibel)
„Differenzierung“	Wahlverhalten folgt grundsätzlich anderen Mustern als in den alten Ländern; Arbeiter orientieren sich wie die meisten Wähler in erster Linie an Themen und Personen

stattfanden.⁷ Bis auf weiteres scheint es also kaum Anzeichen für eine Annäherung des Wahlverhaltens von Ost- und Westdeutschen zu geben. Die bisherigen Ergebnisse deuten vielmehr darauf hin, dass sich die Muster des Wahlverhaltens in den neuen Ländern weiterhin grundsätzlich von denen in den alten Ländern unterscheiden. Deshalb wollen wir in diesem Beitrag die vierte gesamtdeutsche Bundestagswahl zum Anlass nehmen, Umfang, Ursachen und Entwicklung der nach wie vor bestehenden Ost-West-Unterschiede im Überblick zu analysieren.

II. Das Wahlverhalten bei der Bundestagswahl 2002 in Ost-West-Perspektive

Einen ersten Überblick über das Ausmaß der Kluft zwischen Ost und West kann man sich verschaffen, indem man für die in den neuen Ländern erfolgreicheren Parteien die Ost-West-Differenzen sowie eine eventuelle positive Ost-West-Differenz des Nichtwähleranteils summiert. Auf diese Weise erhält man eine Maßzahl, die im Falle eines in Ost und West identischen Wahlergebnisses den Wert null annimmt, während ihr theoretisches Maximum bei einem Wert von 100 liegt.⁸ Führt man diese Berechnung für das Ergebnis der Bundestagswahl 2002 durch, so zeigt sich, dass es auch nach dem vierten gesamtdeutschen Urnengang kaum Hinweise auf eine Angleichung des Wahlverhaltens zwischen beiden Landesteilen gibt. Mit einem Indexwert von 23,2 haben sich die Unter-

schiede zwischen alten und neuen Ländern zwar gegenüber den Bundestagswahlen von 1998 (25,1) und 1994 (24,2) leicht abgeschwächt, liegen aber immer noch deutlich über dem bereits relativ hohen Wert von 17,8, der bei der Vereinigungswahl im Dezember 1990 erreicht wurde.

Im Wesentlichen gehen die in dem Indexwert zusammengefassten Ost-West-Unterschiede auf Muster der Stimmenverteilung zurück, die bereits bei den Wahlen von 1994 und 1998 zu beobachten waren (vgl. Abbildung 1): Die Union ist im Westen deutlich erfolgreicher als im Osten; die PDS bleibt in den neuen Ländern die drittstärkste Kraft, während sie im Westen weiterhin als Splitterpartei gelten muss; umgekehrt sind Grüne und FDP in den alten Ländern erheblich stärker als in den neuen.

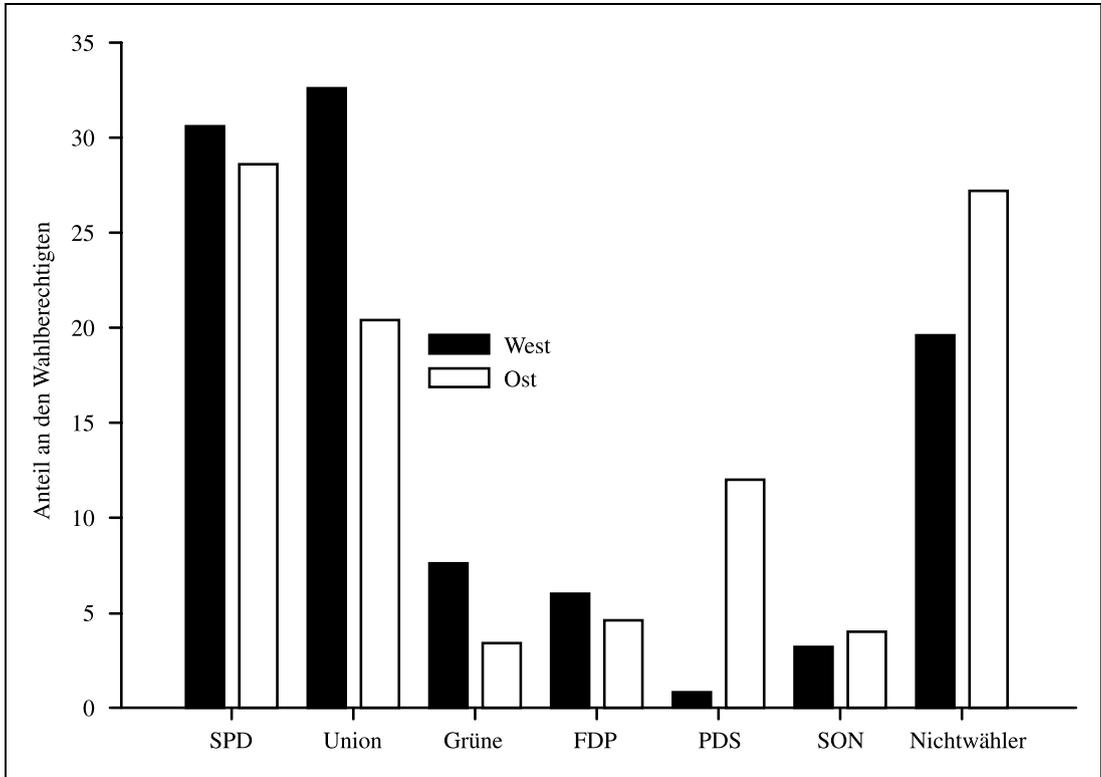
Bei näherer Betrachtung zeigen sich jedoch gegenüber den vorangegangenen Wahlen einige interessante Veränderungen. Für die Union hat sich die Schere zwischen Ost und West noch weiter geöffnet: Im Gebiet der alten Bundesrepublik kann sie gegenüber dem sehr schlechten Ergebnis von 1998 leichte Zugewinne verzeichnen, die allerdings zum größten Teil auf das herausragende Abschneiden der CSU in Bayern zurückgehen. In den neuen Ländern hingegen hat sie – wie schon bei den beiden vorangegangenen Wahlen – abermals an Unterstützung verloren. Spiegelbildlich dazu haben sich die Stimmenanteile der SPD entwickelt: Hier stehen deutliche Verluste im Westen leichten Gewinnen im Osten gegenüber. Im Ergebnis gelang es der Sozialdemokratie als einziger Partei, ost- und westdeutsche Wahlberechtigte in annähernd gleichem Umfang für sich zu gewinnen.

Auch bei den kleineren Parteien zeichnen sich gegenüber den Wahlergebnissen der neunziger Jahre Veränderungen ab. Bündnis 90/Die Grünen haben vor allem im Westen an Stimmen hinzugewonnen, während die Partei im Osten auf niedrigem Niveau stagniert. Im Gegensatz dazu konnte die FDP in beiden Landesteilen deutliche Gewinne verbuchen, auch wenn diese hinter den hoch gesteckten Zielen zurückblieben. In den neuen Ländern erzielten die Liberalen, die sich während der neunziger Jahre ähnlich wie die Grünen zu einer westdeutschen Regionalpartei ent-

7 Vgl. Jürgen Maier/Karl Schmitt, Stabilität und Wandel regionaler Wählerstrukturen in Ostdeutschland 1990–1999, in: Frank Brettschneider/Jan van Deth/Edeltraud Roller (Hrsg.), Das Ende der politisierten Sozialstruktur?, Opladen 2002, S. 81–108, hier S. 82.

8 Wie in der Wahlforschung üblich, betrachten wir die Nichtwahl als eine Kategorie des Wahlverhaltens und beziehen deshalb die Anteile der Parteien nicht auf die *gültigen Stimmen*, sondern auf die *Wahlberechtigten*. Erst durch diese Form der Prozentuierung werden die tatsächlichen Mobilisierungsleistungen der Parteien erkennbar, die sonst durch die Unterschiede in der Wahlbeteiligung verdeckt würden. Ungültige Stimmen wurden der Kategorie „Sonstige“ zugeschlagen.

Abbildung 1: Die Stimmenverteilung 2002 in Ost-West-Perspektive (in Prozent)



Quelle: Errechnet aus dem amtlichen Endergebnis; Prozentuierungsbasis: Wahlberechtigte.

wickelt hatten, damit ihr bestes Ergebnis seit der Ausnahmewahl von 1990. Schwere Verluste musste hingegen die PDS hinnehmen: Während der Stimmenanteil der Postsozialisten im Westen auf niedrigstem Niveau konstant blieb, verlor die Partei im Osten gegenüber 1998 mehr als ein Drittel ihrer Wähler und ist jetzt mit lediglich zwei Abgeordneten im Bundestag vertreten.

Ein letzter großer Unterschied im Wahlverhalten von Ost- und Westdeutschen, der sich aber nur indirekt⁹ auf das Kräfteverhältnis im Parlament auswirkt, wurde vor dem Hintergrund des Kopf-an-Kopf-Rennens zwischen Regierungskoalition und bürgerlicher Opposition in der Wahlberichterstattung fast übersehen: Während sich im Westen der Nichtwähleranteil gegenüber 1998 kaum verändert hat, ist die Wahlbeteiligung in den neuen Ländern um mehr als sieben Prozentpunkte gesunken. Die Nichtwähler stellen damit wie schon 1990 und 1994 die zweitgrößte Gruppe unter den ostdeutschen Wahlberechtigten dar. Anders als zu Beginn der neunziger Jahre wird

dies in der politischen Öffentlichkeit jedoch nicht als Zeichen einer Krise des politischen Systems wahrgenommen.

Bereits diese kursorische Betrachtung zeigt, dass sich das Wahlverhalten in Ost und West nicht nur in quer-, sondern auch in längsschnittlicher Betrachtungsweise unterscheidet: Seit der Vereinigung ist es in den neuen Ländern immer wieder zu Kräfteverschiebungen zwischen den politischen Lagern gekommen, die weitaus dramatischer waren als im Westen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass fast zwölf Jahre nach der Vereinigung die Chancen der Parteien im Osten von Wahl zu Wahl immer noch erheblichen Schwankungen unterliegen. Zu einer Stabilisierung des Parteiensystems, wie sie sich in der alten Bundesrepublik während der fünfziger Jahre vollzogen hat, ist es in den neuen Ländern bislang nicht gekommen. Vielmehr hat seit 1990 jede einzelne Bundestagwahl zu einer deutlichen Umgestaltung der politischen Landschaft geführt, ohne dass dies eine Annäherung an die aus dem Westen Deutschlands bekannte Verteilung der politischen Kräfte gebracht hätte.

⁹ Unterschiede in der Wahlbeteiligung sind für die Entstehung der so genannten Überhangmandate mitverantwortlich.

III. Sozialstruktur und Parteibindungen im vereinigten Deutschland

Obwohl die Zahl der Nicht- und Wechselwähler seit den siebziger Jahren zugenommen hat, ist das Wahlverhalten in der alten Bundesrepublik nach wie vor von einer erstaunlichen Kontinuität geprägt. Bei einem großen Teil der Bürgerinnen und Bürger lassen sich langfristig stabile, oft emotional aufgeladene Bindungen an eine Partei nachweisen, die als „Parteidentifikationen“ bezeichnet werden und die Wahlentscheidung in einem erheblichen Umfang steuern. Nach dem in der Wahlforschung weithin akzeptierten Ann-Arbor-Modell¹⁰ haben solche Parteibindungen einerseits einen unmittelbaren Einfluss auf die Wahlentscheidung. Darüber hinaus wirken sie aber auch indirekt, weil zwei andere wichtige Faktoren der Wahlentscheidung, die relevanten politischen Themen sowie die zur Wahl stehenden Personen, häufig durch einen parteipolitisch gefärbten Filter wahrgenommen werden.

In Deutschland standen diese Parteibindungen in der Vergangenheit ihrerseits häufig in einem engen Zusammenhang mit sozialen Merkmalen wie der Berufsgruppe und der Konfession.¹¹ Gewerkschaftlich gebundene Arbeiter bildeten die Kernklientel der SPD, während sich praktizierende Katholiken weit überdurchschnittlich häufig den Unionsparteien verbunden fühlten. In abgeschwächter Form galt diese Aussage auch für Arbeiter, die keiner Gewerkschaft angehörten bzw. für kirchlich aktive Protestanten.

Diese Zusammenhänge lassen sich historisch erklären:¹² Im Umfeld der Reichsgründung von 1870/71 kam es in Deutschland zu tief greifenden soziopolitischen Konflikten, unter denen zwei

besonders wichtig waren: die Frage der Integration der Katholiken in das mehrheitlich preußisch-protestantisch geprägte Reich (Stichwort „Kirchenkampf“) sowie der Interessengegensatz zwischen Arbeitern und Unternehmern. Im Verlauf dieser Auseinandersetzungen schlossen die von diesen Konflikten betroffenen gesellschaftlichen Gruppen bzw. deren Organisationen Bündnisse mit den damals entstehenden politischen Parteien. Dies war umso leichter möglich, als die Gruppen der Katholiken und der Arbeiter im Kaiserreich und auch noch in der Weimarer Republik so genannte „sozial-moralische Milieus“ bildeten, die sich durch ein hohes Maß an gruppeninternen Interaktionen auszeichneten und über je eigene Wertsysteme sowie über dichte organisatorische Netzwerke (Vereine, soziale Einrichtungen etc.) verfügten, in welche die Gruppenmitglieder fest eingebunden waren.¹³

Zentrumspartei und SPD wurden deshalb in erster Linie von Katholiken bzw. Arbeitern gewählt und versuchten im Gegenzug, die Interessen ihrer Klientel im politischen Prozess zu vertreten. Stabilisiert wurden diese Koalitionen zwischen Parteien und Bevölkerungsgruppen einerseits durch Verflechtungen auf der Ebene der Partei- und Verbandseliten, andererseits durch psychologische Mechanismen wie internalisierte Wahlnormen, ideologische Grundüberzeugungen und Parteidentifikationen auf Seiten der Wähler.

Die Position eines Bürgers in der Sozialstruktur hatte deshalb einen erheblichen Einfluss auf die Wahlentscheidung, auch wenn dieser Zusammenhang bereits im Kaiserreich und in der Weimarer Republik keineswegs deterministisch war.¹⁴ Nach dem Zweiten Weltkrieg lösten sich in der Bundesrepublik im Zuge eines allgemeineren Wandels der politischen Kultur die engmaschigen Beziehungsnetzwerke der Milieus zunächst langsam, dann immer rascher auf.¹⁵ Parallel dazu verloren Katholizismus und Zugehörigkeit zur Arbeiterschaft auch rein quantitativ an Bedeutung für das Wahlverhalten, da der Anteil der praktizierenden Katholiken und der Arbeiter an der Gesamtbevölkerung seit den fünfziger Jahren stetig sank.¹⁶ Die-

10 Das Modell ist nach dem Sitz der University of Michigan benannt, an der es entwickelt wurde. Seine ursprüngliche Fassung findet sich in Angus Campbell/Philip E. Converse/Warren E. Miller/Donald E. Stokes, *The American Voter*, New York 1960.

11 Zum Zusammenhang zwischen sozial-strukturellen Merkmalen und der Herausbildung von Parteidentifikation vgl. Russell J. Dalton/Paul Allen Beck/Scott C. Flanagan, *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies*, in: dies. (Hrsg.), *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies. Realignment or Dealignment*, Princeton 1984, S. 3–22, hier S. 11 ff.

12 Den einflussreichsten Versuch, diese für Westeuropa charakteristische „Politisierung der Sozialstruktur“ zu erklären, haben Lipset und Rokkan (Seymour Martin Lipset/Stein Rokkan, *Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction*, in: dies. (Hrsg.), *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives*, New York-London 1967, S. 1–64) vorgelegt.

13 Vgl. Rainer M. Lepsius, *Parteiensystem und Sozialstruktur. Zum Problem der Demokratisierung der deutschen Gesellschaft* (zuerst 1966), in: Gerhard A. Ritter (Hrsg.), *Deutsche Parteien vor 1918*, Köln 1973, S. 56–80.

14 Vgl. Jürgen R. Winkler, *Die Politisierung der Sozialstruktur. Der Einfluss der Sozialstruktur auf die Wählerrekrutierung der Parteifamilien im Deutschen Reich*, in: F. Brettschneider/J. van Deth/E. Roller (Anm. 7.), S. 129–158.

15 Vgl. David P. Conradt, *Changing German Political Culture*, in: Gabriel A. Almond/Sidney Verba (Hrsg.), *The Civic Culture Revisited*, Boston–Toronto 1980, S. 212–272.

16 Vgl. Peter Gluchowski/Ulrich von Wilamowitz-Moellendorff, *Sozialstrukturelle Grundlagen des Parteienwett-*

Tabelle 2: Anteil der Arbeiter an den Erwerbstätigen (nur Vollzeit; in Prozent)

1992		1994		1999	
West	Ost	West	Ost	West	Ost
39	44	37	43	34	41

Quelle: Errechnet aus den Statistischen Jahrbüchern für die Bundesrepublik Deutschland.

ser Prozess einer (partiellen) Entkoppelung von Sozialstruktur und Wahlverhalten wurde von den großen Parteien mit vorangetrieben, auch wenn diese gelegentlich die alten Konflikte in Erinnerung riefen.¹⁷

Dennoch schwächten sich, wie oben erwähnt, die bekannten Verbindungen zwischen Gruppenzugehörigkeit, Parteiidentifikationen und Wahlentscheidung nur sehr langsam ab – die Sozialstruktur der alten Bundesrepublik blieb weiterhin politisiert. Dies zeigt sich übrigens nicht nur im Wahlverhalten, sondern auch auf der Ebene der politischen Eliten: So gehörten noch im 11. Deutschen Bundestag (1987–1990) nach eigener Auskunft rund zwei Drittel der Unions-Abgeordneten der katholischen Konfession an,¹⁸ obwohl der Bevölkerungsanteil der Katholiken in der alten Bundesrepublik bei lediglich etwa 50 Prozent lag. Unter den Abgeordneten der anderen Fraktionen gaben hingegen jeweils weniger als 15 Prozent an, dieser Konfession anzugehören. Umgekehrt waren im 11. Bundestag 97 Prozent der SPD-Abgeordneten, aber nur acht Prozent der Mandatsträger der Union Mitglied einer DGB-Gewerkschaft.¹⁹ Auf diese Weise beeinflussen die großen Auseinandersetzungen des 19. Jahrhunderts noch mehr als hundert Jahre nach ihrem Aufbrechen das politische Geschehen in der alten Bundesrepublik, auch wenn dies den meisten Akteuren kaum bewusst sein dürfte.

Aufgrund dieser Zusammenhänge gingen am Beginn der neunziger Jahre viele politische Beobachter davon aus, dass die SPD in den neuen Ländern von einem strukturellen Vorteil profitieren würde: Zum Zeitpunkt der Wiedervereinigung war der Anteil der Arbeiter an der wahlberechtigten Bevölkerung im Osten wesentlich höher als im

bewerbs in der Bundesrepublik Deutschland, in: Oscar W. Gabriel/Oskar Niedermayer/Richard Stöss (Hrsg.), *Parteiendemokratie in Deutschland*, Opladen 1997, S. 179–208, hier S. 187.

