

Forum
Empirische
Sozialforschung

 KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG



Des Wählers Herz

Emotionale Parteienbewertung aus
repräsentativen und qualitativen Umfragen

Viola Neu

www.kas.de

Des Wählers Herz

**Emotionale Parteienbewertung aus
repräsentativen und qualitativen Umfragen**

Viola Neu

Impressum

Herausgeberin:

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2021, Berlin

Umschlagfoto: © Timon Studler/unsplash

Gestaltung und Satz: yellow too, Pasiak Horntrich GbR

Die Printausgabe wurde bei der Druckerei Kern GmbH, Bexbach, klimaneutral produziert und auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

Printed in Germany.

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>).

ISBN 978-3-95721-865-0

Auf einen Blick

- › In einer repräsentativen Umfrage kann sich die große Mehrheit der Wählerinnen und Wähler vorstellen, mehrere Parteien zu wählen. Nur wenige Wählerinnen und Wähler haben keine alternative Wahlpräferenz. Bezogen auf die Anhängerschaften können sich zwischen 24 Prozent (der SPD-Wählerinnen und -Wähler) und 33 Prozent (der CDU-Wählerinnen und -Wähler) vorstellen, nur eine Partei zu wählen. Den größten Anteil von Anhängerinnen und Anhängern ohne Zweitwahlabsticht hat mit 50 Prozent die AfD.
- › Bei den Anhängerinnen und Anhängern der Union könnten Grüne und FDP von der alternativen Wahlabsicht profitieren. In der SPD-Anhängerschaft liegen Grüne und Union bei den Zweitwahlabstichten vorn. In der AfD- und der FDP-Anhängerschaft gibt es die größte Zweitpräferenz zugunsten der Union. In der Anhängerschaft der Linken liegen Grüne und Sozialdemokraten bei der alternativen Wahlabsicht vorn, bei den Grünen-Wählerinnen und -Wählern tendieren die meisten zur SPD. Union und Linke könnten leicht profitieren.
- › Bei in Tiefeninterviews getesteten Begriffen – die nicht repräsentativ sind – ergeben sich einige unerwartete Befunde. Viele Begriffe werden parteipolitisch klar zugeordnet. Andere Begriffe wecken keine Assoziationen mit Parteien. Mit den Begriffen populistisch und liberal können besonders viele Befragte nichts anfangen, wobei bei liberal häufig die FDP genannt wird. Die Begriffe christlich und konservativ werden stark mit der CDU in Verbindung gebracht, wobei konservativ ein eher negatives Image hat. Den Begriff Mitte teilen sich CDU und SPD, die SPD wird häufig genannt, wenn nach bürgerlich gefragt wird. Bei dem Begriff „Nazi“ denken Befragte an AfD und NPD. Die Grünen werden erwähnt, wenn nach nachhaltig gefragt wird.
- › Die emotionale Verortung der Parteien spaltet das Parteiensystem in die Anhängerinnen und Anhänger der AfD und aller übrigen Parteien. Alle Anhängerinnen und Anhänger bewerten ihre eigene Partei positiv. In allen Anhängerschaften wird die AfD mit den Begriffen Angst, Empörung, Wut und Verzweiflung in Verbindung gebracht, außer selbstverständlich bei den Anhängerinnen und Anhängern der AfD. Bei einigen Abweichungen im Detail verbinden Anhängerinnen und Anhänger ihre eigene Partei mit den Wörtern Hoffnung, Sicherheit, Vertrauen, Zuversicht und Zufriedenheit. Diese positiven Emotionen weckt auch die AfD in ihrer Anhängerschaft. Alle anderen Parteien werden von den AfD-Anhängerinnen und -Anhängern mit Angst, Empörung, Wut und Verzweiflung assoziiert.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Wählerpotenziale	8
3. Die (emotionale) Assoziation politischer Begriffe	12
4. Von Parteien ausgelöste Gefühle	23
5. Emotion und Wahlentscheidung	32
Methodische Anmerkungen	33
Die Autorin	34



