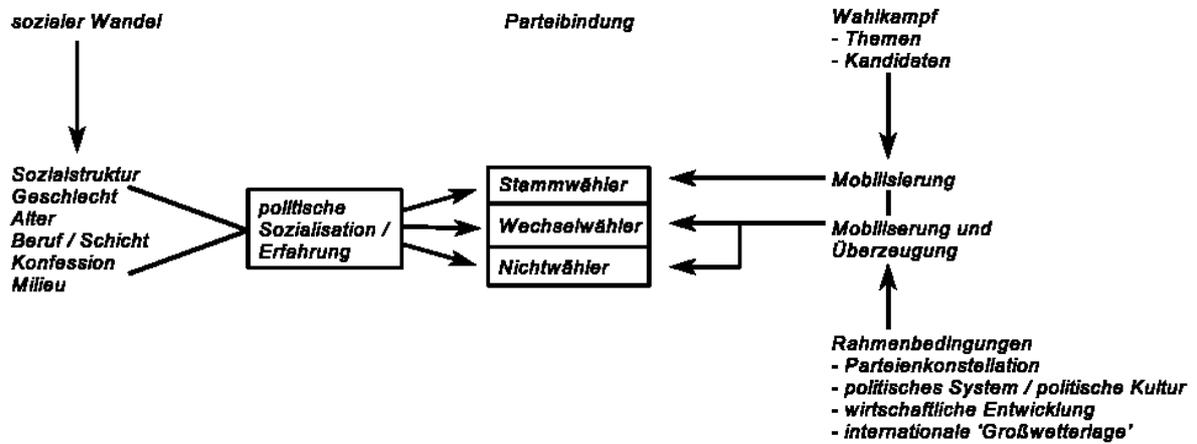
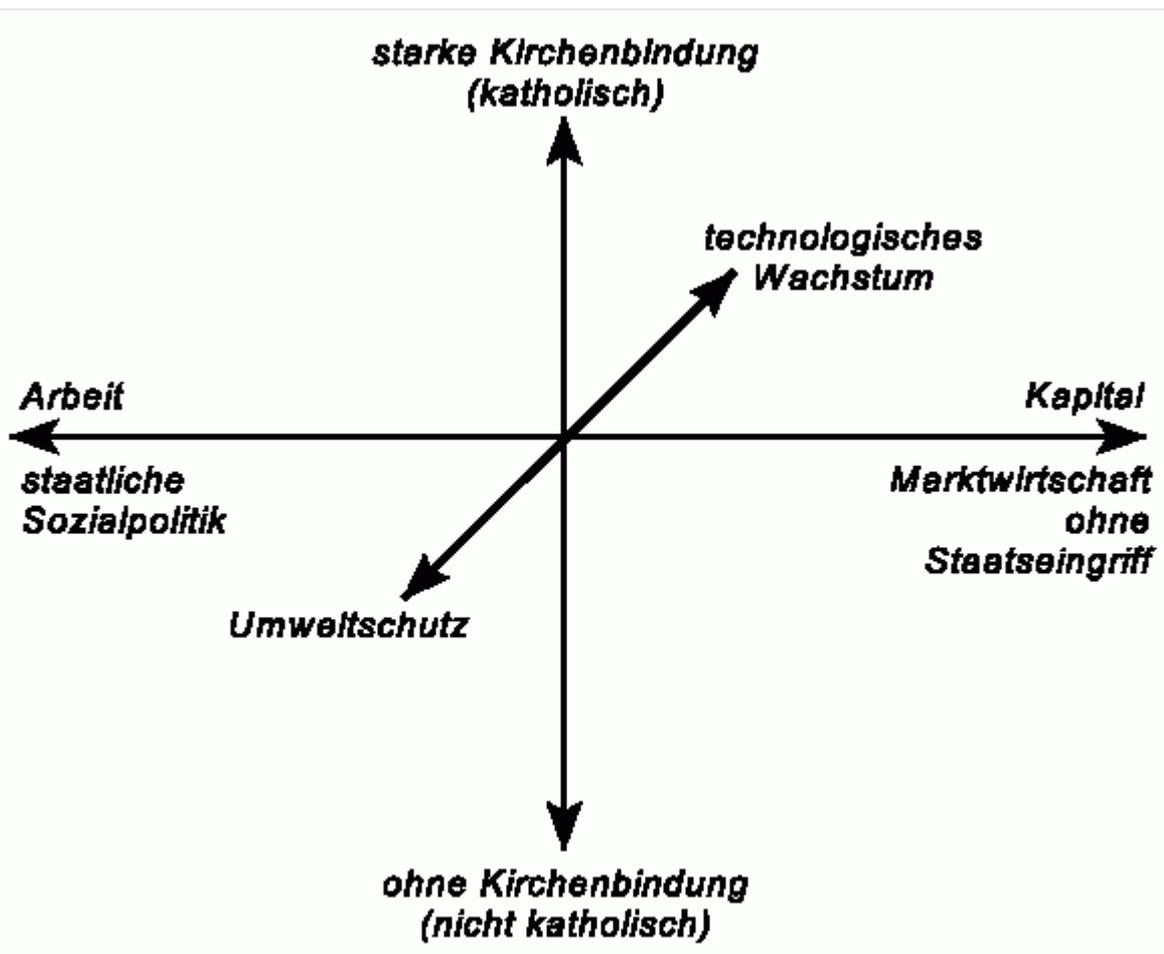