17 Vgl. Franz Urban Pappi, *Die politisierte Sozialstruktur heute. Historische Reminiszenz oder aktuelles Erklärungspotential?*, in: F. Brettschneider/J. van Deth/E. Roller (Anm. 7), S. 25–46, hier S. 37.

18 Vgl. Peter Schindler, *Datenhandbuch zur Geschichte des Deutschen Bundestages 1949–1999*, Baden-Baden 1999, S. 665 ff.

19 Vgl. ebd., S. 723.

Tabelle 3: Anteil der Arbeiter, die sich als langfristige SPD-Anhänger sehen (in Prozent)

1994		1998		2002	
West	Ost	West	Ost	West	Ost
35	21	36	23	36	23

N=3757. Quelle: DFG-Projekt "Politische Einstellungen, politische Partizipationen und Wählerverhalten im vereinigten Deutschland".

Westen.²⁰ Zugleich spielte aus historischen Gründen wie aufgrund der langen Dauer der SED-Diktatur das Christentum und insbesondere der Katholizismus in den neuen Ländern kaum eine Rolle.

Im Verlauf der neunziger Jahre hat sich an diesen Verhältnissen nichts Substanzielles geändert. So gehörten sechs Jahre nach der Wiedervereinigung lediglich etwa fünf Prozent der ostdeutschen Bevölkerung der katholischen Kirche an; der Anteil der Protestanten an der Bevölkerung der neuen Länder lag bei rund 24 Prozent. Im gleichen Jahr waren in den alten Ländern immer noch etwa 37 Prozent der Bürger Angehörige der evangelischen und 42 Prozent Mitglieder der katholischen Kirche.²¹ Die Bemühungen der beiden großen Kirchen, den Osten zu rechristianisieren, tragen bislang offensichtlich keine Früchte; wenn es in Zukunft zu einer Angleichung zwischen Ost- und Westdeutschland kommen wird, dann vermutlich eher durch einen weiteren Bedeutungsverlust des Christentums im Westen.

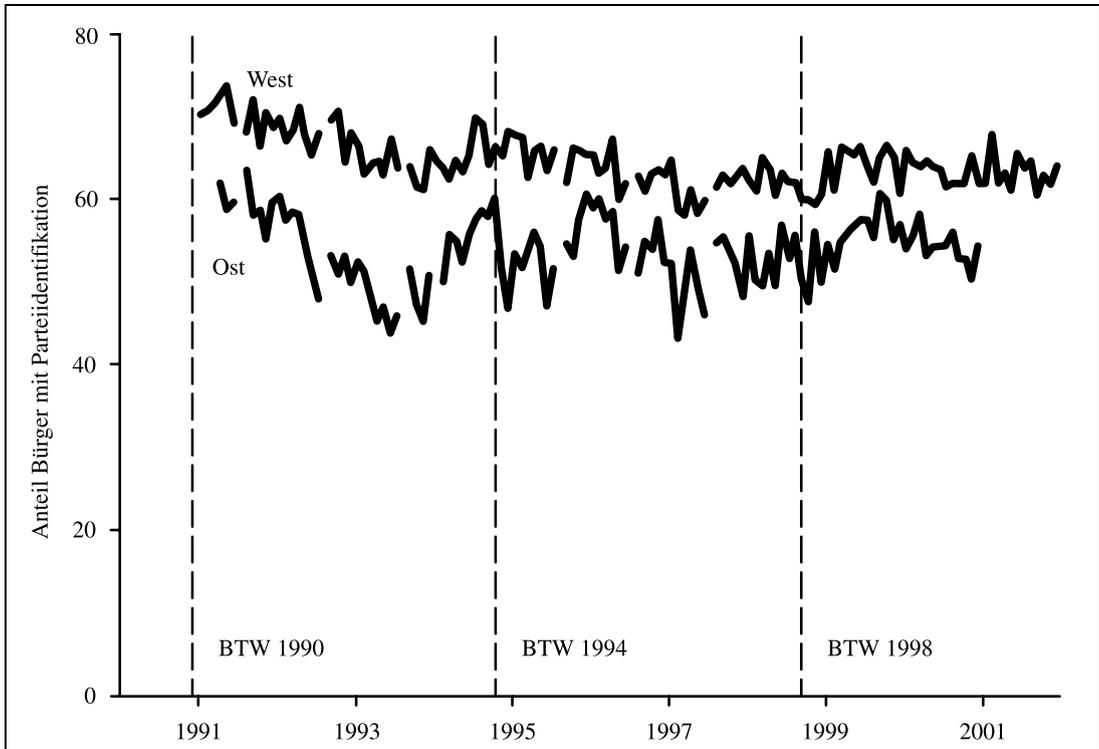
Auch bei den Berufsgruppen ist keine Annäherung zwischen Ost- und Westdeutschland zu verzeichnen. Zwar ist in den neuen Ländern wie in der alten Bundesrepublik der Anteil der Arbeiter an der Erwerbsbevölkerung seit der Wiedervereinigung kontinuierlich zurückgegangen. Da sich diese Entwicklung im Westen aber schneller vollzieht, sind die bekannten Ost-West-Unterschiede im Verlauf der neunziger Jahre sogar etwas größer geworden. Hinzu kommt, dass sich unabhängig von diesen objektiven Veränderungen nach wie vor ein großer Teil der Ostdeutschen selbst als Arbeiter einstuft.

Resultieren aus diesen Gruppenzugehörigkeiten zwölf Jahre nach der Wiedervereinigung nun Parteibindungen, die mit den aus dem Westen bekannten Mustern vergleichbar sind? Die Antwort fällt unterschiedlich aus, je nachdem, welche Gruppen betrachtet werden.

20 Vgl. Rainer Geißler, *Die Sozialstruktur Deutschlands. Ein Studienbuch zur gesellschaftlichen Entwicklung im geteilten und vereinten Deutschland*, Opladen 1992, S. 149.

21 Eigene Berechnung nach den Angaben im Statistischen Jahrbuch für 1998.

Abbildung 2: Bürger mit Parteidentifikation in den neunziger Jahren



N= 129 518 (West) / 84139 (Ost).

Quelle: Kumulierte Politbarometer der Forschungsgruppe Wahlen.

So identifizieren sich etwa 40 Prozent aller ostdeutschen Katholiken mit den Unionsparteien; unter denen, die mehrmals pro Jahr an einem Gottesdienst teilnehmen, liegt dieser Anteil sogar bei knapp 50 Prozent. Dieser Befund unterscheidet sich nicht signifikant von den aus den alten Bundesländern bekannten Verhältnissen.²² Offensichtlich ist es der CDU in den neuen Ländern gelungen, an traditionelle Bindungen anzuknüpfen.²³ Angesichts des sehr niedrigen Katholikenanteils in Ostdeutschland ist der Einfluss dieser Bevölkerungsgruppe auf das Wahlergebnis jedoch zu vernachlässigen.

Ein ganz anderes Bild ergibt sich hingegen bei den Arbeitern. Hier ist der Anteil derjenigen, die sich mit der SPD identifizieren, kaum gestiegen. Nach

wie vor bestehen aber deutliche Unterschiede zwischen beiden Landesteilen: Der Anteilswert im Osten ist um rund ein Drittel niedriger als im Westen und entspricht fast exakt dem Bevölkerungsdurchschnitt, während sich unter den Arbeitern in den alten Ländern immer noch (etwas) mehr SPD-Anhänger finden als in anderen Berufsgruppen.

Eine dauerhafte, mit der Bindung der Katholiken an die Union vergleichbare Mobilisierung der Arbeiterschaft zugunsten der SPD lässt sich in den neuen Ländern mithin nicht nachweisen. Im Gegenteil: Der Anteil derjenigen Arbeiter, die sich *keiner* Partei besonders verbunden fühlen, ist zwar gesunken. Er liegt aber noch immer über dem ohnehin recht hohen Durchschnittswert der parteipolitisch Ungebundenen in den neuen Ländern.

Wie in *Abbildung 2* zu erkennen ist, stellen die Ostdeutschen in dieser Hinsicht insgesamt den „moderner“ Teil des Elektorats dar: Obwohl in der Bundesrepublik wie in vielen anderen westlichen Demokratien seit langem über eine in der internationalen Forschungsliteratur als „dealign-

22 Die Berechnungen basieren auf den Ergebnissen des von der DFG geförderten Projektes „Politische Einstellungen, politische Partizipationen und Wählerverhalten im vereinigten Deutschland“. Wegen der geringen Zahl von ostdeutschen Katholiken wurden die Ergebnisse der Befragungswellen von 1994, 1998 und 2002 zusammengefasst.

23 Ob diese Bindungen bereits zu DDR-Zeiten bestanden oder nach der Wiedervereinigung gewissermaßen reaktiviert wurden, lässt sich mit den uns zur Verfügung stehenden Daten nicht ermitteln.

ment“ bezeichnete allmähliche Auflösung von Parteibindungen diskutiert wird, die einerseits auf die oben angesprochene Auflockerung der sozialen Milieus, andererseits auf das steigende Bildungsniveau²⁴ zurückgeführt wurde, identifizierten sich in den späten siebziger und frühen achtziger Jahren etwa 80 Prozent der erwachsenen Westdeutschen mit einer politischen Partei. Dieser Anteil sank nur langsam. Kurz nach der Wiedervereinigung betrachteten sich im Westen immer noch etwa 70 Prozent der Bürger als langfristige Anhänger einer Partei, während der entsprechende Anteil im Osten zunächst nur bei rund 60 Prozent lag und dann sogar auf weniger als 50 Prozent absank, wodurch sich die Kluft zwischen Ost und West nochmals vertiefte.

Seitdem verringerte sich der Anteil derjenigen, die sich mit einer Partei identifizieren, im Westen fast kontinuierlich, aber sehr langsam.²⁵ In den neuen Ländern hingegen lässt sich *kein* Trend erkennen. Abgesehen von dem raschen, aber kurzlebigen Anstieg während des „Superwahljahres“ von 1994 ist es nicht zu einer nennenswerten Zunahme der Parteibindungen gekommen. Vielmehr schwanken hier die monatlich gemessenen Werte unsystematisch und mit relativ großen Ausschlägen um den insgesamt niedrigeren Mittelwert.²⁶ Dies lässt darauf schließen, dass einmal erworbene Parteibindungen in den neuen Ländern rascher wieder aufgegeben werden als im Westen. Analysen des Sozio-Ökonomischen Panels (SOEP), mit denen sich Entwicklungen auf der Individualebene über einen längeren Zeitraum hinweg nachvollziehen lassen, bestätigen diese Vermutung im Wesentlichen.²⁷

Auch in dieser Hinsicht lassen sich also bislang keine Hinweise auf eine Angleichung des Ostens an den Westen finden. Vielmehr steht zu erwarten, dass es – ähnlich wie im Falle der Kirchenmitgliedschaften – langfristig durch Veränderungen im Westen zu einer Annäherung beider Landesteile kommen wird.

24 Vgl. Russell J. Dalton, Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies, in: Journal of Politics, 46 (1984), S. 264–284.

25 In den alten Ländern sank der Anteil derjenigen Bürger, die sich mit einer politischen Partei identifizieren, seit 1991 um etwa 0,5 Prozentpunkte pro Jahr.

26 Im Zeitraum von 1991 bis 2000 betrachteten sich in den alten Ländern im Mittel 64,8 Prozent der Befragten als langfristige Anhänger einer politischen Partei. In den neuen Ländern hingegen sahen sich in der gleichen Periode nur 54 Prozent der Bürger als Parteianhänger.

27 Vgl. Rüdiger Schmitt-Beck, Die dauerhafte Parteidentifikation – nur noch ein Mythos? Eine Längsschnittanalyse zur Identifikation mit den politischen Parteien in West- und Ostdeutschland, in: Informationsdienst soziale Indikatoren, (2001) 6, S. 1–5.

Der niedrigere Anteil an parteigebundenen Bürgern erklärt einen Teil der in Abschnitt II skizzierten Ost-West-Unterschiede: Dort, wo die Parteidentifikation als stabilisierendes Element fehlt, müssen nach dem Ann-Arbor-Modell kurzfristige Einflüsse, d. h. aktuelle politische Themen sowie die Images der Spitzenpolitiker, einen größeren Einfluss auf die Wahlentscheidung gewinnen, woraus wiederum eine höhere Zahl an Nicht- und Wechselwählern resultiert. Eine wesentliche Frage ist mit dieser Erklärung aber noch nicht beantwortet: Warum konnten SPD und PDS seit Mitte der neunziger Jahre in den neuen Ländern vergleichsweise gute Ergebnisse erzielen, obwohl es dort zumindest den Sozialdemokraten an langfristigen Anhängern mangelt? Und warum musste umgekehrt die Union bei den beiden letzten Wahlgängen in den neuen Ländern erheblich schlechtere Ergebnisse hinnehmen als in Westdeutschland? Unserer Auffassung nach lässt sich dies durch die gesellschaftspolitischen Präferenzen der ostdeutschen Bundesbürger erklären.

IV. Politische Zielvorstellungen in Ost und West

Dass sich Ost- und Westdeutsche hinsichtlich ihrer grundlegenden politischen Wertorientierungen nach wie vor deutlich unterscheiden, ist mittlerweile empirisch gut belegt.²⁸ Während man unmittelbar nach der Wiedervereinigung davon ausgegangen war, dass in der DDR gesellschaftspolitische Wertorientierungen aus der Nachkriegszeit konserviert worden seien, zeigte sich bald, dass auch in der DDR ein Wertewandel stattgefunden hatte, der aber offensichtlich einen anderen Verlauf genommen hatte als in der Bundesrepublik. Rasch wurde deutlich, dass die ehemaligen DDR-Bürger zwar dem Wert der Demokratie und der individuellen Leistung generell positiv gegenüberstehen, zugleich aber den Wert der Gleichheit viel stärker betonen als die Westdeutschen. Infolgedessen bevorzugen sie das Modell eines redistributiven Staates, der massiv in die wirtschaftliche und soziale Entwicklung eingreift, während die

28 Vgl. Kai Arzheimer/Markus Klein, Die friedliche und die stille Revolution. Der Wandel gesellschaftspolitischer Wertorientierungen in Deutschland seit dem Beitritt der fünf neuen Länder, in: Oscar W. Gabriel (Hrsg.), Politische Einstellungen und politisches Verhalten im Transformationsprozess, Opladen 1997, S. 37–57; dies., Gesellschaftspolitische Wertorientierungen und Staatszielvorstellungen im Ost-West-Vergleich, in: Jürgen W. Falter/Oscar W. Gabriel/Hans Rattinger (Hrsg.), Wirklich ein Volk? Die politischen Orientierungen von Ost- und Westdeutschen im Vergleich, Opladen 2000, S. 363–402.

Tabelle 4: Politische Wertorientierungen in West- und Ostdeutschland 1994–2002 (in Prozent)

	1994		1998		2002	
	West	Ost	West	Ost	West	Ost
„Gruppeninteressen bedingungslos dem Allgemeinwohl unterordnen“	38	56 (1,5)	38	54 (1,4)	34	52 (1,5)
„Sozialismus gute Idee“	25	61 (2,4)	26	60 (2,3)	23	56 (2,4)
„Verstaatlichung wichtiger Unternehmen“	16	40 (2,5)	11	36 (3,3)	10	31 (3,1)

Die Eintragungen entsprechen dem Prozentsatz der Befragten, der den betreffenden Aussagen zugestimmt hat. In Klammern: Verhältnis Zustimmung Ost / Zustimmung West. N=8330.

Quelle: DFG-Projekt „Politische Einstellungen, politische Partizipationen und Wählerverhalten im vereinigten Deutschland“.

Bürger der alten Bundesrepublik eher einem liberalen Demokratiekonzept anhängen.²⁹ Im Verlauf des Transformationsprozesses, dessen bisherige Ergebnisse von den Ostdeutschen vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Sozialisation interpretiert werden, haben sich die Ost-West-Differenzen bislang eher verstärkt als abgeschwächt (vgl. Tabelle 4).³⁰

Dies wird im Längsschnitt besonders deutlich, wenn man nicht nur die Zustimmung zu bestimmten Aussagen betrachtet, sondern die Anteile derjenigen, die in beiden Landesteilen den betreffenden Aussagen zustimmen, zueinander ins Verhältnis setzt (in Tabelle 4 in Klammern ausgewiesen). Schwankungen des Meinungsklimas, die alte und neue Länder in gleicher Weise betreffen, werden auf diese Weise kompensiert. So stimmten die Ostdeutschen der Aussage, dass sich Gruppeninteressen „bedingungslos“ dem Allgemeinwohl unterordnen sollten, über den gesamten Befragungszeitraum hinweg rund anderthalbmal häufiger zu als die Westdeutschen. Noch stärkere und ebenfalls weitgehend konstante Differenzen lassen sich für die Aussagen „Der Sozialismus ist eine gute Idee, die bisher nur schlecht ausgeführt wurde“ und „Die wichtigsten Wirtschaftsunternehmen müssen verstaatlicht werden“ nachweisen.

Solche charakteristischen Unterschiede zwischen beiden Landesteilen zeigen sich aber nicht nur in der Bewertung vergleichsweise abstrakter Prinzipien wie der Idee des Sozialismus oder der pluralistischen Interessenvertretung, sondern auch unmittelbar in den politischen Präferenzen der Bürger. So waren 1998 56 Prozent der Befragten

aus den neuen Ländern der Ansicht, der Staat sei „auf jeden Fall“ dafür verantwortlich, einen „Arbeitsplatz für jeden bereitzustellen, der arbeiten will“ (West: 39 Prozent). Noch größere Ost-West-Differenzen ergaben sich bei der Frage, ob der Staat die Gleichstellung von Frauen fördern solle. Hier sahen in den neuen Ländern zwei Drittel der Befragten den Staat „auf jeden Fall“ in der Pflicht, während im Westen nur rund 40 Prozent diesem Item zustimmten.³¹

Vor dem Hintergrund der – verglichen mit der Bundesrepublik – sehr hohen Frauenerwerbsquote in der früheren DDR, die durch ein flächendeckendes System der Kinderbetreuung ermöglicht wurde, gewinnt diese allgemeine Forderung eine besondere Relevanz. Die Berufstätigkeit von Frauen und insbesondere auch von Müttern gilt in den neuen Ländern – vermutlich auch aufgrund der wirtschaftlichen Verhältnisse – nach wie vor als eine Selbstverständlichkeit, während die Rolle der „Nur-Hausfrau“ von einer überwältigenden Mehrheit der Befragten abgelehnt wird (vgl. Tabelle 5). Im Westen hingegen vertritt ein deutlich größerer Teil der Befragten die Auffassung, dass eine Frau nicht unbedingt berufstätig sein muss bzw. während der Erziehungsphase nicht berufstätig sein sollte.

In diesem Zusammenhang dürften die Aussagen der Regierungskoalition zur staatlichen Kinderbetreuung einerseits und das konservative Image der Union und ihres Kandidaten, das auch durch die (innerhalb des eigenen Lagers erkennbar umstrittene) Aufnahme Katherina Reiches in das „Kompetenzteam“ nicht zu korrigieren war, einen wichtigen Einfluss auf die Wahlentscheidung der Ostdeutschen gehabt haben. Auch das allmähliche Abrücken Schröders von der Haushaltskonsolidierung nach der Flutkatastrophe, seine Betonung

29 Vgl. Dieter Fuchs, Welche Demokratie wollen die Deutschen? Einstellungen zur Demokratie im vereinigten Deutschland, in: O. W. Gabriel, ebd., S. 81–113.