Einleitung

Die Wahlforschung gehört zu den festen Pfeilern der deutschen Forschungslandschaft, deren Kompetenzen weit gestreut sind. Dazu gehört die universitäre Forschung, die kommerzielle, häufig durch Medien finanzierte Wahlforschung, Wahlforschung, wie sie von Stiftungen betrieben wird, von Parteien initiierte Forschung (welche seltener das Licht der Öffentlichkeit erblickt) sowie unterstützende Infrastruktur wie die GESIS (Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen) und die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderte GLES (German Longitudinal Election Study). Vor allem durch die GLES verfügt Deutschland seit 2009 über eine große Datenvielfalt zur Analyse von Bundestagswahlen.

Die Konrad-Adenauer-Stiftung hat seit den 1970er Jahren der Wahlforschung ein besonderes Augenmerk gewidmet. „Ziel ist es, mit wissenschaftlichen Mitteln Grundlagen für politisches Handeln zu schaffen und zukünftige Entwicklungen früh zu erkennen. [...] An der Nahtstelle zwischen Politik und Wissenschaft angesiedelt, sollen solche Entwicklungen erforscht werden, die Auswirkungen auf die Politik, das Parteiensystem und die politischen Entscheidungsprozesse haben“ schreibt die GESIS als Hintergrund über die Stiftung zu den Datensätzen der empirischen Studien der Konrad-Adenauer-Stiftung.¹

Trotz der großen Tradition und einem etablierten methodischen Vorgehen gibt es immer wieder neue Herausforderungen. Wahlergebnisse sind in den letzten Jahren, fast Jahrzehnten so überraschend geworden, dass selbst routinierte Kenner der Daten sich nicht zu Vorhersagen hinreißen lassen. Frühere Gewissheiten brechen auf, Wahlverhalten zeigt erratische Züge und die zeitlose Frage der Wahlforschung: „Wer wählt wen wann und warum“ ist nicht leicht zu beantworten. Wer sind die Nichtwähler, warum bleiben sie zu Hause? Warum ändern Wählerinnen und Wähler ihre Wahlentscheidung? Wer wählt die AfD? Dies ist nur eine kleine Auswahl einer unendlichen Fragebatterie, mit der sich die Wahlforschung beschäftigt.

Zu den langfristigen Erkenntnissen der Wahlsoziologie gehört, dass die soziale Lage bzw. die Sozialstruktur in Deutschland² nur noch für wenige (kleine) Gruppen der Bevölkerung zur Erklärung des Wahlverhaltens herangezogen werden kann.

Generell geht man von einem schwachen Einfluss der Sozialstruktur auf die Wahlentscheidung aus. In der Wahlforschung gilt der Befund: „Die jüngere Forschung stellt also nicht in Abrede, dass die Position in der Sozialstruktur die Parteipräferenzen und das Wahlverhalten beeinflussen [...]“ „Nun wird argumentiert, dass jeder einzelne Bürger aus seiner alltäglichen Erfahrung bestimmte politische Präferenzen entwickelt, die er bei der Stimmenscheidung als Auswahlkriterium einsetzt.“³

Dies ist bereits ein lang bekannter Befund, auch wenn er sich noch nicht überall als gefestigtes Wissen etabliert hat. Dabei ist es kein Widerspruch, dass es nach wie vor in

bestimmten sozialen Gruppen klar erkennbare Muster der Stimmabgabe gibt. Ältere Wählerinnen und Wähler neigen z. B. stärker zu den Volksparteien, jüngere, weibliche Wählerinnen, zumal mit einem höheren Bildungsniveau, wählen überdurchschnittlich stark die Grünen. Bei den Katholiken⁴ hat die Gruppe derjenigen, die regelmäßig in die Kirche gehen, nach wie vor eine hohe Neigung, die Union zu wählen. Allerdings findet sich dieses Wahlverhalten nicht mehr bei allen Katholiken und der Anteil von Katholiken, die regelmäßig die Kirche besuchen, nimmt ab.