# Der Wechselwähler



5



---

Text in Abschnitte gliedern:

### **Der Wechselwähler**

- 15 Als Wechselwähler wird der Wähler bezeichnet, der z.B. bei zwei aufeinander folgenden gleichen Wahlen (also z.B. bei zwei Bundestagswahlen) für verschiedene Parteien gestimmt hat. Der Anteil der Wechselwähler hat deutlich zugenommen und wird auf fast 40 Prozent geschätzt; er scheint jedoch in den 80er Jahren zugenommen zu haben. Die politische Einschätzung der Wechselwähler variiert zwischen "Flugsand" der Demokratie und dem Typus des besonders rational abwägenden
- 20 Wählers. Fragt man nach den Voraussetzungen für Wechselwählerverhalten, setzt eine Erklärung bei den sozialstrukturellen Einflussfaktoren an. Bei Wählergruppen mit gegenläufigen Bindungen wird angenommen, daß sie in ihrer parteipolitischen Orientierung offener sind. Dies gilt z.B. für gewerkschaftlich gebundene Arbeiter, die gleichzeitig kirchlich engagiert sind. Bei dieser Gruppe dürften sich Einflüsse von SPD und Union kreuzen. Die Bereitschaft, bei Wahlen einmal die Partei
- 25 zu wechseln, dürfte aus ähnlichen Überlegungen heraus auch wachsen, wenn im unmittelbaren Kontaktkreis unterschiedliche politische Vorstellungen und Parteiorientierungen vertreten sind. Eine wachsende Gruppe mit einem relativ hohen Anteil an Wechselwählern, die dementsprechend auch das Ziel besonderer Parteienanstrengungen ist, stellt der neue Mittelstand (Beamte, Angestellte) dar. Die Ursachen für Wechselwählerverhalten müssen aber nicht nur in Faktoren der sozialen Umwelt
- 30 gesucht, sie können auch im wachsenden Gewicht politischer Sach- und Personalfragen gesehen werden. Unter dem personellen Aspekt sind vor allem die Kanzlerkandidaten ein Einflussfaktor. Bei den politischen Themen gilt, daß ihr Einfluß auf das Wählerverhalten um so größer ist, je mehr der folgenden Voraussetzungen erfüllt sind: Das Thema muß die Aufmerksamkeit des Wählers erregen, wobei die Massenmedien eine wichtige Rolle spielen; der Wähler muß sich in seiner Interessenlage
- 35 betroffen sehen; er muß das Thema mit den Parteien verknüpfen, indem er ihnen Schuld oder Verdienst zuspricht oder erwartet, daß sie in bestimmter Weise reagieren. Dabei geht es weniger um detaillierte Problemlösungen, als darum, wem der Wähler die Lösungskompetenz zuschreibt. Das Urteil des Wählers entsteht nicht im politisch luftleeren Raum. Es wird u.a. von Massenmedien, sozialen Kontakten, Gruppenbindungen beeinflusst. Für Stammwähler gilt, daß sie gerade bei
- 40 komplexen Problemen häufig bereit sind, die Bewertung ihrer Partei zu übernehmen. Je stärker sich der Wähler allerdings unmittelbar von politischen Ereignissen betroffen sieht und je eher er sich ein selbständiges Urteil zutraut, desto unabhängiger reagiert er. Die Erfahrung lehrt, daß in der Regel innenpolitische Themen für das Wählerverhalten bedeutsamer sind als außenpolitische. Unter dem Gesichtspunkt der direkten Betroffenheit wird auch verständlich, daß in der Geschichte der
- 45 Bundesrepublik wirtschaftliche Fragen das Wählerverhalten besonders stark beeinflusst haben. Einmal besitzen wirtschaftliche Ziele innerhalb des Zielkatalogs der meisten Wähler besonderes Gewicht, zum anderen sind die Folgen wirtschaftlicher Fehlentwicklungen, insbesondere Arbeitslosigkeit und Inflation, für die meisten Wähler direkt spürbar.
- Aus: W. Woyke: Stichwort: Wahlen, 8. überarb. Aufl., Opladen 1994, S. 202 ff.