30 Vgl. dazu auch Heiner Meulemann, Werte und Wertewandel im vereinten Deutschland, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 37–38/2002, S. 13–22.

31 Vgl. K. Arzheimer/M. Klein (Anm. 28), S. 378.

Tabelle 5: Wahrnehmung der Frauenrolle in West- und Ostdeutschland

	West	Ost
„Eine berufstätige Mutter kann zu ihren Kindern eine ebenso enge Beziehung aufbauen wie eine nicht berufstätige Mutter“	69	83
„Hausfrau zu sein ist genauso erfüllend wie eine Berufstätigkeit“	47	29
„Beide Ehepartner sollten zum Haushaltseinkommen beitragen“	76	94

Die Eintragungen entsprechen dem Prozentsatz der Befragten, der den betreffenden Aussagen zugestimmt hat. N= 1924.
Quelle: World Values Survey 1997.

der Nähe zu den Arbeitnehmern und last but not least seine Haltung in der Irak-Frage, die insgesamt den Eindruck einer Art Re-Sozialdemokratisierung der SPD und ihres Vorsitzenden erweckten, standen in Einklang mit den politischen Grundüberzeugungen der Ostdeutschen. Dies belegt nicht zuletzt das Ergebnis der ersten Politbarometer-Befragung nach der Wahl, die im Umfeld der Koalitionsverhandlungen durchgeführt wurde: Während die SPD in den alten Ländern gegenüber dem September erheblich an Zustimmung einbüßte, konnte sie in den neuen Ländern sogar an Unterstützung gewinnen.

Nur die Verbindung dieser beiden ostdeutschen Besonderheiten – mittelfristig stabile politische Präferenzen, die sich deutlich von den Zielvorstellungen der Westdeutschen unterscheiden einerseits, ein Mangel an stabilisierend wirkenden Parteiloyalitäten andererseits – erklärt aus unserer Sicht, warum sich seit der Wiedervereinigung die Wahlergebnisse in beiden Landesteilen so stark voneinander unterscheiden.

V. Fazit und Ausblick

Zwölf Jahre nach der Vereinigung der beiden deutschen Staaten hat sich das Wahlverhalten in den neuen Ländern keineswegs an die aus dem Westen bekannten Muster angeglichen. Insbesondere wurden während der SED-Herrschaft die traditionellen Bindungen der Arbeiter an die Sozialdemokratie zerstört. Darüber hinaus haben die ehemaligen DDR-Bürger, die über einen Zeitraum von mehr als fünf Jahrzehnten keine Erfahrungen

mit demokratischen Wahlen sammeln konnten, insgesamt weitaus seltener stabile Bindungen an die politischen Parteien entwickelt als ihre Mitbürger aus der alten Bundesrepublik. Beiden großen Parteien fehlt es deshalb in den neuen Ländern an langfristigen Anhängern. Infolgedessen orientieren sich die Ostdeutschen bei ihrer Wahlentscheidung in viel stärkerem Umfang an kurzfristigen Einflüssen, d. h. an politischen Themen und an den zur Wahl stehenden Kandidaten, als die Westdeutschen. Diese grundsätzlichen Unterschiede sind für die aus westlicher Sicht ungewöhnlich großen Schwankungen im Wahlverhalten der neuen Bundesbürger verantwortlich.

Davon abgesehen unterscheiden sich Ost- und Westdeutsche in ihren grundlegenden politischen Präferenzen. Die Ostdeutschen erwarten vom Staat ein größeres Engagement im Bereich der Frauen-, Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik, befürworten generell ein aktives Eingreifen des Staates in die gesellschaftliche Entwicklung und messen dem Wert der Gleichheit mehr Bedeutung zu als die Westdeutschen. Bei der vergangenen Bundestagswahl konnte die SPD mit hoher Wahrscheinlichkeit von diesen Dispositionen profitieren.

Daraus aber den Schluss zu ziehen, dass es der SPD mit der Bundestagswahl von 2002 gelungen sei, dauerhaft zu stärksten Partei in den neuen Ländern zu werden, die mittelfristig sogar die PDS beerben könnte, wäre aus unserer Sicht voreilig: Gerade weil die Ostdeutschen bislang kaum stabile Parteiloyalitäten entwickelt haben, sind sie politisch leichter zu enttäuschen und werden sich in diesem Fall auch rascher von der SPD abwenden als deren westdeutsche Wähler.

Frank Brettschneider

Die Medienwahl 2002: Themenmanagement und Berichterstattung

I. Medienberichterstattung und Wählerverhalten

Hat die Elbe- und Muldeflut Rot-Grün für weitere vier Jahre in die Regierung „gespült“? Waren die Sorgen um eine deutsche Beteiligung an einem Angriff auf den Irak wichtiger als Befürchtungen um ein Ansteigen der Arbeitslosigkeit in Deutschland? Hat der Kanzlerkandidat Edmund Stoiber der Union den Wahlsieg gekostet? Zu den Ursachen des Ausgangs der Bundestagswahl 2002 gibt es zahlreiche Spekulationen und einige fundierte Analysen. Aus der Wahlforschung ist bekannt, dass das Wählerverhalten nie auf nur einen einzigen Grund zurückgeführt werden kann, sondern dass zahlreiche Faktoren darüber entscheiden, wer welcher Partei seine Stimme gibt (vgl. Abbildung 1).¹ Als langfristig relativ stabile Größe gilt die Parteidentifikation. Sie wird während der Sozialisation des Wählers erworben und verfestigt sich mit zunehmender Wahlerfahrung. Die Parteineigung bildet das Grundgerüst des Wählerverhaltens. Je stärker sie bei einem Wähler ausgeprägt ist, desto wahrscheinlicher handelt es sich um einen Stammwähler, der meist dieselbe Partei wählt. Selbstverständlich kann es aber vorkommen, dass besondere Umstände ihn dazu bewegen, auch einmal von seiner Parteineigung abzuweichen – etwa wenn er aus taktischen Gründen den potenziellen Koalitionspartner wählt oder wenn er aus vorübergehender Unzufriedenheit mit seiner Partei oder ihrem Spitzenkandidaten der Wahl fernbleibt.

Der nach wie vor recht hohe Anteil von Personen mit einer langfristigen Parteibindung führt in Deutschland dazu, dass die Ergebnisse bei Bundestagswahlen noch immer relativ stabil bleiben. Wie stark sich gleichwohl Stimmenanteile von Wahl zu Wahl verschieben, hängt im Wesentlichen von zwei Faktoren ab: Wie gut können die Parteien ihre Stammwähler mobilisieren? In welchem Umfang gelingt es ihnen, Wechselwähler zur Stimmabgabe für sich zu bewegen?

¹ Vgl. u. a. Angus Campbell/Philip E. Converse/Warren E. Miller/Donald E. Stokes, *The American Voter*, New York u. a. 1960.

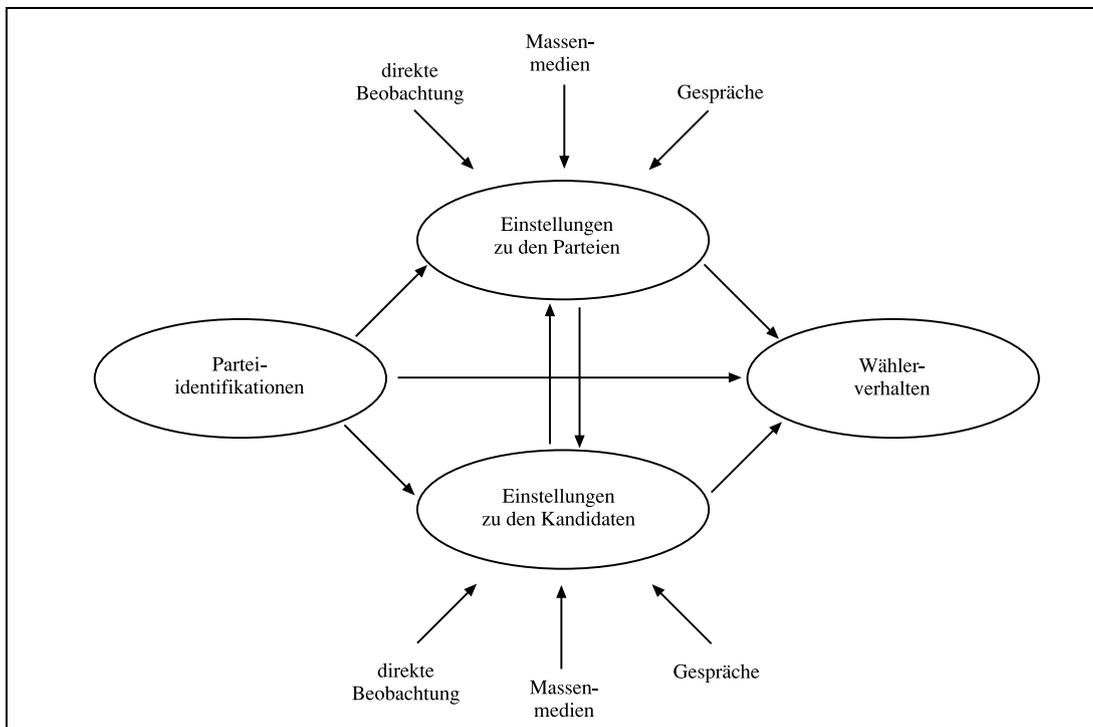
Sowohl die Mobilisierung als auch das Überzeugen von Wechselwählern werden maßgeblich von den kurzfristigen Einstellungen der Wählerinnen und Wähler zum aktuellen Erscheinungsbild der Parteien und ihrer Spitzenkandidaten geprägt. Die Images der Parteien und Kandidaten setzen sich aus zahlreichen Bausteinen zusammen. So werden Parteien unter anderem anhand ihrer Problemlösungskompetenz und ihrer Geschlossenheit beurteilt. Die Bewertung der Kandidaten beruht in erster Linie auf ihren Leadership-Qualitäten (Entscheidungsfreude, Tatkraft) und auf ihrer Fähigkeit, die wichtigsten Probleme im Land wenn schon nicht zu lösen, so doch wenigstens konsequent anzugehen. Darüber hinaus ist die Integrität der Kandidaten ein wichtiger Image-Faktor. Unpolitische Merkmale wie die Frisur oder Bekleidung eines Kandidaten, seine Eloquenz oder sein familiäres Umfeld werden hingegen in politischen Kommentaren maßlos überschätzt. Die Wähler unterhalten sich zwar über solche Fragen, für die Stimmabgabe sind sie aber weitgehend irrelevant.²

Für die Mobilisierung der Stammwähler und für die Überzeugung der Wechselwähler sind jedoch nicht die tatsächlichen Eigenschaften der Parteien und Kandidaten ausschlaggebend, sondern die von den Wählern *wahrgenommenen* Eigenschaften. Eine Partei kann noch so kompetent sein – wenn die Bevölkerung sie nicht für kompetent hält, nützt ihre Kompetenz wenig. Und ein Kandidat kann in der öffentlichen Wahrnehmung beispielsweise als führungsstark gelten, obwohl er in Wirklichkeit sein Fähnlein in den Wind hängt.

Die Wahrnehmung der Kandidaten und der Parteien speist sich aus drei unterschiedlich wichtigen Quellen: aus der direkten Beobachtung, aus Gesprächen mit anderen sowie aus den Massenmedien. Nur wenige Menschen verschaffen sich unmittelbare Eindrücke von den Kandidaten und den Parteien – etwa durch den Besuch von Wahlveranstaltungen oder durch Diskussionen an den Infoständen der Parteien. Ihre Wahrnehmungen beruhen also nicht auf direkten, sondern auf ver-

² Vgl. Frank Brettschneider, *Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich*, Wiesbaden 2002.

Abbildung 1: Bestimmungsgründe für das Wählerverhalten



mittelten Eindrücken. Als sich Wähler noch in sozial und politisch homogenen Gruppen bewegten, stellten Gespräche mit anderen die Hauptquelle für wahlrelevante Informationen dar.³ Heute hingegen werden die wahlrelevanten Eindrücke überwiegend durch die Medienberichterstattung vermittelt.⁴ Und unter den Massenmedien stellt das Fernsehen die wichtigste Informationsquelle dar – sowohl im Hinblick auf die Parteien als auch im Hinblick auf die Kandidaten.⁵ Das Fernsehen hat die größte Reichweite, und es wird von den Menschen als das glaubwürdigste Medium angesehen. Außerdem lassen sich die Inhalte von Nachrichtensendungen sehr viel weniger selektiv wahrnehmen, als dies bei den Printmedien der Fall ist. Mit anderen Worten: Während Zeitungen oder Zeitungsartikel entsprechend der eigenen politischen Prädispositionen ausgewählt werden, konfrontieren Nachrichtensendungen die Zuschauer auch mit Informationen, die die eigenen politischen Einstellungen in Frage stellen können.

3 Vgl. Paul F. Lazarsfeld/Bernard Berelson/Hazel Gaudet, *The Peoples Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York-London 1968³ (Erstauflage 1944).

4 Vgl. Winfried Schulz, *Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten*, in: *Media Perspektiven*, (1998) 8, S. 378–391.

5 Vgl. ebd., S. 385.

II. Themenmanagement: Agenda-Setting, Agenda-Cutting und Agenda-Surfing

Auch die für den Wahlkampf verantwortlichen Parteimanager und die speziell in Wahlkampfzeiten angeheuerten „Spin-Doktoren“ und Medienberater wissen um die Bedeutung der Massenmedien. Sie versuchen daher, die Medienberichterstattung zugunsten ihrer Partei oder des von ihnen betreuten Kandidaten zu beeinflussen. Zwei Ziele stehen dabei im Mittelpunkt: Erstens müssen die eigene Partei und ihre Akteure – allen voran ihr Spitzenkandidat – von den Wahlberechtigten wahrgenommen werden. Diese Aufmerksamkeit kann keinesfalls als selbstverständlich vorausgesetzt werden, denn für die meisten Menschen zählt Politik nicht zu den Lebensbereichen, mit denen sie sich kontinuierlich beschäftigen. Zudem konkurriert die Politik mit vielen anderen Bereichen und Akteuren – etwa aus der Unterhaltungsbranche – um die Aufmerksamkeit der Menschen. Zweitens geht es darum, diese Aufmerksamkeit für die Vermittlung der eigenen Botschaften zu nutzen. Auch sollen diese Botschaften in der Berichterstattung möglichst positiv – zumindest aber neutral – bewertet werden. Den Spitzenkan-

didaten kommt bei dieser Vermittlung eine wichtige Aufgabe zu, denn sie verleihen ihrer Partei und ihrem politischen Programm Gesicht und Stimme.⁶

In diesen Zielen – Medienpräsenz und positive bzw. neutrale Medientendenz – ähnelt Polit-PR der Markenwerbung. Es gibt jedoch auch grundsätzliche Unterschiede. Ein zielgerichtetes, konsequentes Kommunikationsmanagement ist im Wahlkampf viel schwieriger als etwa bei der Einführung einer neuen Produktlinie durch einen Automobilkonzern oder bei der Etablierung eines geschmacklich noch nie dagewesenen Müsli-Riegels. Markenwerbung kann Anzeigen schalten, mit TV-Spots arbeiten und Events produzieren. Dies macht zwar die Polit-PR auch, aber für die Wahrnehmung durch die Wählerinnen und Wähler ist sie in weitaus größerem Maße auf die journalistische Berichterstattung im redaktionellen Teil der Zeitungen und des Fernsehens angewiesen – und diese lässt sich sehr viel weniger planen und beeinflussen als die „paid media“ (z. B. eine Anzeigenkampagne). Gerade in der politischen Kommunikation wollen sich Journalisten nicht dem Vorwurf der Manipulierbarkeit aussetzen. Sie meinen, ihre journalistische Distanz vor allem dadurch unter Beweis stellen zu können, dass sie häufiger negativ als positiv über die Parteien und ihre Akteure berichten.

Aber nicht nur die Journalisten, auch das eigene Personal – Spitzenpolitiker wie „Hinterbänkler“ – lässt sich nur schwer kontrollieren. Letzterer äußert sich in keiner Talkshow, er lässt auch keine fragwürdig finanzierten Flugblätter zweifelhaften Inhalts verteilen, die das Kommunikationsmanagement der eigenen Partei vor Schwierigkeiten stellen. Ein nicht unerheblicher Teil der Polit-PR dient dazu, hausgemachte Kommunikationspannen wieder auszubügeln, Äußerungen von Politikern aus den eigenen Reihen zu interpretieren, Widersprüche zwischen den Aussagen unterschiedlicher Politiker zu glätten. Markenwerbung hat es da leichter.

Und schließlich findet politische Kommunikation in einem sich permanent wandelnden Kommunikationsumfeld statt. Ereignisse, die bei der Formulierung einer Kommunikationsstrategie nicht vorhersehbar waren, können von heute auf morgen auf der Tagesordnung erscheinen und Reaktionen der Parteien erzwingen. Die Flutkatastrophe ist das beste Beispiel. Aber auch die Verstrickungen sozialdemokratischer Lokalpolitiker in Bestechungsskandale in Nordrhein-Westfalen lassen

sich anführen. Um darauf reagieren zu können, muss Polit-PR sehr flexibel angelegt sein und Szenarien für zahlreiche Eventualitäten bereithalten.

Den größten Stellenwert im Rahmen der Polit-PR besitzt das Themenmanagement. Damit soll die Themen-Agenda, die Tagesordnung der in den Medien diskutierten Themen, so beeinflusst bzw. genutzt werden, dass die eigene Partei und der eigene Kandidat davon profitieren. Drei Strategien stehen zur Verfügung:

Agenda-Setting: Beim aktiven Setzen der politischen Tagesordnung wird versucht, jene Themen in die Medienberichterstattung zu lancieren oder sie dort zu halten, bei denen entweder die eigene Partei bzw. der eigene Kandidat von der Bevölkerung als kompetent angesehen werden oder bei denen die Bevölkerung bei der gegnerischen Partei und dem gegnerischen Kandidaten Defizite wahrnimmt.

Agenda-Cutting: Es wird aktiv versucht, jene Themen aus der Medienberichterstattung fernzuhalten oder sie von dort verschwinden zu lassen, bei denen entweder die eigene Partei bzw. der eigene Kandidat von der Bevölkerung nicht als kompetent angesehen werden oder die Bevölkerung der gegnerischen Partei und dem gegnerischen Kandidaten größere Problemlösungsfähigkeit zuschreibt.

Agenda-Surfing: Wenn man das in der Medienberichterstattung existierende Themen-Set nicht beeinflussen kann – beispielsweise weil sich ein Thema so aufdrängt, wie es bei der Elbe-Flut vor dieser Bundestagswahl der Fall war –, dann wird versucht, dieses Themen-Set zum eigenen Vorteil zu nutzen.