Dabei ist zwar das unterschiedlich starke Abschneiden für die Parteien relevant, doch ist es nicht die Sozialstruktur, welche das Verhalten mitbestimmt, sondern Einstellungen und politische Präferenzen, die immer schwächer mit der sozialstrukturellen Position⁵ zusammenhängen. Kurzum, das Wahlverhalten ist individueller geworden.

Die Herausforderungen, vor der die Wahlforschung steht, sind nicht zu unterschätzen, da der gesellschaftliche Wandel das individuelle Entscheidungs- und Handlungsspektrum erheblich verändert hat. Die Dynamiken der Wahlentscheidung sind immens und alte Gewissheiten brüchig. Daher ist es notwendig, auch Grundlagenforschung zu betreiben, um nicht den Fehler zu begehen, mit alten Fragestellungen neue Probleme zu verkennen und entscheidende gesellschaftliche Entwicklungen zu übersehen.

Bereits seit längerem stellt sich daher die Frage, welche anderen Faktoren für die Wahlentscheidung wichtig sind. Die Konrad-Adenauer-Stiftung untersucht, welche emotionalen Faktoren vorhanden sind. Das bislang in der Wahlforschung häufig verwendete Erklärungsmodell aus Ann Arbor⁶ (das sogenannte Michigan-Modell) besteht aus verschiedenen Ebenen: Zunächst gibt es die Bereiche, die der Parteiidentifikation vorgelagert sind (wie z. B. soziologische und sozialstrukturelle Faktoren). Diese haben Einfluss auf die Parteiidentifikation (gedacht als langfristige Bindung an eine Partei) und die aktuellen Entscheidungsvariablen, wie die Bewertung der aktuellen Themen und Kandidaten. Die Bewertung von Kandidaten und Themen kann dann zu einer Abweichung des Wahlverhaltens von der eigentlichen Parteiidentifikation führen.⁷ Aber unabhängig, welches wahltheoretische Modell bevorzugt wird, emotionale Variablen gehören jenseits der Parteiidentifikation nicht zum Standardrepertoire.⁸

Auch bei der Methodik gibt es eindeutige Präferenzen. Selbstverständlich werden alle methodischen Möglichkeiten (Telefon, Face-to-Face, Online) genutzt. Meistens ist es das Ziel, repräsentative Daten zu erheben, die als „Goldstandard“⁹ gelten. Viele Studien der Wahlforschung arbeiten mit quantitativ erhobenen Umfragedaten. Diese Umfragen können, müssen aber nicht zwingend repräsentativ sein, bestehen aber überwiegend aus Fragen, die anhand eines vorgegebenen Antwortmusters zu beantworten sind (geschlossene Fragen). Auch offene Fragen werden in die standardisierten Interviews eingebaut, die den Befragten gelegentlich die (kurze) Möglichkeit geben, sich ohne konkrete Vorgaben zu äußern. Mit qualitativen Daten kann man zwar nicht die Verteilung von Einstellungen in der Bevölkerung messen, da diese grundsätzlich nicht repräsentativ sind, doch gewähren sie Einblicke in Begründungszusammenhänge, Unbewusstes und in die emotionalen Wahrnehmungen. Die persönliche Lebenssituation kann zudem viel breiter berücksichtigt werden, als dies in Standardverfahren möglich ist. Kurzum, mit solchen Befragungen wird ein intensiver Blick auf die Gestimmtheit von Befragten möglich.

Daher hat sich die Konrad-Adenauer-Stiftung für ein mehrstufiges Verfahren und für einen Methodenmix entschieden, der auf dem Zusammenspiel unterschiedlicher qualitativer und quantitativer Methoden basiert. Mit tiefenpsychologischen Interviews¹⁰ wird ein Einblick in die Wählerwelt und die Wahlmotive gegeben. Die Befragten haben Zeit und Ruhe, sich mit den Fragen auseinanderzusetzen, diese zu reflektieren, wodurch die Forscherinnen und Forscher Einblicke in persönliche Motivlagen erhalten.