50

### **Sind politisch informierte Bürger eher Wechselwähler?**

- basierend auf einem Aufsatz von Philip E. Converse "Wie viele und welche Informationen die Wähler erreichen, entscheidet über die Kontinuität des Wahlverhaltens. Am ehesten wechseln nur
- 55 wenig an Politik interessierte und wenig informierte Wähler die Partei. Politisch sehr interessierte und informierte Wähler haben das stabilste Wahlverhalten."

"Warum entscheiden sich Wähler bei einer politischen Wahl für eine andere Partei als in der

60 Vergangenheit? Welche Rolle spielen dabei die politischen Informationen und Botschaften, die die  
Wähler aus den Massenmedien beziehen oder im persönlichen Gespräch etwa mit Freunden und  
Bekanntem aufnehmen? Und welche Bedeutung hat das Vorwissen und der Informationsstand der  
Wähler zu politischen Fragen? Der amerikanische Politikwissenschaftler Philip Converse  
entwickelte ein Modell, das klären soll, wie die Stabilität bzw. der Wechsel im Wählerverhalten  
65 abhängt von dem Zusammenwirken von gesellschaftlichen Informationsflüssen einerseits und dem  
politischen Vorwissen der Wähler andererseits."

"Drum prüfe, wer sich ewig bindet..."

70 "Eine Art Basislinie der Wahlentscheidung stellt die sogenannte Parteiidentifikation dar, also eine  
langfristige, emotional getönte Bindung von Wählern an Parteien. Wenn nicht bei einer anstehenden  
Wahl kurzfristig aktuelle Faktoren, z.B. die öffentliche Diskussion einer politischen Streitfrage, die  
Wahl einer anderen Partei begünstigen, dann gibt die Parteiidentifikation eines Bürgers vor, welche  
Partei er wählen wird. Kurzfristig aktuelle Faktoren können natürlich nur dann in die  
75 Wahlentscheidung eingehen, wenn die Wähler von ihnen erfahren, etwa durch die Berichterstattung  
im Fernsehen. Wenn nun, im Extremfall, ein Wähler überhaupt nicht von neuen Informationen zu  
den Parteien oder zu politischen Streitfragen erreicht würde, sei es, weil nur wenig oder gar nicht  
berichtet wird, sei es, weil der betreffende Wähler sich nicht für Politik interessiert, entspräche seine  
Wahlentscheidung ausschließlich seiner langfristigen Parteibindung - sofern er überhaupt zur Wahl  
ginge."

80 "Information und Interesse - die Mischung macht's"

"In welchem Ausmaß ein Wähler von aktuellen politischen Informationen und Botschaften erreicht  
wird und er insofern zu einer Änderung seiner Wahlentscheidung bewegt werden könnte, hängt  
nach Converse also vor allem von zwei Bedingungen ab: zum einen von dem Angebot an  
85 politischer Kommunikation in einer Gesellschaft, das vor allem durch die Massenmedien  
bereitgestellt wird, zum anderen vom Politikinteresse eines Wählers. Für diejenigen Bürger, die sich  
auf Dauer überhaupt nicht für politische Fragen interessieren und die deshalb auch nicht von  
politischen Informationen erreicht werden, erwartet Converse ein vollständig stabiles Wahlverhalten  
im Einklang mit der Parteiidentifikation. Bei den Wählern mit einem immerhin geringen Interesse  
90 an Politik sagt das Modell von Converse die größte Wahrscheinlichkeit instabilen und wechselnden  
Wahlverhaltens voraus, da diese Wähler einerseits von politischen Botschaften erreicht werden und  
andererseits aufgrund ihres nur geringen Politikinteresses und Vorwissens über Politik diesen  
Botschaften nur wenig an Argumenten entgegenzusetzen haben. Eine wieder sehr viel größere  
Stabilität im Wählerverhalten wird dem Converseschen Modell zufolge für diejenigen Wähler  
95 vorhergesagt, die sich durchschnittlich oder sogar stark für Politik interessieren. Solche Wähler  
werden zwar von einer Vielzahl an politischen Botschaften erreicht, die im Prinzip zu einer  
Änderung der Wahlentscheidung führen könnten. Sie können aber auch aus einem vergleichsweise  
reichhaltigen Fundus an politischem Vorwissen schöpfen und sind deswegen nur sehr schwer von  
ihrem politischen Standpunkt abzubringen."