Welche Themen den Wahlkampf dominieren, ist für die Bewertung der Parteien und Kandidaten durch die Wähler von großer Bedeutung. Vor allem diejenigen Wähler, die sich erst relativ kurzfristig vor der Wahl für die Stimmabgabe zugunsten der einen oder der anderen Partei entscheiden, treffen diese Entscheidung anhand der Themen, die gerade „top-of-the-head“ sind. Sie saldieren also nicht die Vorzüge und die Defizite der einzelnen Parteien in allen Themenfeldern, sondern sie ziehen für ihre Meinungsbildung nur diejenigen Themen heran, die aktuell gedanklich verfügbar sind.⁷ Und gedanklich ohne großen Aufwand verfügbar sind genau jene Themen, über die in den Medien häufig berichtet wird. Indem die Massenmedien mitbestimmen, welche Themen dominieren, definieren sie unbewusst auch den Bewertungsmaßstab, anhand dessen die Bevölkerung

⁶ Vgl. Peter Radunski, Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München-Wien 1980.

⁷ Vgl. John R. Zaller, The Nature and Origins of Mass Opinion, Cambridge 1992.

Parteien und Politiker beurteilt. Dominieren beispielsweise außenpolitische Themen, so werden die Akteure vor allem unter dem Gesichtspunkt ihrer außenpolitischen Kompetenz bewertet. Davon profitiert die Partei, die im Hinblick auf die Außenpolitik unter den Wählern besser abschneidet als die Konkurrenten. Dominieren wirtschaftspolitische Themen, so werden die Akteure vor allem unter dem Gesichtspunkt ihrer wirtschaftspolitischen Kompetenz bewertet. Davon profitiert die Partei, der wirtschaftspolitisch mehr zugetraut wird als den anderen Parteien. Daher besitzen „die Massenmedien auch dann einen Einfluss auf die Meinungsbildung und Wahlentscheidung, wenn sie die vorhandenen Einstellungen nicht ändern. Es genügt, sie mehr oder weniger stark zu aktualisieren.“⁸

Vor diesem Hintergrund werden für die Bundestagswahl 2002 folgende Fragen empirisch untersucht:

- Was waren aus der Sicht der Bevölkerung die thematischen Stärken und Schwächen der einzelnen Parteien? Und welche Themen haben die Parteien im Wahlkampf zu lancieren versucht?⁹
- Wie ausgeprägt war die Medienpräsenz der SPD, der Union, der Grünen, der FDP und ihrer jeweiligen Spitzenkandidaten?
- Wie häufig erfuhren die Zeitungleser und Fernsehzuschauer etwas über politische Sachthemen der Parteien und Kandidaten – und wann standen der Wahlkampf selbst und der Wettkampfcharakter der Wahl im Mittelpunkt?
- Wie hat sich diese Medien-Agenda in der Medientendenz, also in der medialen Gesamtbewertung der Parteien und Kandidaten, niederschlagen?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Medientendenz und der Wahlabsicht der Wählerinnen und Wähler?

Zur Beantwortung dieser Fragen wird auf Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung zurückgegriffen, die vom Institut „Medien Tenor“ durchgeführt wurden.¹⁰ Der „Medien Tenor“ erfasste vom 1. Januar bis zum 22. September 2002 jeden Tag Zahl, Inhalt und Tendenz sämtlicher Aussagen

8 Hans Mathias Kepplinger u. a., Der Einfluss der Fernsehrichten auf die politische Meinungsbildung, Freiburg–München 1989, S. 75; ähnlich: Shanto Iyengar/Donald R. Kinder, News That Matters. Television and American Opinion, Chicago–London 1987.

9 Untersucht werden lediglich Parteien, die in Fraktionsstärke in den neuen Bundestag eingezogen sind.

10 Ich danke dem „Medien Tenor“, insbesondere Markus Rettich und Roland Schatz, für den Zugang zu den Daten (www.medien-tenor.de).

von und über Parteien und Politiker in folgenden Medien: ARD Tagesschau und Tagesthemen, ZDF heute, heute journal und Berlin direkt, RTL Aktuell, SAT.1 18:30, ProSieben Nachrichten, Bild, Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung, taz, Focus, Spiegel, Stern, Die Woche (bis 8. März 2002), Die Zeit, Rheinischer Merkur, Bild am Sonntag, FAZ Sonntagszeitung, Welt am Sonntag. Insgesamt wurden 325 432 Aussagen erfasst. In den folgenden Analysen wurden diese Aussagen jeweils zusammengefasst, um das gesamte Bild der meinungsführenden Massenmedien zu repräsentieren. Dies soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass unterschiedliche Medien unterschiedliche Tendenzen aufweisen. In diesem Bundestagswahlkampf waren lediglich die Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens weitgehend ausgewogen. Die Nachrichtensendungen der privat-kommerziellen Sender begünstigten die Union. Gleiches gilt für Die Welt, die FAZ, Focus und Bild. Im Spiegel, der Frankfurter Rundschau, der Süddeutschen Zeitung, im Stern und in der taz wurden hingegen SPD und Grüne positiver dargestellt als die bürgerliche Opposition.¹¹

Ferner wurden vom „Medien Tenor“ die von den Parteien in den letzten vier Wochen vor der Wahl verbreiteten Presseerklärungen erfasst. So konnten die thematischen Schwerpunkte von 535 Pressemitteilungen ermittelt werden.

Darüber hinaus werden die Inhaltsanalysedaten mit Ergebnissen aus repräsentativen Meinungsumfragen der Forschungsgruppe Wahlen, von Infratest dimap und vor allem von FORSA verglichen. FORSA hat Woche für Woche die Wahlabsicht von 2 500 Bundesbürgern erhoben. Hier werden die 53 880 Interviews ausgewertet, die zwischen der 17. Kalenderwoche (Ende April) und dem Wahltag stattgefunden haben.¹²

III. Themenkompetenz und Thematisierungsversuche der Parteien

Thematische Stärken und Schwächen der Parteien waren aus Sicht der Wählerinnen und Wähler vor der Wahl relativ klar zu erkennen. So wurde der Union und ihrem Kanzlerkandidaten Edmund Stoiber in den Bereichen Wirtschafts-, Haushalts-,

11 Vgl. Markus Rettich, Wahlempfehlungen – eine Frage der Glaubwürdigkeit. Die meinungsführenden Medien neigen bestimmten Parteien zu: Das sind implizite Wahlempfehlungen, in: Medien Tenor, 9 (2002) 125, S. 10–13.

12 Ich danke FORSA, insbesondere Manfred Güllner und Sigrid Beeske, für den Zugang zu den Daten.

Tabelle 1: Themenschwerpunkte in den Presseerklärungen von im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien und Fraktionen in den letzten vier Wochen vor der Bundestagswahl 2002 (in Prozent aller Presseerklärungen einer Partei/Fraktion)

	SPD	Union	Grüne	FDP
Zahl der Presseerklärungen	165	157	88	125
Wirtschaftspolitik	11	14	7	14
Arbeitsmarkt	7	10	3	7
Haushalts- und Steuerpolitik	4	6	–	8
Gesundheitssystem	8	3	–	3
Bildung	–	–	–	3
Frauen/Familie	4	4	5	–
Ausländerpolitik	–	–	7	–
Umwelt- und Verkehrspolitik	5	12	8	5
Internationale Politik	7	–	18	11
Wahlkampf / Koalitionsfragen	7	4	–	4
Politisches Auftreten allgemein	14	4	14	6

Quelle: Medien Tenor. Datenbasis: Presseerklärungen der Parteien und Fraktionen in den vier Wochen vor der Wahl. Erfasst wurde jeweils das zentrale Thema der Presseerklärung. In der Tabelle werden lediglich Themen dargestellt, die in mindestens drei Presseerklärungen einer Partei angesprochen wurden. Die Differenz zu 100 Prozent bilden einzelne Presseerklärungen zu speziellen Themen.

Steuer- und Arbeitsmarktpolitik mehr zugetraut als der SPD und Bundeskanzler Gerhard Schröder. Im September 2002 trauten beispielsweise 43 Prozent der Bundesbürger eher der Union die Sicherheit vorhandener und die Schaffung neuer Arbeitsplätze zu – gegenüber 32 Prozent, die diesbezüglich die SPD für kompetenter hielten.¹³ Auch in der Bildungspolitik nahm die Bevölkerung einen Kompetenzvorsprung der Union wahr. Bei der Gesundheits- und der Ausländerpolitik gab es mehr oder weniger einen Gleichstand zwischen den beiden Volksparteien. Der SPD wurde eher zugetraut, sich für den Frieden einzusetzen (37 vs. 23 Prozent für die Union) und eine verlässliche Außenpolitik zu betreiben (36 vs. 29 Prozent). Friedens- und Außenpolitik waren ebenfalls die Stärken der Grünen (21 bzw. 19 Prozent), die zudem bei der Umweltpolitik mit 54 Prozent unangefochten an der Spitze lagen. Der FDP schrieben in keinem Politikfeld mehr als 7 Prozent der Wählerinnen und Wähler die größte Kompetenz zu. Man kann sagen, dass die FDP von der Bevölkerung nicht unter thematischen Gesichtspunkten wahrgenommen wurde.

Die Kommunikationsprofis wissen um die Stärken und Schwächen ihrer Parteien. Folgerichtig betreiben sie Agenda-Setting – u. a. mittels Interviews, Wahlkampfreden, Plakaten und Auftritten in Talkshows. Auch in den 535 Presseerklärungen, die in den letzten vier Wochen vor der Wahl herausgegeben wurden, spiegeln sich die oben genannten Stärken und Schwächen wider (vgl. Tabelle 1). Wie in den Interviews und den beiden „TV-Duellen“ konzentrierten sich die Union und Edmund Stoi-

ber auf die wirtschafts- und finanzpolitischen Themen sowie den Arbeitsmarkt. Deutschland wurde als Schlusslicht unter den EU-Staaten charakterisiert. Die wirtschaftlichen Schwierigkeiten seien hausgemacht, die Verantwortung dafür trage die Bundesregierung. Den gleichen thematischen Schwerpunkt setzte die FDP. In etwas geringerem Umfang äußerte sich die SPD zur Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik. Wirtschaftliche Probleme wurden nicht geleugnet, die Ursachen dafür wurden aber in der Entwicklung der Weltwirtschaftslage gesucht. Auch wurde mit den Vorschlägen der Hartz-Kommission versucht, den Eindruck von Tatkraft und Problembewusstsein zu vermitteln.

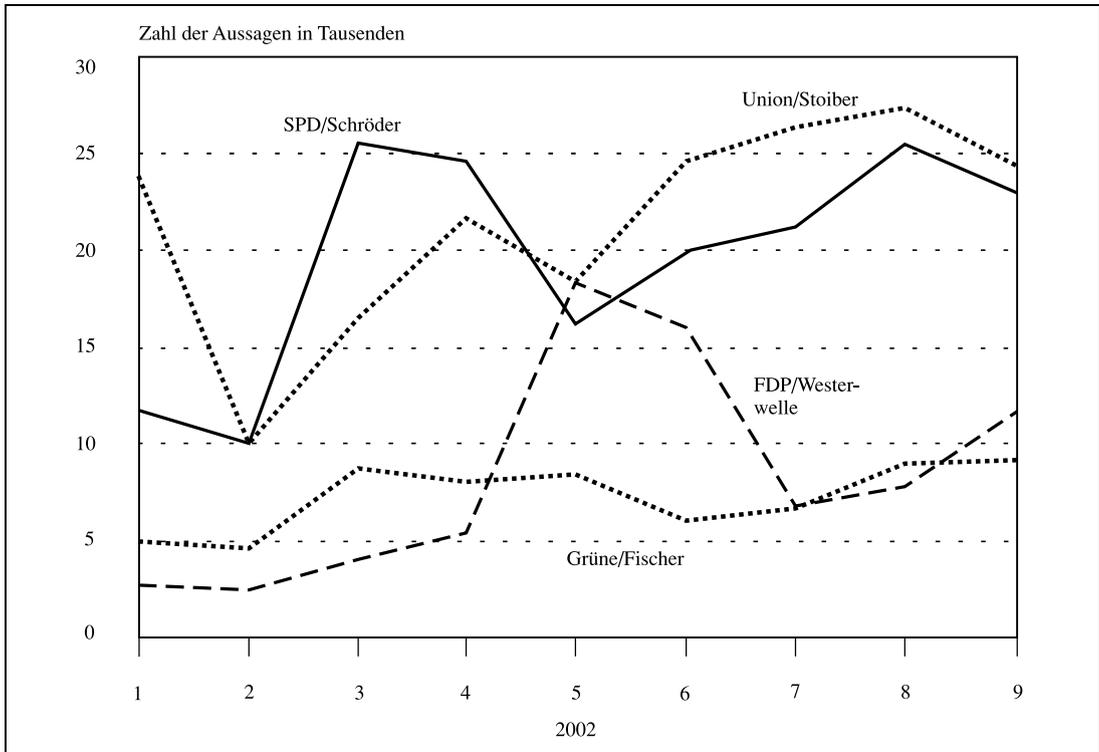
Daneben stand im Zuge der Elbe-Flut das klassische SPD-Thema Solidarität im Mittelpunkt, bis es von der Thematisierung einer deutschen Beteiligung an einem hypothetischen Angriff der USA auf den Irak abgelöst wurde. Auch bei den Grünen nahm die internationale Politik – verbunden mit Außenminister Joschka Fischer – einen breiten Raum ein. Sie wurde in den Presseerklärungen sogar häufiger thematisiert als das urgrüne Thema Umweltpolitik.

IV. Medienpräsenz der Parteien und Medien-Agenda

Um wahrgenommen zu werden, müssen Parteien und Kandidaten in den Medien präsent sein. Präsenz alleine ist jedoch kein Erfolgsgarant. Wichtig ist vielmehr, dass das thematische Umfeld der Berichterstattung und damit die Medientendenz für eine Partei „günstig“ ausfällt. Hinsichtlich der Medienpräsenz, also der Häufigkeit der Berichter-

¹³ Vgl. Infratest dimap Deutschland-Trend (www.infratest-dimap.de/politik/deutschlandtrend/dt0210/default.htm).

Abbildung 2: Häufigkeit der Berichterstattung über die im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien und ihre Spitzenkandidaten, 2002



Quelle: Medien Tenor. Datenbasis: 325 432 Aussagen über die Parteien und ihre Spitzenkandidaten in den oben genannten Medien; Darstellung auf Monatsbasis.

stattung über die Parteien und ihre Spitzenkandidaten, lagen SPD und Union erwartungsgemäß vorne (vgl. Abbildung 2). Die Union dominierte im Januar die Berichterstattung, in der die Entscheidung der Union zugunsten Edmund Stoibers als Kanzlerkandidat im Mittelpunkt stand. Die Korruptionsskandale von nordrhein-westfälischen SPD-Kommunalpolitikern bescherten den Sozialdemokraten im Frühjahr eine in diesem Kontext unerwünschte Medienpräsenz. Im März entfielen knapp 10 Prozent der gesamten Berichterstattung auf die Bestechungsaffäre, im April waren es nur noch 4,3 Prozent.

Der Mai war dann ein Ausnahmemonat: Über die FDP wurde häufiger berichtet als über jede andere Partei. Zunächst war mit der Präsenz auch eine positive Tendenz verbunden, denn die häufige Berichterstattung beruhte anfänglich auf der in den Medien positiv aufgenommenen Ernennung Guido Westerwelles zum Kanzlerkandidaten der FDP. Die Freude bei den Freidemokraten über den gelungenen Medien-Coup hielt jedoch nicht lange an, wurde doch die positive von einer negativen Berichterstattung abgelöst. Auslöser war der Streit des stellvertretenden FDP-Parteichefs Jür-

gen Möllemann mit dem Zentralrat der Juden in Deutschland und die sich daraus ergebende Diskussion über Antisemitismus und Rechtspopulismus in der FDP. Im Zuge dieser Diskussion wurde immer wieder die Führungsfähigkeit des Parteivorsitzenden Westerwelle hinterfragt. Auch wurde ihm nun das Format eines ernst zu nehmenden Kanzlerkandidaten abgesprochen. Die Schlüsselthemen der FDP – Bildungs-, Steuer- und Wirtschaftspolitik – traten in den Hintergrund.

Im Juni stieg dann wieder die Berichterstattung über die Union und die SPD an. Beide Parteien erhielten Resonanz auf ihre Wahlparteitage. Die dosierte und sich über einen längeren Zeitraum erstreckende Präsentation des „Kompetenzteams“ der Union erhöhte ebenfalls die Medienpräsenz der Partei. Zudem thematisierte die Union das schlechte Abschneiden Deutschlands in der PISA-Studie – nicht ohne die innerdeutsche Spitzenstellung unionsgeführter Bundesländer zu unterstreichen. Dies alles verschaffte der Union ein im Vergleich zur SPD positives Medienimage.

Die vorzeitige Lancierung einiger Vorschläge der Hartz-Kommission konnte daran zunächst nicht

viel ändern. Zwar war der SPD damit ein erfolgreiches Agenda-Cutting gelungen – das für sie ungünstige Thema Bildungspolitik wurde in den Hintergrund gedrängt. Der Medienerfolg der sozialdemokratischen „Spin-Doktoren“ wurde jedoch im Juli durch die Bonusmeilen-Affären von Koalitionsmitgliedern und durch den erzwungenen Rücktritt von Verteidigungsminister Rudolf Scharping wieder zunichte gemacht. Hinzu kam das „Sommer“-Theater bei der Telekom, bei dem die Regierung ebenfalls kein gutes Bild abgab. Der Union gelang es in diesem Zeitraum zudem, das Thema Arbeitslosigkeit wieder in das Zentrum der Berichterstattung zu rücken. Darüber hinaus genügte es für sie, die für die Regierung ungünstigen Themen präsent zu erhalten. In keinem Monat war das kommunikative Umfeld für die Regierung ungünstiger als im Juli 2002.

Im August kam das Elbe-Hochwasser, das sogleich als „Jahrhundert-Flut“ zum alles andere überraschenden Medienereignis wurde. Die zuvor zentralen Themen waren mit einem Male buchstäblich von der Tagesordnung „gespült“. Die Regierung, allen voran Gerhard Schröder, nutzte diese Gelegenheit. Krisenzeiten sind Regierungszeiten, wenn es der Regierung gelingt, als anpackend und problemlösend dargestellt zu werden. Die SPD verband zudem das Elbe-Hochwasser mit ihrem Kernthema „Solidarität“ – nicht zuletzt, um Stammwähler zu mobilisieren und Wechselwähler in Ostdeutschland zu gewinnen. Dabei handelte es sich um ein gelungenes Agenda-Surfing auf der Flut-Welle.

Mit der Flut gelangte auch das für die Grünen wichtige Umweltthema auf die Tagesordnung und verhalf ihnen über die mediale Wahrnehmungsschwelle; bis zum August hatten die Grünen in der Medienberichterstattung eher ein Schattendasein gefristet.

Die Union reagierte auf die veränderten kommunikativen Rahmenbedingungen hingegen zu spät und unzureichend. So hielt sie an der Präsentation ihres 49-Punkte-Plans – „Sofortprogramm für ein leistungsfähiges und soziales Deutschland“ – fest und ging damit in der Flutberichterstattung unter. Gleiches gilt für die FDP und ihren im „Guidomobil“ über die Campingplätze tingelnden Vorsitzenden.