In einem zweiten Schritt werden die Ergebnisse aus qualitativen Studien in ein standardisiertes Design übertragen und in einer repräsentativen Befragung die Reichweite und die Zusammenhänge der Befunde getestet. Gleichmaßen werden in repräsentativen Umfragen verschiedene weitere Variablen – zum Teil im Trend – erhoben.

- 1 <https://www.gesis.org/wahlen/bundestagswahlen> [zuletzt abgerufen am 10.11.2020].
- 2 In den Vereinigten Staaten ist dies anders. Vgl. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/202073/1/1671412540.pdf> [zuletzt abgerufen am 10.11.2020]; Paul R. Abramson, John H. Aldrich, Brad T. Gomez, David W. Rhode, 2016: *Change and Continuity in the 2012 and 2014 Elections*. Thousand Oaks, CA: CQ Press. Rasse, Religion, der sozio-ökonomische Status, Alter und Geschlecht haben in den Vereinigten Staaten Einfluss auf die Wahlentscheidung.
- 3 Harald Schoen, 2014: Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung. In: Jürgen W. Falter, Harald Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung*, Wiesbaden: Springer VS. S. 207 und 208. So jüngst in einer Analyse über die AfD: Vgl. Knut Bergmann, Matthias Diermeier, Judith Niehues, 2018: Ein komplexes Gebilde. Eine sozio-ökonomische Analyse des Ergebnisses der AfD bei der Bundestagswahl 2017. In: *ZParl Zeitschrift für Parlamentsfragen*, Heft 2, S. 243–264.
- 4 Viola Neu, 2020: Religiosität und Wahlverhalten – Eine repräsentative Untersuchung, *Analysen und Argumente* Nr. 408, Konrad-Adenauer-Stiftung (Hrsg.), Berlin.
- 5 Vgl. Rainer Schnell, Ulrich Kohler, 1995: Empirische Untersuchung einer Individualisierungshypothese am Beispiel der Parteipräferenz von 1953–1992. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 47, Heft 4, S. 634–657.
- 6 Vgl. Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes, 1960: *The American Voter*, New York: Springer.
- 7 Einen Überblick über die Methoden, Befunde und Forschungslücken bietet: Jürgen W. Falter, Harald Schoen (Hrsg.), 2014: *Handbuch Wahlforschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- 8 Persönlichkeitsstrukturen werden hingegen untersucht: Vgl. Siegfried Schumann, 2014: *Persönlichkeit und Wahlverhalten*. In: Jürgen W. Falter, Harald Schoen (Hrsg.), 2014: *Handbuch Wahlforschung*, Wiesbaden: Springer VS.
- 9 Jochen Roose/Sabine Pokorny, 2020: Die Eignung von Umfragemethoden. Methodische Einschätzung, Informationen und Recherchen, Konrad-Adenauer-Stiftung (Hrsg.), Berlin.
- 10 Die Interviews wurden als Einzelinterviews und in Fokusgruppen durchgeführt.