100 "Der Klassiker heute"

"Inwieweit gelten nun die theoretischen Überlegungen, die Philip Converse im Jahre 1962  
formulierte, für die Situation einer modernen Mediengesellschaft wie der Bundesrepublik? In der  
Presse und den elektronischen Medien wird täglich umfassend über Politik berichtet. Somit dürfte  
105 es insbesondere zu Zeiten der Wahlkämpfe, die nicht zuletzt auch in den elektronischen  
Massenmedien stattfinden, selbst für politisch nur sehr wenig interessierte Wähler fast unmöglich  
sein, politische Inhalte vollständig zu umgehen. In der Kombination könnten somit für einen nicht  
kleinen Teil der Bevölkerung beide Bedingungen erfüllt sein, bei denen Philip Converse eine hohe  
Wechselbereitschaft der Wähler erwartet: ein eher geringer Informationsstand bei politischen

110 Fragen und eine gewisse Erreichbarkeit durch politische Inhalte.

*sowinet.de <http://www.sowinet.de/wahl%5F001/artikel.html>*

## 115 **Sind die Wähler individualisierter geworden?**

basierend auf einem Aufsatz von Rainer Schnell und Ulrich Kohler

120 Die Erklärungskraft sozial-demographischer Merkmale wie Beruf, Geschlecht und sozialer Schicht für das Wahlverhalten hat abgenommen. Ob aber die Wähler tatsächlich individualisierter als früher entscheiden, bleibt in der Forschung umstritten.

Individualisierung ist in den letzten Jahren zu einem vieldiskutierten Begriff in den Sozialwissenschaften avanciert. Darunter fasst man, unter anderem, so verschiedenartige Entwicklungen wie die Auflösung traditioneller sozialer Milieus, eine gewachsene soziale Mobilität oder den Anstieg der Scheidungszahlen. Auch im Hinblick auf das Wählerverhalten wird von einer steigenden Individualisierung gesprochen. Gemeint ist damit, dass die Vorhersagbarkeit der einzelnen Wahlentscheidung im Laufe der Jahre immer geringer geworden ist. Wähler rechneten sich nicht mehr ihr gesamtes Leben lang nur ein oder zwei sozialen Gruppen zu, welche dann durch klare Wahlnormen die parteipolitische Präferenz festlegten. In der Gegenwart gehörten Individuen vielmehr einer weit größeren Zahl sozialer Kategorien an, sie würden ihre Gruppenzugehörigkeiten häufiger wechseln, und schließlich sei auch der Charakter einer sozialen Gruppe häufiger im Wandel begriffen als noch in früheren Zeiten. Jede einzelne soziale Gruppe würde deswegen nach und nach an prägendem Einfluss auf die Wahlentscheidung ihrer Mitglieder verlieren.

135 Wahlabsicht scheint schlechter vorhersagbar

Eine mögliche Folge von Individualisierung wäre dann, dass sozial-demographische Merkmale wie die Schichtzugehörigkeit, das Geschlecht oder die Konfession über die Jahre hinweg in den gängigen statistischen Modellen an "Erklärungskraft" für das Wählerverhalten verloren hätten. Schnell und Kohler (1995) untersuchen diese Hypothese für den Zeitraum von 1953 bis 1992 anhand einer Reihe von Umfragestudien für die Bundesrepublik Deutschland. Sie finden in der Tat, dass die Vorhersagbarkeit der individuellen Wahlabsicht durch die sozial-demographischen Merkmale der Befragten im Zeitverlauf nachgelassen hat: Es zeigt sich ein klarer Rückgang in der Erklärungskraft ihres statistischen Modells für den untersuchten Zeitraum.