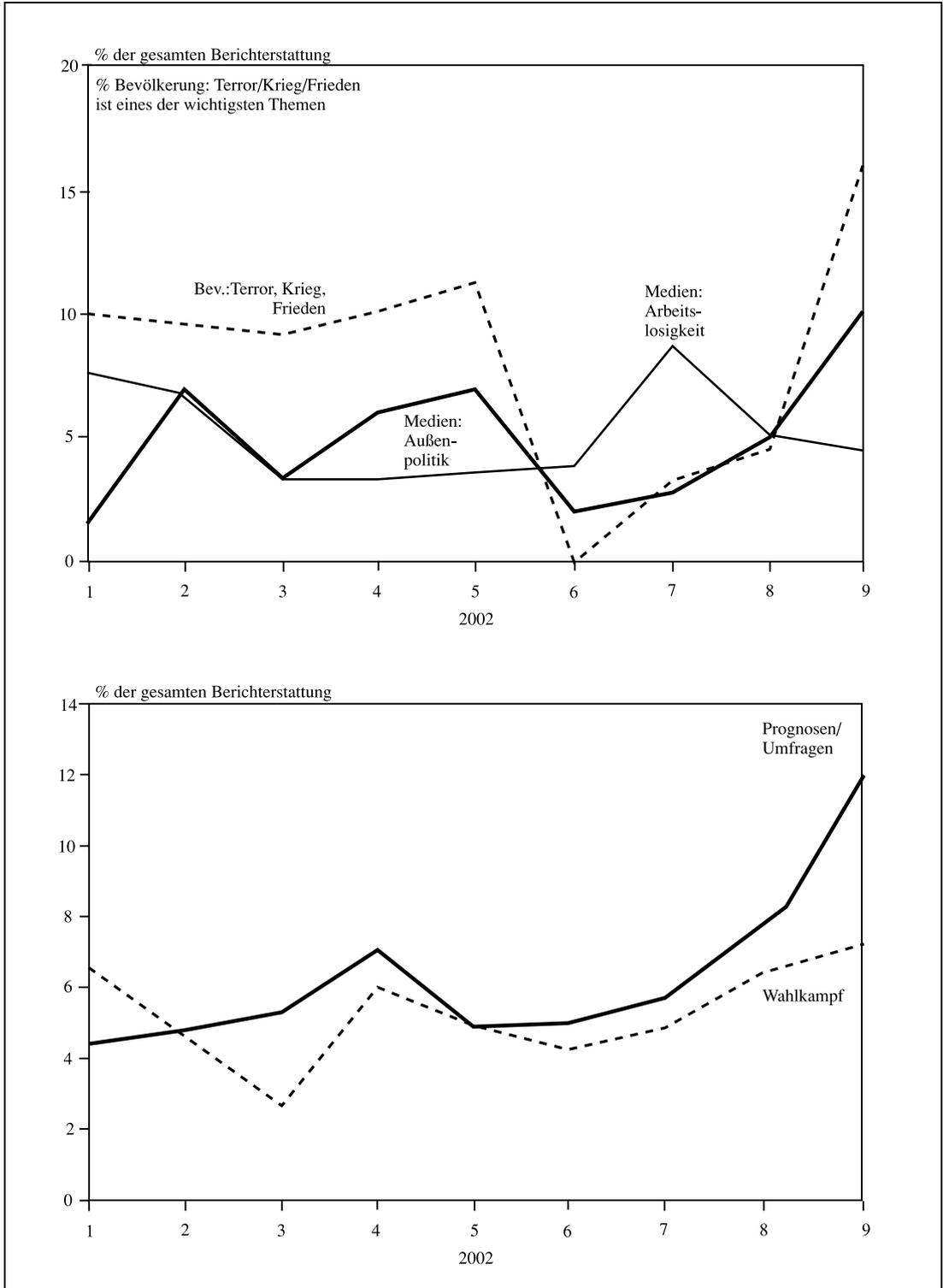
Erst Ende August geriet die Union wieder in das Scheinwerferlicht, als Edmund Stoiber im ersten „TV-Duell“ mit Gerhard Schröder besser abschnitt als von den Journalisten erwartet. Die daraufhin einsetzende positive Berichterstattung für Stoiber wurde jedoch rasch durch Meldungen zum angeblichen Schlingerkurs der Union in zahlreichen Sachfragen – etwa beim Dosenpfand oder

bei den Reaktionen auf die Vorschläge der Hartz-Kommission – konterkariert.

Gravierender war jedoch, dass der Versuch der Union misslang, die Wirtschafts-, Steuer- und Finanzpolitik wieder zum Spitzenthema in den Medien zu machen. Stattdessen prägte der Kanzler die politische Diskussion im September mit seiner Ablehnung einer deutschen Beteiligung an einem möglichen Angriff der USA auf den Irak. Dies war Agenda-Setting und Agenda-Cutting zugleich. Es gelang ihm damit, die für die SPD ungünstigen Themen Wirtschaftspolitik und Arbeitsmarkt in den Hintergrund zu drängen und das für die SPD günstige Thema Frieden in den Mittelpunkt zu rücken. In den Medien wurde erstmals häufiger über Außenpolitik berichtet (mehr als 10 Prozent aller Aussagen) als über den Arbeitsmarkt (weniger als 5 Prozent aller Aussagen; vgl. Abbildung 3). Dies hatte Konsequenzen für die Einschätzung der Wichtigkeit des Themas Krieg, Frieden und Terror durch die Bevölkerung. Auf die Frage nach den wichtigsten Problemen in Deutschland erhielt die Forschungsgruppe Wahlen Antworten, welche die Medienberichterstattung widerspiegeln. War das Thema im Juni für die Bevölkerung noch relativ unbedeutend, stieg der Anteil derjenigen, die Krieg und Frieden als eines der wichtigsten Themen bezeichneten, im September auf 15 Prozent an. Gleichwohl wurde das Thema Arbeitslosigkeit von den Menschen nach wie vor als das mit Abstand wichtigste Thema angesehen (mehr als 80 Prozent) – nur haben sie aus den Medien zu den betreffenden Standpunkten der Parteien nicht viel erfahren.

Häufiger als über jedes einzelne Sachthema wurde im September über Prognosen und Meinungsfragen berichtet. Dabei stand der „Horse-Race-Aspekt“ im Mittelpunkt: Wer liegt vorne, wer liegt zurück, wer holt auf, wer macht das Rennen? Nur selten wurden Umfragen für die Hintergrundberichterstattung über das sich wandelnde Meinungsklima und zu den Motiven der Wähler herangezogen. Somit erfuhren die Zeitungsleser und die Zuschauer der Fernsehnachrichten mehr über den Stand des Wettkampfes, als über seinen Inhalt. Die „Aufholjagd“ der Regierung in den Umfragen wurde ein wichtigeres Medienthema als die Frage, welche Konzepte die Parteien zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, zum Weg aus der Bildungsmisere oder zur Reform der sozialen Sicherungssysteme anbieten. Auch nach den TV-Debatten, in denen beide Kontrahenten zahlreiche Sachpositionen vertraten, drehte sich die Berichterstattung kaum um diese Positionen, sondern um die Frage, wer gewonnen habe. Kein Wunder, dass nach der Wahl das Erstaunen über die Regierungspläne etwa im Renten- und im Gesundheitswesen so

Abbildung 3: Themenschwerpunkte der Berichterstattung und Bevölkerungseinstellung, 2002



Quelle: Medien Tenor, Forschungsgruppe Wahlen. Datenbasis: 325 432 Aussagen über die Parteien und ihre Spitzenkandidaten in den oben genannten Medien; repräsentative Bevölkerungsumfragen; Darstellung auf Monatsbasis.

groß ist. Durch eine themenorientierte Berichterstattung hätten Journalisten die Wähler bereits vor der Wahl mit diesen Vorhaben vertraut machen können.

Schröders Themenführerschaft wurde im September durch eine Verstärkung des Kanzlerwahlkampfes der SPD unterstrichen. Daneben konnten nur wenige Themen bestehen: *erstens* das zweite „TV-Duell“, bei dem Edmund Stoiber ebenso verzweifelt wie erfolglos versuchte, die Wirtschaftspolitik wieder auf die Tagesordnung zu setzen, *zweitens* die Aufholjagd von Rot-Grün in den in kurzen Abständen publizierten Meinungsumfragen und *drittens* die von Jürgen Möllemann veranlasste Verteilung eines umstrittenen Falts, welches der FDP wieder mehr – aber eben vor allem negative – Medienpräsenz eintrug.

Wegen der Querelen innerhalb der FDP war Guido Westerwelle der einzige Spitzenkandidat, der gegen Ende des Wahlkampfes das Medienbild seiner Partei nicht maßgeblich prägen konnte. Während sich im September mehr als 35 Prozent aller Aussagen über die Grünen auf Joschka Fischer bezogen, kam Guido Westerwelle bei der Berichterstattung der FDP lediglich auf 22 Prozent. Am deutlichsten prägte jedoch Gerhard Schröder das Medienbild seiner Partei. Mehr als 57 Prozent aller Aussagen über die SPD entfielen auf ihn. Damit wurde über ihn häufiger berichtet als über alle anderen SPD-Politiker zusammen. Durch die Konzentration der SPD auf den Kanzler wurde zum einen der Versuch unternommen, als Partei vom positiven Image Gerhard Schröders zu profitieren. Zum anderen ist es bei einer solchen kommunikativen Fokussierung auf eine Person leichter, Botschaften konsistent und kontrolliert zu platzieren. Edmund Stoiber hatte es da wesentlich schwerer. Vom ihm stammen lediglich 38 Prozent des Medienbildes der Union. Neben ihm meldeten sich zahlreiche andere Unions-Akteure zu Wort. Dies erschwerte ein kontrolliertes Themenmanagement.

Die personelle Zuspitzung, die die Parteien und die Medien am Ende des Wahlkampfes betrieben haben, ist jedoch nicht mit einer Entsachlichung gleichzusetzen. Interessanterweise ist der Anteil der Sachaussagen an der Berichterstattung über die Spitzenpolitiker sogar geringfügig größer als der Anteil der Sachaussagen an der Berichterstattung über die Parteien (42 versus 38 Prozent). Die Berichterstattung über die SPD und Gerhard Schröder sowie über die Union und Edmund Stoiber ist in gleichem Maße von Sachaussagen geprägt – jeweils etwa 40 Prozent entfallen auf thematische Positionen der Parteien bzw. ihrer Kandidaten. Die FDP drang hingegen mit Sachaussagen

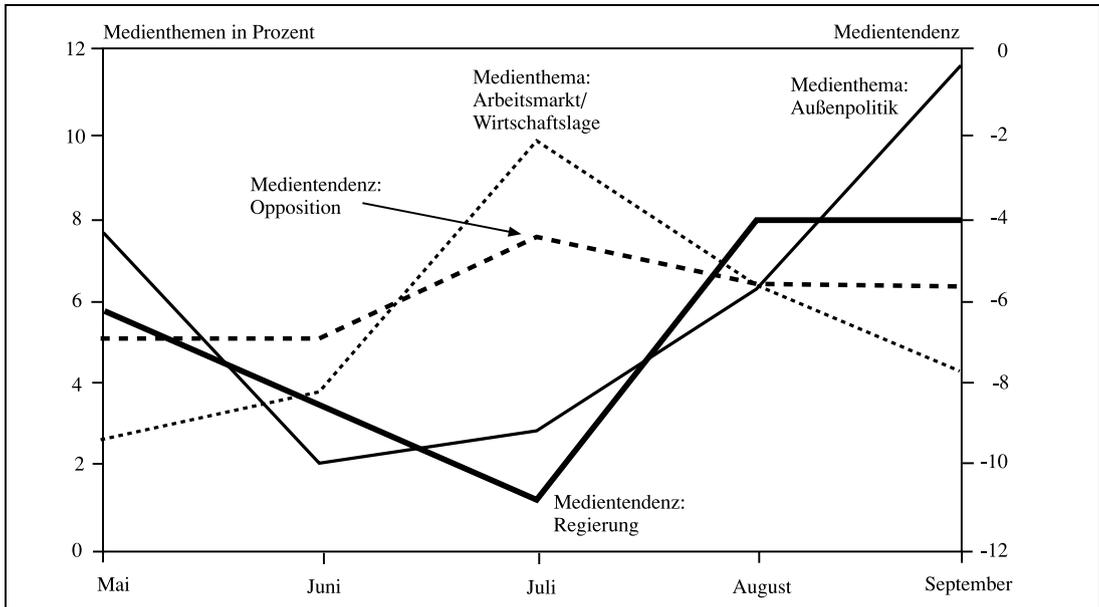
kaum in die Berichterstattung vor (27 Prozent). Der „Spaßwahlkampf“ führte zwar zunächst zu der erwünschten Aufmerksamkeit – allerdings zu Lasten der Sachaussagen. Und die vielfachen Möllemann-Äußerungen lenkten ebenfalls von den Sachthemen der FDP ab. Oder anders formuliert: Die FDP war primär mit sich selbst und ihrer Wahlkampfleitung – „Projekt 18“ und Kanzlerkandidat – beschäftigt statt klarzumachen, für welche inhaltlichen Positionen sie steht. Das Themenmanagement der Liberalen ist gründlich misslungen.

Ganz anders war dies bei den Grünen: In fast der Hälfte aller Aussagen über die Grünen und Joschka Fischer erfuhren die Zeitungleser und Fernsehzuschauer etwas über deren Sachpositionen. Da die Grünen zudem ihre inhaltlichen Standpunkte im Bereich der Außenpolitik – die in der Endphase des Wahlkampfes starke mediale Präsenz erfuhr – über den in der Bevölkerung beliebten Joschka Fischer transportierten, kann man von einem gelungenen Themenmanagement sprechen.

V. Medien-Agenda, Medientendenz und Wahlabsicht

Die Zusammensetzung der Medien-Agenda schlägt sich auch in der Medientendenz nieder, also in der medialen Gesamtbewertung der Parteien und ihrer Kandidaten. Ob die Regierung oder die Opposition in den Medien besser abschneidet, hängt wesentlich vom thematischen Umfeld der Berichterstattung ab. Im Juli, als die Medien in nennenswertem Umfang über den Arbeitsmarkt und die Wirtschaftslage in Deutschland berichteten, ging die Bewertung von Union und FDP deutlich nach oben (vgl. Abbildung 4). Mit der Verdrängung des Themas durch die Irak-Debatte verschlechterte sich auch die mediale Bewertung der Opposition. Im Gegenzug stieg hingegen die Bewertung der Regierung, die noch im Juli ihren Tiefpunkt erreicht hatte: Den 6,5 Prozent positiven Aussagen standen im Juli 16,9 Prozent negative Aussagen gegenüber. Bis zum September verringerte sich die Kluft von 10,4 Prozentpunkten auf nur noch 4 Prozentpunkte. Damit stand die Regierung kurz vor der Wahl besser da als die Opposition. Dies ist nicht nur auf die gestiegene Medienpräsenz der Außenpolitik zurückzuführen – auch die Probleme der FDP sowie die für die Regierung verbesserten Umfragewerte trugen zu der steigenden Medientendenz bei.

Abbildung 4: Themenschwerpunkte in der Berichterstattung und die Tendenz der Medienberichterstattung über die Regierung und die Opposition, Mai–September 2002



Quelle: Medien Tenor. Datenbasis: Anteil der Themen Arbeitsmarkt/Wirtschaftslage bzw. Außenpolitik an allen 325 432 Aussagen über die Parteien bzw. ihre Spitzenkandidaten in den oben genannten Medien. Die Medientendenz errechnet sich aus dem Anteil positiver Aussagen über eine Partei und ihren Spitzenkandidaten abzüglich des Anteils negativer Aussagen über diese Partei und ihren Spitzenkandidaten; die Werte wurden für Union und FDP sowie für SPD und Grüne gemeinsam berechnet; Darstellung auf Monatsbasis.

Die Medientendenz ist ihrerseits ein wichtiger Orientierungspunkt für die noch unentschiedenen Wähler. Auch kann sie die Mobilisierung der Wechselwähler beeinflussen. Mit medialem Rückenwind lässt es sich an den Infoständen der eigenen Partei und auf Wahlveranstaltungen besser „kämpfen“. So schlägt sich die Medientendenz denn auch in der Wahlabsicht nieder. Dabei ist für die Wahlabsicht in den letzten Wochen vor der Wahl nicht nur die aktuelle Berichterstattung von Bedeutung, sondern auch das Medienbild, das sich in den drei einer Umfrage vorausgehenden Wochen gebildet hat. Die Kumulation der Berichterstattung kann vorhandene Trends in der Bevölkerung verstärken – gelegentlich sogar anstoßen.¹⁴

So ging der Aufholjagd der Regierung in der Wahlabsichtsfrage eine in der letzten Juli-Woche (30. Woche) beginnende Verbesserung der Medientendenz voran. Mitte August (34. Woche) war der Drei-Wochen-Wert der Regierung dann besser als der Drei-Wochen-Wert der Opposition. Zwei Wochen später, Anfang September, konnte die Regierung in der Wahlabsichtsfrage erstmals die Opposition überholen (vgl. Abbildung 5, S. 46).

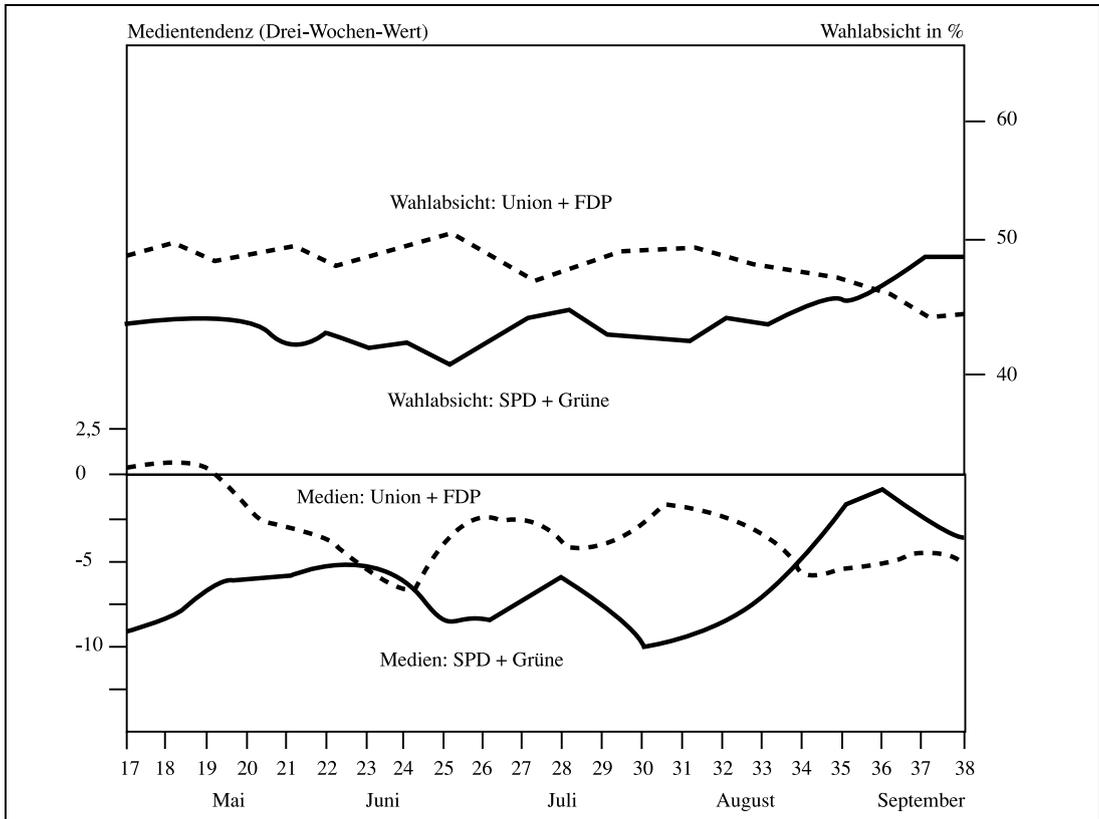
¹⁴ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt, in: Publizistik, 18 (1973) 1, S. 26–55.