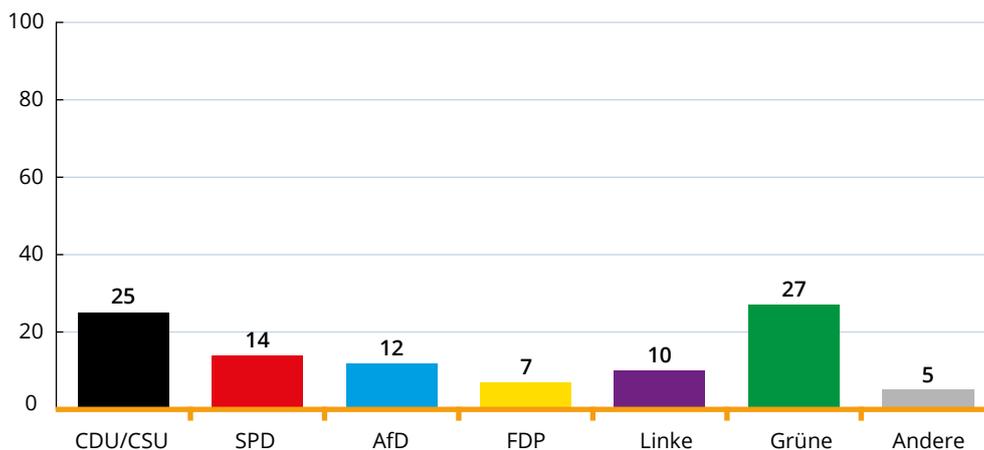


Wählerpotenziale

In einer Umfrage¹¹, die im Februar 2020, also vor der Coronakrise abgeschlossen war, lagen Union und Grüne etwa gleich auf mit 25 bzw. 27 Prozent. Die Sozialdemokraten erzielten 14, die AfD 12, die Linke 10 und die FDP 7 Prozent. Dieses Meinungsklima hat sich im Laufe der Pandemie verschoben. Die Union findet in Umfragen deutlich stärkeren Zuspruch. Alle anderen Parteien haben an Zustimmung eingebüßt (Stand November 2020).

Abbildung 1: Sonntagsfrage Bundestagswahl

Welche Partei würden Sie wählen, wenn am kommenden Sonntag Bundestagswahl wäre?



Umfrage 2020-05 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte in Deutschland; Werte in Prozent

Die alleinige Messung der Sonntagsfrage reicht hingegen nicht aus, Wählerpotenziale zu erfassen. Dazu haben wir zwei Fragen gestellt: Zum einen die klassische Sonntagsfrage und danach die Frage, ob man es sich vorstellen könnte, auch eine andere Partei zu wählen. Wer in beiden Fragen die gleiche Partei nennt, scheint eine festere Anbindung zu haben als andere Wahlberechtigte. Dieses Modell ist jedoch nur eine kurze Variante von Potenzialmessungen. Es müssten noch mehr Fragen erhoben werden wie z. B. die Sicherheit der Wahlabsicht. Aber auch als vorläufiges Modell, das den Anteil an Stamm-



wählerinnen und Stammwählern sicherlich überschätzt, zeigt sich, dass der Anteil vermutlicher fester Wählergruppen bei allen Parteien – außer der AfD – eher niedrig ist. Bei allen Parteien schwankt der Anteil zwischen 33 Prozent (im Fall der Union) und 24 Prozent bei der SPD. Die AfD hat mit 50 Prozent den höchsten Anteil von Befragten, die sich nur vorstellen können, die AfD zu wählen.

Bei der Union¹² könnten sich 25 Prozent derjenigen, die bei der Sonntagsfrage die Union nennen, vorstellen, die Grünen zu wählen. Weitere 18 Prozent nennen die FDP. Alle anderen Parteien haben bei der Zweitpräferenz eine sehr niedrige Nennung. Gerade einmal 1 Prozent nennen die Linke, 4 Prozent die AfD und 9 Prozent die SPD.

Auch innerhalb der SPD-Anhängerschaft gibt es eine große Neigung, die Grünen zu wählen. 39 Prozent können sich dies vorstellen. Weitere 18 Prozent nennen die Union und 11 Prozent erwägen im Zweifel eine Entscheidung zugunsten der Linken.

Bei der AfD können sich 23 Prozent vorstellen, die Union zu wählen. 9 Prozent geben die FDP an und 5 Prozent die Linke.