145 Freilich gilt dies nicht für alle sozial-demographischen Merkmale in gleichem Maß. Der eindeutig stärkste Rückgang an Erklärungskraft ist für die Klassen- bzw. Schichtzugehörigkeit festzustellen. Zwar ist die soziale Klasse unter den sozial-demographischen Merkmalen nach wie vor ein wichtiges Moment der Wahlentscheidung, sie hat aber deutlich an Einfluss verloren. Alles in allem stehen die Ergebnisse von Schnell und Kohler damit im Einklang mit der These einer Individualisierung des Wählerverhaltens.

150 Ergebnisse noch zu grob?

Ihre Analysen sind jedoch nicht ohne Widerspruch geblieben. So hebt Walter Müller (1997) kritisch hervor, dass vor allem die Klassen- bzw. Schichtzugehörigkeit in der Gegenwart sehr viel feiner gemessen werden müsse als noch in den fünfziger oder sechziger Jahren. Besonders die stark angewachsene Gruppe der Angestellten und Beamten sei intern sehr heterogen und habe je nach Teilgruppe recht unterschiedliche Interessenlagen. Während etwa auch angestellte Manager aufgrund ihrer wirtschaftlichen Interessen eher der CDU nahe stehen, würden die in sozialen und kulturellen Diensten Beschäftigten eher zur SPD oder zu den Grünen tendieren. Stelle man solche

Unterschiede in Rechnung, so lasse sich der Befund einer generellen Verringerung der Erklärungskraft sozial-demographischer Merkmale nicht aufrechterhalten. Es sei deshalb voreilig, von einer Individualisierung des Wählerverhaltens zu sprechen.

165 Und schließlich bedeutet die Feststellung, dass die Vorhersagbarkeit der Wahlabsicht im Durchschnitt abnimmt, nicht, dass es gar keine sozialen Gruppen mit klaren Wahlnormen mehr gäbe: Streng katholische Bauern wählen nach wie vor recht sicher eine Partei mit dem "C" im Namen. Doch ist es mindestens ebenso sicher, dass die Zahl katholischer Bauern abnimmt...

*<http://www.sowinet.de/wahl%5F003/artikel.html>*

170

### **Wahlbeteiligung: Nichtwähler und Protestwähler**

175 Die Beteiligung der Bürger der Bundesrepublik Deutschland an den Wahlen hat seit 1949 auf allen Ebenen des politischen Systems abgenommen. In den letzten zehn Jahren hat sich die Zahl der Nichtwähler verdoppelt.

180 Die einen sehen in der mäßig sinkenden Quote eine zunehmende Delegitimierung der Parteien bzw. des gesamten politischen Systems. Sie interpretieren die sinkende Wahlbeteiligung in den alten Bundesländern als Ausdruck von Protest. Als Ursachen werden genannt:

- Parteien- und Politikverdrossenheit
- Unzufriedenheit mit dem politischen System,
- soziale und wirtschaftliche Unzufriedenheit.

185

Für andere wiederum ist eine niedrigere Wahlbeteiligung ein Zeichen für Zufriedenheit, wenn gleichzeitig der »system support« insgesamt stimmt. So spiegelt die sinkende Wahlbeteiligung - folgt man dieser Argumentation - einen Normalisierungstrend wider.

190 Die empirischen Befunde bewegen sich auf zwei Ebenen. Zunächst zeigt der Vergleich mit der Situation in anderen Demokratien, daß die deutschen Beteiligungsquoten keineswegs in bedrohlicher Weise abgenommen haben. Im allgemeinen wird vielmehr hervorgehoben, daß inzwischen auch die Deutschen ihre »Untertanenmentalität« der fünfziger Jahre abgebaut und alte Werte hierbei an Bedeutung verloren haben. Nichtwahl, Protestwahl und Parteienwechsel werden zu  
195 akzeptierten Alternativen.

Weiterhin gelang es, Typen von Nichtwählern zu identifizieren und vorsichtig auch zu quantifizieren. Neben den verdrossenen, mit der Politik unzufriedenen Wählern existieren Gruppen, in deren Leben Politik kaum oder nur eine geringe Rolle spielt, etwa saturierte Mittelschichten, junge Individualisten oder auch gesellschaftliche Randgruppen. Insbesondere bei ökonomisch  
200 erfolgreicheren, politisch jedoch ungebundeneren Gruppen stieg der Anteil der Nichtwähler in den vergangenen Jahren in allen sozialen Gruppen an.

205

*gekürzt: <http://b-e-h-n.de/schule/pol/0102/READER-Wechselwaehler.htm>*

210