Obwohl sich die Bewertungen von Union und FDP einerseits sowie von SPD und Grünen andererseits in den beiden letzten Wochen vor der Wahl wieder leicht aneinander annäherten, reichte der Schub, den die Regierung in der Berichterstattung zwischen der 30. und der 36. Woche erfahren hatte, aus, um als Sieger die Ziellinie zu überqueren.

VI. Permanentes Themenmanagement?

Nach der Wahl ist vor der Wahl. Bis zur nächsten Bundestagswahl ist es zwar – aller Voraussicht nach – noch eine Weile hin. Aber in einem föderalen System wie der Bundesrepublik kann sich die Regierung nach einer gewonnenen Bundestagswahl keine kommunikative Verschnaufpause und schon gar keine Kommunikationsschnitzer leisten. Sie könnte dafür bereits bei der nächsten Landtagswahl bestraft werden. Der Absturz, den die SPD derzeit in den Meinungsumfragen erlebt, zeigt, dass sich kommunikative Anstrengungen nicht nur auf den Wahlkampf beschränken dürfen. Politische Entscheidungen – erst recht, wenn es sich um unpopuläre Maßnahmen wie die Erhöhung der Rentenbeiträge oder um Leistungsein-

Abbildung 5: Tendenz der Medienberichterstattung über die Regierung und die Opposition sowie Wahlabsicht, Mai-September 2002



Quelle: Medien Tenor, FORSA. Datenbasis: Die Wahlabsicht wurde mit Hilfe der Sonntagsfrage ermittelt. Es werden die von FORSA gewichteten Daten dargestellt. Die Anteile von Union und FDP sowie von SPD und Grünen wurden addiert. Die Differenz zu 100 Prozent ergibt sich aus den Wählern anderer Parteien. Die 53 880 Interviews werden auf Wochenbasis dargestellt. Die Medientendenz errechnet sich aus dem Anteil positiver Aussagen über eine Partei und ihren Spitzenkandidaten abzüglich des Anteils negativer Aussagen über diese Partei und ihren Spitzenkandidaten. Erneut wurden die Werte für Union und FDP sowie für SPD und Grüne gemeinsam berechnet. Die Darstellung erfolgt ebenfalls auf Wochenbasis. Für den Wochenwert wurden die aktuelle Berichterstattung und die Berichterstattung in den vorangegangenen zwei Wochen addiert.

schränkungen im Gesundheitssystem handelt – müssen kommunikativ begleitet werden. Die Gründe für diese Maßnahmen müssen den Menschen erläutert, es muss um Verständnis und Unterstützung für die Entscheidungen geworben werden. Dabei geht es nicht um ein permanentes politisches Themenmanagement, mit dem versucht wird, die Themen-Agenda der Berichterstattung zu seinen eigenen Gunsten zu beeinflussen – sondern es geht um Überzeugungsarbeit.

Die Enttäuschung vieler Bürger über das Verhalten der Bundesregierung zeigt aber auch, dass Journalisten nicht erst nach der Wahl, sondern schon davor eine überwiegend an politischen Sachthemen orientierte Berichterstattung pflegen sollten. Oder war etwa nicht schon vor der Wahl bekannt, dass die Bundesrepublik die Brüsseler

Drei-Prozent-Hürde reißen würde? War nicht schon vor der Wahl bekannt, dass die Rentenfinanzierung bei der derzeitigen Beschäftigungslage nicht ohne Beitragserhöhungen auskommen kann? Die Regierung hat im September solche für sie ungünstigen Themen von der Medien-Agenda verdrängen können. Journalisten haben sich nicht durch Recherche, durch Nachfragen und durch Insistieren auf diese Themen zur Wehr gesetzt. Stattdessen wurde ausführlich über die Siegchancen der Parteien, über den Gewinner der „TV-Duelle“ und über den „deutschen Sonderweg“ von Kanzler Schröder in der Irak-Frage berichtet.

Mehr Berichterstattung über Sachthemen, weniger Horse-Race-Journalism – das würde die Wählerinnen und Wähler vor Wahlen in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Kompetenz der Parteien und

ihres Führungspersonals zu machen. Deren Bewertung hängt maßgeblich von dem Themen-Set der Berichterstattung ab. Zwar lässt sich der Wahlausgang nicht alleine – ja, vielleicht noch nicht einmal hauptsächlich – durch die Medienberichterstattung erklären. Langfristige Traditionen und die nach wie vor zahlreich vorhandenen Bindungen von Wählerinnen und Wählern an eine Partei spielen eine größere Rolle. Aber auch Stammwähler wollen erst einmal mobilisiert werden. Die richtigen Wahlkampfthemen sind dafür mitentscheidend. Und die Wechselwähler, zumal diejenigen, die sich erst sehr kurz vor der Wahl entscheiden, nutzen

die in den Medien dominierenden Themen als Maßstab zur Beurteilung der Parteien und Politiker. Bei einem knappen Wahlausgang kann es daher entscheidend sein, welche Themen unmittelbar vor der Wahl „gespielt“ werden. Die Bundestagswahl 2002 hat nicht zuletzt dies unter Beweis gestellt: Ohne ein aktives Gestalten des kommunikativen Umfeldes – ohne Agenda-Setting, Agenda-Cutting und Agenda-Surfing – lässt sich die Wahl nicht gewinnen; selbst dann nicht, wenn man, wie die Union, in den langfristig wichtigsten Themenfeldern als die kompetentere Partei angesehen wird.

Experimentieren für den Ernstfall Der Online-Wahlkampf 2002

I. Einleitung

Das Internet hat sich im Bundestagswahlkampf 2002 zu einer festen Größe entwickelt, auf die kein politischer Akteur mehr verzichten kann. Die erstmalige Einbindung der neuen Optionen eines Online-Wahlkampfes konnte im Zuge der Bundestagswahl 1998 noch unter dem Motto „Dabei sein ist alles“ firmieren. Die Rolle des Internets und die Entwicklung hin zu einem eigenständigen Online-Wahlkampf stellt sich 2002 ambivalent dar. Einerseits kann eine Intensivierung, Professionalisierung und Popularisierung konstatiert werden. Andererseits ist eine Standardisierung und medienübergreifende Vernetzung der Angebote zu beobachten. Die Dynamisierung des *Online-Campaigning* steht aber auch 2002 noch für eine Phase des Experimentierens. Statt einer klaren Strategie zu folgen, wird noch häufig nach dem *Trial-and-error*-Prinzip vorgefahren. Viele Formate wie das *Online-Fundraising*, *Negative-Campaigning* oder der *Rapid-Response* auf Äußerungen des politischen Gegners via Internet wurden vor allem aus dem Präsidentschaftswahlkampf in den USA übernommen und erstmals erprobt. Andere Optionen einer interaktiven Wahlkampfkommunikation wie das *Voter-Targeting*, die personalisierte Ansprache von Wählerinnen und Wählern oder eine direkte Bürgerbeteiligung durch Internet-Diskurse sind von den Parteien noch nicht vollständig ausgeschöpft bzw. sogar bewusst vermieden worden.

Bisweilen hatte das Netz aber auch den Charakter eines Testfeldes für die Kampagnenführung in anderen Medien. Was sich auf Plakaten oder im Wahlwerbespot (noch) nicht schickt, konnte auf den Websites im Rahmen des *Negative-Campaigning* ausagiert werden. Mit interaktiven Spielen, Animationen und E-Cards wurde von den Parteien im virtuellen Raum verbal und visuell reichlich ausgeteilt.¹ Hinzu gesellten sich eine Vielzahl

1 Herausragend, aber nach der Wahl leider nicht mehr erreichbar, ist in dieser Hinsicht die *Negative-Campaigning*-Site der SPD: (<http://www.nicht-regierungsfaehig.de>). Vorbildlich archiviert und noch verfügbar sind die entsprechenden Angebote der PDS: (<http://www.pds2002.de/buntes/index.htm>) und der CDU: (<http://www.cdu.de/interaktiv/inhalt.htm>).

von Anti-Stoiber-Seiten sowie die entsprechenden Repliken gegen Gerhard Schröder, die jedoch – in sicherer Entfernung von den Parteizentralen – durch deren Jugendorganisationen oder durch Privatpersonen betrieben wurden.²

II. Potenziale und Perspektiven

Von den Parteistrategen wird das Internet vor allem als selbst kontrollierter Medienkanal zur Direktansprache der Wählerinnen und Wähler, als Instrument der innerparteilichen Wahlkampfkommunikation und -motivation sowie als Vertiefungsmedium im Verbund mit anderen Medienkanälen geschätzt. Über Mitglieder- und Funktionsträger-netze lassen sich beispielsweise Sprachregelungen in Windeseile ventilieren, noch bevor sich der politische Gegner oder die Medien auf einen Fehler oder eine Schwäche eingeschossen haben. Damit wird einerseits das Organisationsmanagement im Wahlkampf erleichtert. Andererseits setzen insbesondere die kleineren Parteien angesichts ihrer begrenzten Ressourcen auf die Effizienz des Internets, von dem sie sich eine potenziell hohe Reichweite bei vergleichsweise geringem Mitteleinsatz erwarten. Im Hinblick auf die Außenwirkung ist man jedoch skeptischer und gibt ganz offen zu, dass der Zeitpunkt, an dem das Internet eine wirklich ernsthafte Alternative als massenwirksames Wahlkampfinstrument darstellt, frühestens 2006, jedoch eher 2010 gekommen sein wird. Dennoch ist der Online-Wahlkampf eine feste und nicht zu unterschätzende Größe in den Etats der Kampagnenmanager geworden. Diese Einschätzung der gegenwärtigen Bedeutung und des noch bevorstehenden Durchbruchs des Online-Wahlkampfes wird auch von Politik- und Medienexperten geteilt. Bereits lange vor dem 22. September haben sie sich in ihren Analysen und Bewertungen

Aber auch die FDP und Bündnis 90/Die Grünen sind auf diesem Gebiet aktiv gewesen.

2 An dieser Stelle sei nur exemplarisch auf: (<http://www.stoppt-stoiber.de>) und (<http://www.schroeder-mussweg.de>) verwiesen. Bemerkenswert ist hier vor allem die Gestaltung der Anti-Schröder-Seite im Corporate-Design der SPD; ansonsten waren aber die Stoiber-Gegner quantitativ im Vorteil.

des Online-Wahlkampfes 2002 festgelegt: Dem Bedeutungszuwachs, der Differenzierung und Professionalisierung wird beigeplottet. Aber diese Einschätzung ist immer mit der Einschränkung verbunden, dass das Internet im Wahlkampf noch weit davon entfernt sei, auch nur einen annähernd vergleichbaren Stellenwert wie das Fernsehen oder die Printmedien zu erreichen.

Laut der ARD/ZDF-Online-Studie 2002 ist die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland in den vergangenen vier Jahren von 6,6 Millionen auf 28,3 Millionen gestiegen, was 44,1 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren entspricht. Aufgrund der abflachenden Zuwachsraten wird bis 2005 jedoch nur noch mit einer Steigerung auf ca. 55 Prozent gerechnet.³ Auch wenn nur ein Teil davon das Internet als Quelle für politische Informationen nutzt, ist dieses Potenzial nicht mehr zu vernachlässigen. Besonders hinsichtlich der Altersstruktur und des Bildungsstandes ist die Medien-Zielgruppe der Internetnutzer interessant. Gut ein Drittel ist unter 29 Jahre, knapp zwei Drittel sind unter 40 Jahre, und ebenfalls ein Drittel verfügt über einen Hochschulabschluss.⁴ Für die Reichweite und Positionierung der Wahlkampfkommunikation im Internet ist zudem entscheidend, dass sich die Nutzer vor allem an vertrauten Marken und Medienprodukten aus TV, Radio oder dem Printbereich orientieren, was auch auf Parteien oder prominente Politiker übertragbar ist. Die Hoffnung, dass sich das Internet aufgrund seiner interaktiven Optionen als alternativer Raum politischer Sachdiskussion und Argumentation entwickelt, der gar in die Entscheidungspolitik hineinwirkt, sieht der Politikwissenschaftler Stefan Marshall jedoch enttäuscht: „Massenkommunikation findet auch auf dem Netz statt, nachdem das Netz zu einem Medium von Massen geworden ist.“⁵ Ob und inwieweit sich im Rahmen des Online-Wahlkampfes 2002 nicht doch interaktive Nischen für politische Internet-Diskurse gebildet haben⁶ und von welchen Akteuren sie gefördert

3 Vgl. Birgit van Eimeren/Heinz Gerhard/Beate Frees, ARD/ZDF-Online-Studie 2002. Entwicklung der Online-Nutzung in Deutschland. Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude, in: Media Perspektiven, (2002) 8, S. 346–362; Online unter: (<http://www.daserste.de/intern/entwicklung2002.pdf>).

4 Vgl. die Ergebnisse der 13. WWW-Benutzer-Analyse (W3B), die vom 1. 10. bis 5. 11. 2001 unter 96 611 Internet-Nutzern durchgeführt wurde, (<http://www.w3b.de/>).

5 Stefan Marshall, Wahlkampf mit Netz und doppeltem Boden, in: politik-digital.de vom 18. 9. 2002, (<http://www.politik-digital.de/wahlkampf/bundestagswahl2002/wahlnetz.shtml>).

6 Vgl. Claus Leggewie/Christoph Bieber, Interaktive Demokratie. Politische Online-Kommunikation und digitale Politikprozesse, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 41–42/2001, S. 37–45, hier S. 44.

bzw. gebremst wurden, wird in der Folge zu überprüfen sein. Der Beeinflussung des Online-Wahlkampfes durch die „alten“ Massenmedien wurde vor allem durch die erstmals in einem Bundestagswahlkampf durchgeführten Fernsehduelle Vorschub geleistet.

III. Das Mega-Medienspektakel

Neben den herausragenden Medienereignissen des Bundestagswahlkampfes 2002, den Fernsehduellen zwischen dem Kanzler und seinem Herausforderer, erscheint die Frage nach dem Stellenwert des Online-Wahlkampfes zwar berechtigt, aber letztendlich von nachrangiger Bedeutung. Angesichts von 15 Millionen Zuschauern, der öffentlichen Erregung und der permanenten Selbsterregung der an diesem Spektakel beteiligten Medien – wobei auch die Printmedien einzubeziehen sind, die das Duellformat bereits im Vorfeld adaptiert hatten⁷ – scheint die Rolle des Internets für Parteien, Berichterstatter und Wähler zwangsläufig in den Hintergrund zu treten. Aber auch die Fernsehduelle waren mit Vorbehalten verbunden. Denn die politischen Akteure – hier vor allem die Kampagnenführer – haben es verstanden, den Medien ein Korsett an Reglementierungen anzupassen, das auf die Ziele und Bedürfnisse der Parteien und Kandidaten im Wahlkampf abgestimmt war. Es wurde eine Dramaturgie ausgeklügelt, die nichts dem Zufall überließ und vor allem auf Risikoreduktion ausgelegt war – eine Vorgehensweise, die dem Sinn und Charakter eines Duells von Grund auf widerspricht. Insbesondere die mit einem solchen Showdown verbundenen Erwartungen einer dramatischen Zuspitzung, offenen Auseinandersetzung sowie der Herbeiführung einer klaren Entscheidung über Sieg und Niederlage wurden damit enttäuscht. Das eigentliche Duell lieferten sich im Nachhinein die Experten, Parteifunktionäre, Demoskopen und Berichterstatter – um dessen Auslegung und Deutung.⁸ Vor den Augen der Zuschauer wurde letztlich ein politisches Show-Spektakel inszeniert, das im klassischen Sinn einer Zuschauerdemokratie an ein

7 Vgl. Das Duell: Schröder gegen Stoiber, in: Bild am Sonntag vom 7. 7. 2002 sowie dessen Fortsetzung in Bild vom 8. 7. 2002 und 9. 7. 2002.

8 Hier zeigt sich die Entwicklung eines problematischen Dreiecksverhältnisses zwischen Medien, Politik und Wissenschaft, in dem die Grenzen zwischen der Produktion und Analyse von Medienereignissen verschwimmen. Vgl. ausführlich: Eike Hebecker, Medienforschung in der Mediendemokratie, in: politik-digital.de vom 18. 9. 2002, (<http://www.politik-digital.de/wahlkampf/bundestagswahl2002/wissen.html>).