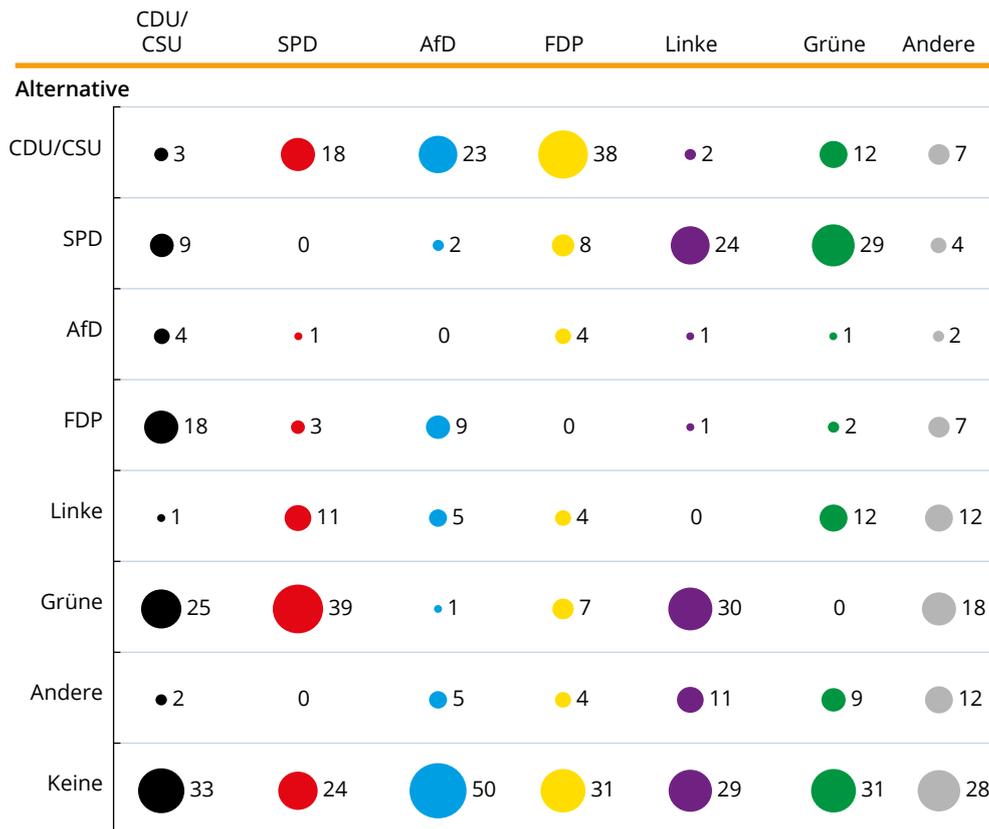
Bei der FDP haben 38 Prozent eine Zweitpräferenz für die Union. Alle anderen Parteien liegen unter 10 Prozent.

Die Anhängerinnen und Anhänger der Linken können sich zu 30 Prozent vorstellen, die Grünen zu wählen. Weitere 24 Prozent haben eine Präferenz für die SPD. Alle anderen Parteien könnten so gut wie gar keine Wählerinnen und Wähler der Linken gewinnen.

29 Prozent der Grünen-Anhängerinnen und -Anhänger können sich in erster Linie vorstellen, die SPD zu wählen. Jeweils 12 Prozent geben als alternative Partei die Union und die Linke an. Die anderen Parteien können nicht auf Wählerinnen und Wähler aus dem Grünen-Lager hoffen.

Abbildung 2: Könnten Sie sich vorstellen, gegebenenfalls auch eine andere Partei zu wählen? Wenn ja, welche?