Massenpublikum gerichtet war. Die Personalisierung, Medialisierung und Inszenierung des Wahlkampfes hat damit auch in Deutschland eine neue Qualität erreicht – von beteiligungsdemokratischen Elementen fehlte hingegen jede Spur. Wählerinnen und Wähler blieben mit ihren Interessen, Fragen und Kommentaren weitgehend außen vor. Dass es auch in dieser Hinsicht von den Vereinigten Staaten zu lernen gilt, zeigt beispielsweise die „Commission on Presidential Debates“ (<http://www.debates.org>), die eine kritische öffentliche Begleitung des Fernsehwahlkampfes gewährleistete. Dieser Ansatz wurde mit der „Kommission zu den Kanzlerdebatten“ durch das Adolf Grimme-Institut aufgenommen, das die TV-Duelle mit einer Veranstaltungsreihe kritisch begleitet hat.⁹

IV. Digital statt nur dabei

Dass sich eine beträchtliche Anzahl von aktiven Mediennutzern mit diesem Tatbestand nicht abfinden wollte, zeigt ein Blick ins Netz. Wem die Zuschauerrolle bei den Duellen nicht ausreichte, der konnte das Geschehen auf den Fernsehbildschirmen in offenen Chats (u. a. bei [spiegel-online](http://www.spiegel-online) und [politik-digital](http://www.politik-digital)) kommentieren und diskutieren.¹⁰ Hier fand weitgehend das statt, was die Fernsehduelle nur eingeschränkt darstellen und vermitteln konnten: klare Stellungnahmen, politische Bekenntnisse, offene Attacken auf den Gegner, die Benennung und Ausnutzung vermeintlicher Schwächen sowie die eine oder andere Pöbeleien. Auch auf den Aktionsseiten der Parteien (<http://www.spd-extra.de> und <http://www.wahlfakten.de>) wurde umgehend reagiert, indem im Fernsehen geäußerte Statements des Gegners im Netz kommentiert und konterkariert wurden. Direkte Kommentare der Wählerinnen und Wähler wurden allerdings nur als E-Mail entgegengenommen und in die Online-Dokumentation des TV-Events eingebunden. Das Duell-Format ist selbstverständlich auch im Internet adaptiert worden. An vielen Stellen standen sich Kandidatinnen und Kandidaten gegenüber. So lieferten sich Sabine Leutheusser-Schnarrenberger (FDP) und Cem Özdemir

(Grüne) in den letzten 100 Tagen vor der Wahl ein E-Mail-Duell bei [spiegel-online](http://www.spiegel-online).¹¹

Ein innovatives Doppel-Chat-Format präsentierten [tagesschau.de](http://www.tagesschau.de), [politik-digital.de](http://www.politik-digital.de) und [wahlthemen.de](http://www.wahlthemen.de), die im Rahmen eines Kooperationsprojekts eine Reihe von Online-Duellen wie beispielsweise zwischen Edelgard Bulmahn (SPD) und Anette Schavan (CDU), Roland Koch (CDU) und Kurt Beck (SPD) sowie Günther Beckstein (CSU) und Cem Özdemir (Grüne) veranstalteten. Die Duelle konzentrierten sich jeweils auf ein zentrales Wahlthema wie Bildung, Wirtschaft oder innere Sicherheit. Die beiden Kontrahenten standen sich dabei – von einem Moderator begleitet – in einem gemeinsamen Chat-Fenster gegenüber. Die Teilnehmer konnten jedoch nicht nur, wie bei Einzel-Chats üblich, ihre Fragen stellen, sondern in einem zweiten Chat-Fenster auch ihre Kommentare und Meinungen zum Geschehen auf der Plattform kundtun. Damit wurde nicht nur eine Interaktion mit den Politikern, sondern auch unter den *Usern* selbst ermöglicht. Darüber hinaus wurden die Chat-Events über die Informations- und Debattenplattform <http://www.wahlthemen.de>, ein Kooperationsprojekt der Bundeszentrale für politische Bildung und des Zentrums für Medien und Interaktivität der Universität Gießen, durch ein Setting von Hintergrundinformationen, Debattenforen und Abstimmungs-Tools thematisch und dramaturgisch eingebunden.¹² An diesen Beispielen wird die Vernetzung verschiedener Medienkanäle durch das Internet deutlich. Auch wenn dabei die Ebene der Online-Kommunikation in ihrer Quantität noch weit hinter den Massenmedien zurücksteht, wird ihre interaktive und diskursive Qualität erkennbar, die für eine Weiterentwicklung derartiger Formate richtungweisend ist.

Im Rückblick auf den Online-Wahlkampf von 1998 erscheint vieles aus der heutigen Perspektive nicht nur bescheiden und unprofessionell, sondern auch aus dem Zufall geboren. Dennoch hat sich bereits damals eine Struktur und Dramaturgie für den Online-Wahlkampf herauskristallisiert, die in wesentlichen Teilen auch 2002 ihre Gültigkeit behalten hat. Zuerst lieferten die virtuellen Parteizentralen Wahlkampfmaterial, dann wurden mehr und mehr Kandidatendomains ausgekoppelt. Daraufhin richteten die Online-Medien ihre Aufmerksamkeit dem neuen Wahlkampf- und Kampagnenschauplatz zu und förderten vor allem die

⁹ Vgl. (http://www.grimme-institut.de/scripts/service/service_presse.html).

¹⁰ Vgl. z. B. das Transkript des Live-Chats zum zweiten Fernsehduell am 8. 9. 2002, (<http://www.wahlthemen.de/themenwahl/phasen/politikodershow/phase5/auswertungchat/transkriptbiebergroebel>). Leider sind hier nur die Kommentare der Experten, Professor Dr. Jo Groebel (Leiter des European Institute for the Media) und Dr. Christoph Bieber (Zentrum für Medien und Interaktivität der Universität Gießen), dokumentiert.

¹¹ Die Korrespondenz dauerte jedoch nur bis zum Rücktritt von Cem Özdemir wegen der Bonusmeilen-Affäre. Nachzulesen unter: (<http://www.spiegel.de/politik/debatte/0,1518,208621,00.html>).

¹² Vgl. (<http://www.zmi.uni-giessen.de/sektion1/wahlthemen.shtml>).

Vernetzung und Vergleichbarkeit der Angebote. Als Bedienungsanleitung für den Online-Wahlkampf kamen parteiunabhängige Bildungs- und Informationsangebote hinzu. Abgerundet wurde die Arena des Online-Wahlkampfes schließlich durch Umfragen, Testwahlen und Entertainment- bzw. Politainment-Formate, die entweder unter eigener Domain firmierten oder in andere Angebote integriert wurden.

V. Portale, Kanäle und Kampagnen 2002

Der Online-Wahlkampf zeichnet sich auch 2002 durch eine deutliche Dominanz der Parteiangebote und der berichterstattenden Medien aus, die quasi die Zentren der Wahlkampfkommunikation bilden und eine Standardisierung und Professionalisierung aufweisen. Während die Nachrichtenmedien ihre Aktivitäten vor allem in Wahl-Specials zusammenfassen (wie z. B. die ARD auf der Website <http://www.wahl.tagesschau.de>), haben die Parteien ihre Angebote in verschiedene Plattformen bzw. Kanäle gegliedert. Am differenziertesten ist hier die SPD vorgegangen, deren Parteiportal (<http://www.spd.de>) von vornherein in einem Channel-System organisiert ist, das sich zielgruppenorientiert an Mitglieder, Presse, Unterstützer und Jugendliche wendet. Hinzu kam die Negative-Campaigning-Plattform (<http://www.nicht-regierungsfahig.de>), die Aktionsseite zu den TV-Duellen (<http://www.spd-extra.de>), die Unterstützertseite (<http://www.wir-fuer-schroeder.de>) und die Personality-Site des Kanzlers (<http://www.gerhard-schroeder.de>) als „Herzstück“ der Online-Kampagne. In ähnlicher Weise haben sich auch die anderen Parteien positioniert. Die CDU hat mit <http://www.wahlfakten.de> eine bewusst sachlich gehaltene Themen- und Informationsplattform installiert, die insbesondere für flexible und schnelle Reaktionen (Rapid-Response) auf die Wahlkampf- und Medien-Events des politischen Gegners genutzt wurde. Parallel dazu wurden die persönliche Website des Kanzlerkandidaten (<http://www.stoiber.de>) und die Kampagnenplattform <http://www.zeitfuertaten.de> positioniert. Das Pendant von Bündnis 90/Die Grünen firmierte ebenfalls unter dem Kampagnennamen <http://www.gruen-wirkt.de>. Die PDS hat im Wahljahr die Online-Aktivitäten der Partei auf dem neuen Portal <http://www.sozialisten.de> zusammengeführt und unter <http://www.pds2002.de> eine separate Wahlkampfseite eingerichtet. Die FDP stellte auf ihrer Aktionsseite [\[zwei.de\]\(http://www.achtzehnzweitausend-zwei.de\) neben unzähligen Events und Spaßaktionen das Online-Spenden in den Mittelpunkt. Mit dem Bürgerfonds sollte jedoch nicht nur Geld gesammelt werden: „18|2002 Bürgerfonds für Deutschland ist die erste professionell gestaltete und transparente Fundraising-Kampagne in der deutschen Politik. Sie ist die Antwort der FDP auf die Spendenskandale anderer Parteien. Die FDP macht mit dieser Kampagne die Spendenwerbung selbst zum Wahlkampfthema.“ Dass die FDP pikanterweise unmittelbar nach der Wahl in einen Spendenskandal um die Finanzierung des Flugblattes von Vize-Parteichef Jürgen Möllemann geraten ist, lässt sich aber eher auf die „konventionelle“ Spendenpraxis zurückführen. Darüber hinaus wurde selbstverständlich die Reise von FDP-Chef Guido Westerwelle im „Guidomobil“ auf der Website <http://www.guidomobil.de> begleitet. Dieses Format der Online-Begleitung von Offline-Events ist ein zentraler inhaltlicher und struktureller Baustein aller Wahlkampfangebote. Die Rundreisen und Auftritte der Spitzenkandidaten werden so zu einem interaktiven Event verknüpft, dessen Schritte und Stationen lückenlos im Netz verfolgt werden können. Dabei dient das Internet einerseits als Werbebanner, andererseits als Vertiefungsmedium und zur Dokumentation der Ereignisse.](http://www.achtzehnzweitausend-</p></div><div data-bbox=)

VI. Digitale Dramaturgie

Neben der strategischen Aufstellung der Parteien im Netz spielte 2002 in zunehmendem Maße die zeitliche Dramaturgie des Wahljahres auch für den Online-Wahlkampf eine zentrale Rolle. Bereits sehr früh im Wahljahr wurden Websites verankert, um sich zu positionieren und über eine Operationsbasis zu verfügen, von der aus jederzeit eigene Aktionen gestartet und flexibel auf die Aktivitäten des politischen Gegners reagiert werden konnte. Christoph Bieber sieht in den frühzeitigen Internet-Aktivitäten nicht nur einen Hinweis auf den enormen Bedeutungszuwachs des Online-Wahlkampfes. „Darüber hinaus ist im Vorfeld der Bundestagswahl 2002 auch eine Dramaturgie zu erkennen, die von wesentlichen Eckdaten des politischen Jahreskalenders strukturiert wird. Dazu zählen die Kandidatennominierungen, Kommunal- oder Landtagswahlen, Bundes- und Wahlparteitage sowie die für die heiße Wahlkampfphase im Herbst vorgesehenen Fernsehduelle.“¹³

¹³ Christoph Bieber, Online-Wahlkampf 2002. Formate und Inhalte in der digitalen Politikarena, in: Media Perspektiven, (2002) 6, S. 277–283, hier S. 277.

Die FDP hatte bereits auf ihrem 52. Ordentlichen Bundesparteitag im Mai 2001 in Düsseldorf neben der „Strategie 18%“ eine weit reichende Richtungsentscheidung für den Bundestagswahlkampf 2002 getroffen: fdp.de wurde zum neuen offiziellen Logo der Liberalen. FDP-Chef Westerwelle beantwortete die Frage nach der Rolle des Internets als Wahlkampfinstrument in einem Interview mit heute.t-online.de: „Schon jetzt gehen mehr als eine halbe Million Menschen regelmäßig auf unsere Homepages. Das ist das erfolgreichste Anprachemittel der Wähler für die Freien Demokraten. Wir werden den Internet-Auftritt ausbauen . . .“¹⁴

Zu den Eckdaten des Online-Wahlkalenders zählte auch die Computermesse CeBIT im März 2002, auf der Politiker und Parteien vor allem Medienkompetenz präsentieren konnten. So wurde hier die neu gestaltete Website <http://www.bundeskanzler.de> der Öffentlichkeit vorgestellt, und die CDU präsentierte ihre Politiksimulation <http://www.wahlkreis300.de>. Dieses community-orientierte Spiel, das sich vor allem an Jung- und Erstwähler richtet, stellte zwar für die CDU konzeptionelles Neuland dar. Aber die Spielidee des virtuellen Wahlkreises, in dem man sich durch diverse Aktivitäten bis zum Kanzlerkandidaten hocharbeiten kann, war schlicht von der etablierten Politik-Community democracy online today (<http://www.dol2day.com>) übernommen worden. Dieser Affront gegen die Netz-Community sowie die Verwendung der offiziellen Logos anderer Parteien auf einer CDU-Website führten zu Protesten und einer zeitweiligen „feindlichen“ Übernahme des Wahlkreises300 durch dol2day-User.¹⁵

Eine wichtige Etappe im Online-Wahlkampf ist für die Parteien die offizielle Vorstellung der Homepage ihrer Spitzenkandidaten. Am 15. Mai stellte Edmund Stoiber auf einer Pressekonferenz seine persönliche Website vor. Der mediengerechte Ort für die Präsentation war eine „Surf-and-Sushi“-Bar in Berlin-Mitte. Zusammen mit seiner Frau Karin schaute sich der Kanzlerkandidat unter Anleitung des Online-Teams seine neue Website (<http://www.stoiber.de>) an und entschwand wieder. Eine ähnliche Strategie im Zusammenspiel etablierter Wahlkampf- und innovativer Netzmedien legte auch der Kanzler an den Tag. In dem Wissen, dass bisher noch jede Online-Aktivität ein Offline-Echo in den Medien gefunden hat, wurde der Launch seiner persönlichen Website (<http://www.gerhard-schroeder.de>) Ende

Juni konsequenterweise im Sony-Center in Berlin zelebriert. Höhepunkt war die Live-Übertragung eines Interviews durch AOL und freenet. Es folgte die obligatorische Pressemitteilung,¹⁶ die von über zwei Millionen Zugriffen in den ersten 48 Stunden nach der Freischaltung berichtete und Pressestimmen zitierte, die die Professionalität und medien-gerechte Ästhetik lobten. Was in der Folge mit der Website geschieht, schien niemanden mehr wirklich zu interessieren, es war zumindest keine Meldung mehr wert. Durch die Verschränkung von medialen Kanälen ist hier jedoch zumindest das Medienecho messbar, während es an gesicherten Erkenntnissen über die Wirkung der Online-Angebote auf die Wählerinnen und Wähler nach wie vor mangelt. Diese mediale Verschränkung zeigt sich auch daran, dass kaum ein Wahlplakat mehr ohne die Nennung der Website auskommt. Im Falle der Homepage von Bundeskanzler Schröder wurde im Zuge einer integrierten Kampagne sogar auf die identische Bebilderung von Web-Präsenz und Wahlplakat gesetzt.

Aber auch die Bundes- bzw. Wahlparteitage haben sich zu wichtigen Netz-Ereignissen entwickelt. Auf einer separaten Domain wie <http://www.spd-parteitag.de/> oder integriert in die Partei-Website findet auch im Internet eine intensive Vor- und Nachbereitung dieser zentralen Zeremonien in der Wahlkampf-dramaturgie statt.¹⁷

Damit verlagert sich auch der Online-Wahlkampf für kurze Zeit auf den Inhalt und vor allem auf die mediale Umsetzung der auf einem Wahlparteitag zelebrierten „Krönungsmessen“. Neben der Bereitstellung und Dokumentation von Anträgen, Beschlüssen und zentralen Reden in Bild, Ton und Wort liegt der Schwerpunkt auch im Netz auf der Darstellung der positiven Stimmung und des Siegeswillens. Ebenso wie es der Parteitage-regie in der Regel gelingt, die Berichterstattung der Massenmedien in diesem Sinne zu lenken, werden selbstverständlich auch auf den Parteitage-Websites alle Register einer positiven Selbstinszenierung gezogen. Hans-Georg Soeffner und Dirk Tänzler haben bereits anhand ihrer Analyse des Leipziger Parteitags der SPD von 1998 zeigen können, dass die mediale Berichterstattung über den Wahlparteitag trotz der kritischen Attitüde nichts anderes als eine „Hofberichterstattung“ liefert. „Die Medienvertreter erliegen selbst der Macht

16 Vgl. (<http://www.spd.de/servlet/PB/menu/1019058/index.html>).

17 Vgl. hierzu ausführlich: Eike Hebecker, Digitale Delegierte? Funktionen und Inszenierungsstrategien virtueller Parteitage, in: Ulrich von Alemann/Stefan Marschall (Hrsg.), Parteien in der Mediendemokratie, Wiesbaden 2002, S. 232–255.

14 Zit. in: (<http://www.heute.t-online.de/ZDFheute/artikel/0,1367,POL-0-174991,FF.html>).

15 Vgl. Torsten Kleinz, Offene Plattform oder Plagiat?, in: telepolis vom 22. 3. 2002 sowie ders., Wahlkreis der Affen?, in: telepolis vom 3. 4. 2002, (<http://www.heise.de/tp>).

der schönen Bilder und haben kein adäquates Medienformat zur Bewältigung der neuen Realität.“¹⁸

Die zeitliche Dramaturgie des Online-Wahlkampfes verweist damit auch auf seine generelle Strategie. Im Internet wird nicht nur begleitet, was sich an anderen Orten oder in anderen Medien ereignet. Im und um das Netz wird vielmehr selbst eine Reihe von Events inszeniert, die ihrerseits crossmedial vermarktet werden. Damit wird das Internet als unverzichtbarer Bestandteil in den Medienverbund der Wahlkampfkommunikation integriert.

VII. Interaktivität inaktiviert?

Zur „interaktiven“ Standardausstattung politischer und Bericht erstattender Websites gehören Newsletter, Diskussionsforen, Chats, Abstimmungstools zu aktuellen Fragen, reichhaltige Download-Bereiche für Text-, Bild- und Tondokumente sowie Entertainment-Angebote mit Grußkarten, Spielen und Flash-Animationen. Der Anwendung dieser Ausstattungsmerkmale ist vor allem die pflichtbewusste Bereitstellung als unverzichtbares Element der Online-Kommunikation und der instrumentelle Charakter im Sinne der Aufmerksamkeitslenkung und Nutzer-Bindung gemein. Bereits die Verknüpfung von Hintergrundinformationen, aktuellen Themen sowie Foren und Chats ist keine Selbstverständlichkeit, und der Einsatz von Spiel- und Abstimmungstools ist in der Regel eine sich selbst genügende Veranstaltung. Man könnte hier auch von Interaktivitäts-Simulationen sprechen, weil der entscheidende Faktor für die Integration innovativer Tools in der Regel deren Alleinstellungsmerkmal und weniger das kommunikative Potenzial ist. Während das Internet auf der Ebene der internen Parteikommunikation als zentralisiertes Distributionsmittel im Rahmen der Wahlkampforganisation und Mitglieder motivation intensiv genutzt wird, ist eine solche Ambitioniertheit bei Angeboten einer interaktiven Wählerkommunikation noch zu vermissen. Das scheint jedoch weniger an den Erwartungen und der Bereitschaft der Nutzer als vielmehr am Willen der Wahlkampfstrategen zu liegen. Nimmt man die als „interaktiv“ firmierenden Formate genauer in Augenschein, lassen

18 Hans-Georg Soeffner/Dirk Tänzler, Medienwahlkämpfe. Hochzeiten ritueller Politikinszenierung, in: Andreas Dörner/Ludgera Vogt (Hrsg.), Wahl-Kämpfe. Betrachtungen über ein demokratisches Ritual, Frankfurt/M. 2002, S. 92–115, hier S. 112.

bereits die Benutzerfreundlichkeit, Moderation und Pflege der Angebote zu wünschen übrig. Und wer sich einmal die Mühe gemacht hat, eine direkte Anfrage an die Wahlkampfzentralen oder einzelne Politiker zu stellen, kann – Ausnahmen bestätigen die Regel – von langen Wartezeiten berichten, wenn er denn überhaupt eine Antwort erhält. So entsteht leicht der Eindruck, dass – trotz der anders lautenden Intention – die Rückkanalfunktion im Sinne eines interaktiven Diskurses, der Wünsche, Anregungen und Fragen der Wähler kommuniziert, nicht wirklich erwünscht ist. Das Internet funktioniert hier nach wie vor als Wahlkampfkommunikation von „oben“. Eine Partizipation im Sinne deliberativer Themendiskussionen findet nicht statt, und die Kommunikation beschränkt sich auch hier letztlich auf die Motivation zu Urnengang und Stimmabgabe.

Die Erwartungen, die Internet-User an die Parteiangebote und Politiker-Websites stellen, weisen jedoch in die entgegengesetzte Richtung. In der Online-Studie „eCandidates2002“ wurde erstmals ein Test von Politiker-Websites mit einer repräsentativen Nutzerbefragung verbunden. Die Hälfte der Befragten hält die Internetpräsenz der Kandidaten im Wahlkampf für wichtig oder sehr wichtig. 36 Prozent gaben an, sich im Internet über Parteien und Kandidaten zu informieren. Die inhaltlichen Präferenzen liegen bei den politischen Arbeitsschwerpunkten der Kandidaten, den Parteiprogrammen sowie der argumentativen Aufbereitung der Positionen. Im Servicebereich werden Links zu aktuellen Themen und Text-Downloads bevorzugt und rangieren direkte Kontaktmöglichkeiten und Online-Sprechstunden weit vor Online-Spenden, dem Parteibeitritt per Mausklick sowie Gästebüchern und Foren, die vielfach von den Parteien angeboten werden.¹⁹ Im Online-Wahlkampf sind 2002 jedoch nicht mehr nur die netz-affinen Kandidatinnen und Kandidaten mit einer eigenen Homepage präsent. Das Internet gehört mittlerweile zu den medialen Pflichtübungen, und die Erwartungshaltung der Wählerinnen und Wähler ist mittlerweile so hoch, dass semiprofessionelle Auftritt nicht mehr ausreichen. Dass sich zumindest die Partiseiten im Hinblick auf ihre Professionalität und Nutzerfreundlichkeit nicht vor einem Vergleich mit Unternehmensseiten scheuen müssen, zeigt eine Untersuchung des Dortmunder ProfNet Instituts für Internet-Marketing. Hier erhielten die Online-Auftritte der deutschen Parteien durchschnittlich bessere Noten als die von Wirtschaftsunternehmen.²⁰

19 Vgl. politik-digital.de/eMind@emnid/3-point-concepts, eCandidates2002. (<http://www.3-point.de/downloads/ecandidates2002.pdf>), hier S. 14ff.

20 Vgl. Duell im Netz, in: Capital, 17/2002, S. 22.

VIII. Der parteiunabhängige Online-Wahlkampf

An der Peripherie des Online-Wahlkampfes finden sich nach wie vor eine Vielzahl partei-unabhängiger Angebote, die rein privat betrieben oder institutionell organisiert sind. Je nach Qualität und Originalität kann es jedoch auch passieren, dass diese in das Zentrum rücken bzw. von den professionellen Playern integriert oder adaptiert werden. Vor allem der systematische Ausbau von Bildungs- und Wissenschaftsangeboten, die die Bundestagswahl nicht nur zum Thema machen, sondern selbst innovative Formate der Wählerbildung, -motivation, -kommunikation und -evaluation im Netz erproben, hat zur Etablierung einer dritten Säule des Online-Wahlkampfes neben den Parteien und den Bericht erstattenden Medien geführt. Allein die Bundeszentrale für politische Bildung produzierte und unterstützte eine Reihe von Projekten, die sich an unterschiedliche Zielgruppen wandten.²¹ Darüber hinaus sind vor allem im universitären Umfeld zahlreiche Projekte und Initiativen entstanden, die sich mit Online-Prognosen sowie der Wahlmotivation und -bildung befassen.²²

Während sich der Online-Wahlkampf entlang seiner tragenden Säulen aus Parteien, Berichterstattung und Wählerbildung weiterentwickelt, etabliert und professionalisiert hat, ist die Begeisterung für die Bundestagswahl im Netz groß. Die Eingabe „Wahlkampf 2002“ ergab im September 2002 je nach Suchmaschine etwa 150 000 bis 170 000 Treffer und keine Spur von Politikverdrossenheit. Dass überall alles zur Bundestagswahl zu finden ist, liegt weniger am Gegenstand, sondern an der Logik der Informationsaufbereitung und -verwertung im Internet. Die Basisinformationen sind frei verfügbar, ein Link ist schnell gesetzt und kein Anbieter, privat oder professionell, will sich die Blöße geben, nicht vorweisen zu können, was anderenorts auch präsentiert wird. Das Aufmerksamkeitspotenzial um das Thema Bundestagswahl, das politische Interesse und Engagement oder einfach der Selektions- und Präsentationseifer der User sind ausschlaggebend für die aktive Beteiligung in der Arena des Online-Wahlkampfes. Unabhängig von der Qualität und individuellen Reichweite zählt hier allein die Präsentation einer

eigenen Auswahl an Themen, Positionen und Links, mit denen man sich von der Peripherie direkt an die Zentren des Wahlkampfes anschließt.

Als der Entertainer Harald Schmidt während der heißen Wahlkampfphase in seiner Show die Website <http://www.wahl-o-mat.de> anklickte und sich vor laufenden Kameras dem kritischen Selbsttest seiner politischen Einstellung unterzog, waren die Folgen absehbar: Es konnte zwar nicht unbedingt erwartet werden, dass nach dem Abgleich der parteipolitischen Statements mit den Antworten des Entertainers eine konkrete Wahlempfehlung für Bündnis 90/Die Grünen ausgeworfen wurde. Aber dass unter den Klicks tausender Schmidt-Fans der Server der Website kurz nach der Sendung „in die Knie ging“, war durchaus kalkulierbar. Die Betreiber des wahl-o-mat, 80 Studierende der Freien Universität Berlin, die sich in dem Projekt „Politikfabrik“ zusammengefunden haben, konnten sich über diesen Medien-Coup freuen. Der Durchbruch war geschafft, und die Userzahlen kletterten von 2 600 vor der Sendung auf 2 269 756 „Wahlhilfen“ bis zum 22. 9. 2002 um 18.00 Uhr. Allein die Begeisterung des Kooperationspartners, der Bundeszentrale für politische Bildung, auf deren Server der wahl-o-mat lief, war nicht uneingeschränkt. Auch ihre Onlineangebote waren erst am folgenden Tag wieder erreichbar, aber etwas vom Glanz der gelungenen und innovativen Aktion strahlte natürlich auch auf ihr Image ab.

Der Online-Wahlkampf 2002 weist in seiner Bandbreite ambivalente Tendenzen auf, die von einer Professionalisierung und Standardisierung über eine Dynamisierung bis hin zu einer Popularisierung im Sinne eines Massenmediums reichen. Die Arena aus Parteien, Bericht erstattenden Medien, Wählerbildung sowie dem aktiven und passiven Publikum ist jedoch nicht hermetisch geschlossen, sondern ein Austausch und Mobilität ist zwischen diesen Ebenen nach wie vor gegeben. Darüber hinaus ist eine intensive Vernetzung der verschiedenen Wahlkampfmedien feststellbar. In welche Richtung sich der Online-Wahlkampf weiterentwickelt und ob interaktive Formate gegenüber der Kolonisierung durch die massenmediale Kommunikation bestehen können, bleibt abzuwarten. Dies hängt maßgeblich davon ab, ob sich die Parteien noch mehr für interaktive Diskussions- und Beteiligungsformate öffnen. Das Potenzial und die Nachfrage dafür bestehen auf Seiten der Internet-User und müssen gegebenenfalls durch parteiunabhängige Institutionen und Initiativen weiterentwickelt werden. Medien-, Parteien- und Beteiligungsdemokratie bilden hier keinen Gegensatz, sondern markieren eine gemeinsame Entwicklungsperspektive, die es nachhaltig zu nutzen gilt.

21 Vgl. u. a. (<http://www.hanisauland.de>, <http://www.projekt-wahlen2002.de>, <http://www.wahl-gang.de>, <http://www.wahlthemen.de>).

22 Stellvertretend sei hier auf die Projekte: <http://www.erstwaelher2002.de> (Universität Düsseldorf), <http://www.wahlumfrage2002.de> (Universität Bamberg) und <http://www.wahlkampf2002.net> (Universität Kiel) verwiesen.

Dieter Roth

Dipl.-Volkswirt, Dr. phil., geb. 1938; seit 1974 Mitglied des Vorstands der Forschungsgruppe Wahlen e.V.; Honorarprofessor an der Universität Heidelberg.

Anschrift: Forschungsgruppe Wahlen e. V., Postfach 101 121, 68011 Mannheim.

E-Mail: dieter.roth@forschungsgruppe.de

Veröffentlichungen u. a.: Empirische Wahlforschung, Opladen 1998; zahlreiche Beiträge zur Wahlforschung, zum Parteiensystem und zur Politischen Ökonomie.

Matthias Jung

Dipl.-Volkswirt, geb. 1956; seit 1987 Mitarbeiter der Forschungsgruppe Wahlen e.V. und Mitglied des Vorstands.

Anschrift: Forschungsgruppe Wahlen e. V., Postfach 101 121, 68011 Mannheim.

E-Mail: matthias.jung@forschungsgruppe.de

Veröffentlichungen zur Wahlforschung, Methoden der Umfrageforschung und zur Militärsoziologie.

Wolfgang Hartenstein

Dr. phil., geb. 1928; 1959–1993 Abteilungsleiter beim Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas); seit 1997 Berater von Infratest dimap; seit 1965 Mitarbeit bei der ARD-Wahlberichterstattung.

Anschrift: Im Apfelgarten 36, 53177 Bonn.

E-Mail: swhartent@aol.com

Veröffentlichungen u. a.: Den Wählern auf der Spur, St. Ingbert 2002; Fünf Jahrzehnte Wahlen in der Bundesrepublik, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 21/2002; regelmäßige Beiträge zu Nachwahlanalysen in infas Politogramm und Infratest dimap WahlReport.

Rita Müller-Hilmer

Dipl.-Soz., geb. 1951; Bereichsleiterin Politikforschung bei Infratest Sozialforschung in Berlin.

Anschrift: Infratest Sozialforschung, Moosdorfstraße 7–9, 12435 Berlin.

E-Mail: rita.mueller-hilmer@nfoeurope.com

Veröffentlichungen u. a.: Die niedersächsische Landtagswahl. Die Kür des Kanzlerkandidaten, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, (1998); regelmäßige Beiträge zu Nachwahlanalysen in: Infratest dimap WahlReport.

Kai Arzheimer

Dr. phil., geb. 1969; wiss. Mitarbeiter am Institut für Politikwissenschaft der Universität Mainz.

Anschrift: Universität Mainz, Institut für Politikwissenschaft, 55099 Mainz.

E-Mail: Arzheimer@politik.uni-mainz.de

Veröffentlichungen u. a.: (zus. mit Harald Schoen und Jürgen W. Falter) Rechtsextreme Orientierungen und Wahlverhalten, in: Wilfried Schubarth/Richard Stöss (Hrsg.), Rechtsextremismus in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Bilanz, Opladen 2001; Politikverdrossenheit. Bedeutung, Verwendung und empirische Relevanz eines politikwissenschaftlichen Begriffes, Wiesbaden 2002.

Jürgen W. Falter

Dr. rer. pol., geb. 1944; Professor für Politikwissenschaft am Institut für Politikwissenschaft der Universität Mainz.

Anschrift: Universität Mainz, Institut für Politikwissenschaft, 55099 Mainz. E-Mail: Falter@politik.uni-mainz.de

Veröffentlichungen u. a.: Hitlers Wähler, München 1991; Wer wählt rechts? Die Wähler und Anhänger rechtsextremistischer Parteien im vereinigten Deutschland, München 1994; Behavioralism, in: International Encyclopaedia of the Social and Behavioral Sciences, London 2002.

Frank Brettschneider

Dr. rer. pol., geb. 1965; seit 2001 Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Augsburg.

Anschrift: Universität Augsburg, Kommunikationswissenschaft, Universitätsstraße 10, 86135 Augsburg.

E-Mail: bretschnneider@web.de

Veröffentlichungen u. a.: Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich, Wiesbaden 2002; Wahlen in der Mediengesellschaft. Der Einfluss der Massenmedien auf die Parteipräferenz, in: Ulrich von Alemann/Stefan Marschall (Hrsg.), Parteien in der Mediendemokratie, Wiesbaden 2002.

Eike Hebecker

Dr. rer. soc., geb. 1970; wiss. Mitarbeiter am Zentrum für Medien und Interaktivität (ZMI) der Justus-Liebig-Universität Gießen; Projektleiter von www.wahlthemen.de.

Anschrift: Zentrum für Medien und Interaktivität der Justus-Liebig-Universität, Ludwigstraße 34, 35390 Gießen.

E-Mail: eike.hebecker@zmi.uni-giessen.de

Veröffentlichungen u. a.: (Mitherausgeber) Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim 1997; (Mitherausgeber) Neue Medienumwelten – Zwischen Regulierungspraxis und alltäglicher Aneignung, Frankfurt/M. 1999; Die Netzgeneration – Jugend in der Informationsgesellschaft, Frankfurt/M. 2001.

Nächste Ausgabe

Christoph Kleßmann

Zeitgeschichte als wissenschaftliche Aufklärung

Karl-Ernst Jeismann

Geschichtsbilder: Zeitdeutung und Zukunftsperspektive

Bernd Faulenbach

Die Vertreibung der Deutschen aus den Gebieten jenseits von Oder und Neiße als Thema der wissenschaftlichen und öffentlichen Diskussion in Deutschland

Klaus Steinbach

Zur Wahrnehmung von Diktaturen im 20. Jahrhundert

Michael Gehler

Zeitgeschichte zwischen Europäisierung und Globalisierung

Dieter Roth/Matthias Jung

Ablösung der Regierung vertagt: Eine Analyse der Bundestagswahl 2002

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49–50/2002, S. 3–17

■ Die Analyse der Bundestagswahl 2002 zeigt einerseits den starken Einfluss der Ereignisse der letzten Wochen vor der Wahl. Andererseits wird aber auch deutlich, dass dieser knappe Sieg nur möglich war, weil die Union und ihr Kanzlerkandidat trotz hoher Unzufriedenheit mit der rot-grünen Regierung nicht als zwingende Alternative im Lager der wechselbereiten Wähler wahrgenommen wurden. Deshalb hat sich ein Großteil dieser Schlüsselgruppe im Zweifelsfall für das Bestehende und gegen den Wechsel entschieden. Insofern sind hier die gleichen Muster erkennbar, die auch schon dazu beigetragen haben, dass die Ablösung von Helmut Kohl immer wieder unterblieben ist. Bei der Wahl 2002 wurde ein weiteres Mal deutlich, dass die Wähler in den neuen Bundesländern die moderneren, die flexibleren Demokraten sind: weniger festgelegt in der Vorstellung, überhaupt zur Wahl gehen zu müssen, aber auch weniger festgelegt, welche Partei sie wählen. Alte Zuordnungen werden immer weniger verlässlich. Parteien müssen immer heterogenere Gruppen ansprechen.

Wolfgang Hartenstein/Rita Müller-Hilmer

Die Bundestagswahl 2002:

Neue Themen – neue Allianzen

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49–50/2002, S. 18–26

■ Bei der Wahl am 22. September haben sich bedeutende Umschichtungen zwischen den politischen Lagern vollzogen. Vier Veränderungen in den Sozialprofilen der Parteien werden beschrieben und gedeutet. Bei den Wählerwanderungen sind nicht nur – wie früher schon – Unterschiede zwischen Ost und West, sondern auch deutliche Nord-Süd- sowie Stadt-Land-Gefälle zu beobachten. In der Arbeiterschaft lassen sich starke Abwanderungen von der SPD zur Union registrieren. Männer und Frauen haben nicht – wie seit 30 Jahren – in gleicher Weise für die beiden großen Parteien votiert; zum ersten Mal hat die SPD bei den Frauen einen klaren Vorsprung. Die neue Gruppe der Jungwähler hat sich diesmal in ihrer Stimmabgabe der Gesamtheit der Wähler angenähert.

Kai Arzheimer/Jürgen W. Falter

Ist der Osten wirklich rot?

Das Wahlverhalten bei der Bundestagswahl 2002 in Ost-West-Perspektive

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49–50/2002, S. 27–35

■ Zwölf Jahre nach der Vereinigung der beiden deutschen Staaten hat sich das Wahlverhalten in den neuen Ländern keineswegs den aus dem Westen bekannten Muster angeglichen. Die ehemaligen DDR-Bürger haben

weitaus seltener stabile Bindungen an die politischen Parteien entwickelt als ihre Mitbürger in der alten Bundesrepublik. Beiden großen Parteien fehlt es deshalb in den neuen Ländern an verlässlichen Anhängern. Darüber hinaus unterscheiden sich Ost- und Westdeutsche in ihren grundlegenden politischen Präferenzen: Die Bürger der neuen Länder erwarten vom Staat ein größeres Engagement im Bereich der Frauen-, Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik und messen dem Wert der Gleichheit mehr Bedeutung zu als die Westdeutschen. Bei der vergangenen Bundestagswahl konnte die SPD mit hoher Wahrscheinlichkeit von diesen Besonderheiten profitieren. Dies bedeutet aber nicht, dass die SPD damit dauerhaft zur stärksten Partei in den neuen Ländern geworden ist.

Frank Brettschneider

Die Medienwahl 2002:

Themenmanagement und Berichterstattung

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49–50/2002, S. 36–47

■ Die Bewertung der Parteien und ihres Führungspersonals hängt maßgeblich vom Themen-Set der Berichterstattung ab. Für die Mobilisierung der Stammwähler sind die richtigen Wahlkampfthemen entscheidend. Und Wechselwähler nutzen die in den Medien dominierenden Themen als Maßstab zur Beurteilung der Parteien und Politiker. Die Bundestagswahl 2002 hat nicht zuletzt dies unter Beweis gestellt: Ohne ein aktives Gestalten des kommunikativen Umfeldes – ohne Agenda-Setting, Agenda-Cutting und Agenda-Surfing – lassen sich Wähler nicht gewinnen; selbst dann nicht, wenn man, wie die Union, in den langfristig wichtigsten Themenfeldern als die kompetentere Partei angesehen wird.

Eike Hebecker

Experimentieren für den Ernstfall

Der Online-Wahlkampf 2002

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 49–50/2002, S. 48–54

■ Wahlkämpfe sind Hochzeiten medialer Innovation in der politischen Kommunikation. Die Rolle des Internets und die Entwicklung hin zu einem eigenständigen Bereich des Online-Wahlkampfes stellt sich 2002 ambivalent dar. Einerseits kann eine Intensivierung, Professionalisierung und Popularisierung konstatiert werden. Andererseits ist eine Standardisierung und medienübergreifende Vernetzung der Angebote zu beobachten. Der Autor liefert eine aktuelle Bestandsaufnahme und beschreibt die Potenziale und Perspektiven des Online-Wahlkampfes im Spannungsfeld zwischen Zuschauer- und Beteiligungsdemokratie sowie massenmedialer Kommunikation und interaktiver Partizipation. Dabei kommt er zu dem Schluss, dass 2002 noch eine Phase des Experimentierens war und ein Durchbruch in die eine oder andere Richtung erst 2006 oder 2010 zu erwarten ist.