Parteipräferenz Sonntagsfrage



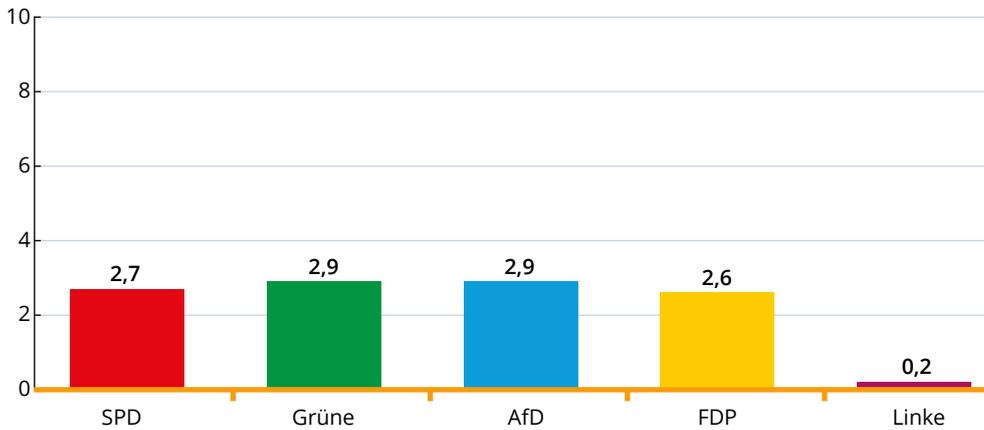
Umfrage 2020-05 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte in Deutschland; Werte in Prozent; Fehlende Werte zu 100 Prozent: Weiß nicht/keine Angabe

Lesehilfe: Spaltenweise von oben nach unten lesen – 3 Prozent der CDU/CSU-Anhängerinnen und -Anhänger können sich vorstellen, auch die jeweils andere Schwesternpartei zu wählen. 9 Prozent geben an, dass die SPD für sie eine Alternative ist, 4 Prozent sagen das über die AfD.

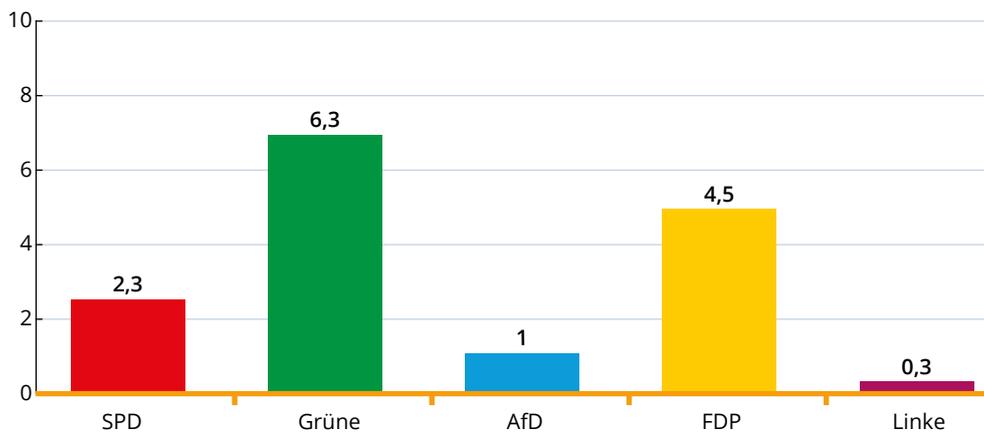
Nun stellt sich die Frage, wie sich diese Potenziale auf das Wahlergebnis einer Partei auswirken können. Dies wird am Beispiel der Union illustriert. Würde die Union alle Wählerinnen und Wähler mit einer Zweitpräferenz zugunsten der Partei mobilisieren (was natürlich in der Realität nicht möglich ist), könnte sie bei allen Parteien (außer der Linken) mit einem Zuwachs von knapp 3 Punkten rechnen. Dem sind die potentiellen Verluste entgegenzustellen. Würde die Union alle Wählerinnen und Wähler verlieren, die eine Zweitpräferenz aufweisen, würde sie an die Grünen gut 6 Punkte und an die FDP 4,5 Punkte verlieren. An die SPD gingen gut 2 Punkte verloren. Verluste gegenüber der AfD (1 Punkt) oder gegenüber der Linken (0,3 Punkte) spielen hingegen keine Rolle.

Abbildung 3: Potenzial Gewinne für CDU/CSU



Umfrage 2020-05 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Abbildung 4: Potenzial Verluste für CDU/CSU



Umfrage 2020-05 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

- 11 In einer Umfrage von Infratest dimap wurden 3.250 telefonische Interviews vom 09.10.2019 bis zum 27.02.2020 durchgeführt. Davon wurden 40 Prozent der Interviews über einen mobilen Anschluss und 60 Prozent der Interviews über den Festnetzanschluss realisiert (Dual Frame). Die Umfrage ist repräsentativ für Wahlberechtigte in Deutschland.
- 12 Die 3 Prozent, die bei der Union angeben, eine andere christdemokratische Partei wählen zu können, beziehen sich auf die Option CDU oder CSU. Bei Wählerinnen und Wählern aller anderen Parteien ist diese Möglichkeit logisch ausgeschlossen, weil CDU und CSU gemeinsam betrachtet werden.

3

Die (emotionale) Assoziation politischer Begriffe

Aus dem Spektrum politischer Begriffe haben wir den Befragten der qualitativen Umfrage¹³ eine bunte Mischung vorgelegt. Sie sollten frei beschreiben, was sie unter dem Begriff verstehen, was sie damit verbinden, was ihnen einfällt. Dabei gab es keine Vorgaben und Nachfragen. Zudem wurde bei einem Teil der Begriffe nachgefragt, inwiefern der Begriff sie selbst beschreibt. Die Darstellung erfolgt in Wortwolken, wobei große Wörter mit häufigen Nennungen gleichzusetzen sind. Im statistischen Sinne belastbar sind die hier präsentierten Befunde nicht, da sie aus qualitativen Interviews stammen. Daher werden auch keine Fallzahlen oder Prozentwerte ausgewiesen.

Abbildung 5: konservativ



Quelle: Umfrage 2019-12 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Konservativ wird am häufigsten mit der CDU assoziiert. Befragte, die keine CDU-Wählerinnen oder -Wähler sind, verbinden besonders häufig die CDU mit dem Begriff konservativ. Die Assoziationen mit dem Begriff sind bis auf wenige Nennungen eher negativ. Konservativ wird als etwas Statisches empfunden. Den Befragten kommen Worte wie altmodisch, altbacken, an etwas festhalten, aber auch alte Männer in den Sinn. Bei einigen Nennungen wie bewahren oder traditionell kann hingegen nicht geprüft werden, ob diese für die Befragten eine positive oder negative Bedeutung haben.



Von Parteien ausgelöste Gefühle

Bereits Anfang 2018¹⁴ haben wir zum ersten Mal untersucht, welche Parteien welche Gefühle bei den Wahlberechtigten auslösen. Und dabei gab es ein einfaches, aber klares Muster: Die Partei, die man beabsichtigt zu wählen, löst, in unterschiedlicher Intensität, positive Gefühle aus. Gegenüber allen anderen Parteien verharrt die emotionale Lage im diffusen Bereich, d. h. Parteien jenseits der eigenen Wahlabsicht haben nur eine schwache emotionale Verortung. Davon gibt es eine Ausnahme: die Anhängerinnen und Anhänger der AfD. Diese bewerten alle Parteien außer der AfD ausgesprochen negativ. Während die AfD von allen Wählerinnen und Wählern mit negativen Gefühlen assoziiert ist, löst sie bei den eigenen Anhängerinnen und Anhängern die gleichen Gefühle aus wie die anderen Parteien bei ihren Anhängerinnen und Anhängern.

Uns hat interessiert, ob diese emotionalen Bewertungen der Parteien stabil sind. Daher haben wir Ende 2018¹⁵ die Frage erneut gestellt. Mit leicht verkürzter Antwortskala bleiben die Gefühlslage und die damit verbundenen Muster weitgehend stabil.

Bei allen Wahlberechtigten lösen alle Parteien, außer der AfD, positive Gefühle aus, wenn auch das Niveau recht niedrig ist. Heftige negative Gefühle löst die AfD aus, die von allen Wahlberechtigten mit den Gefühlen Angst, Empörung, Wut und Verzweiflung in Verbindung gebracht wird.

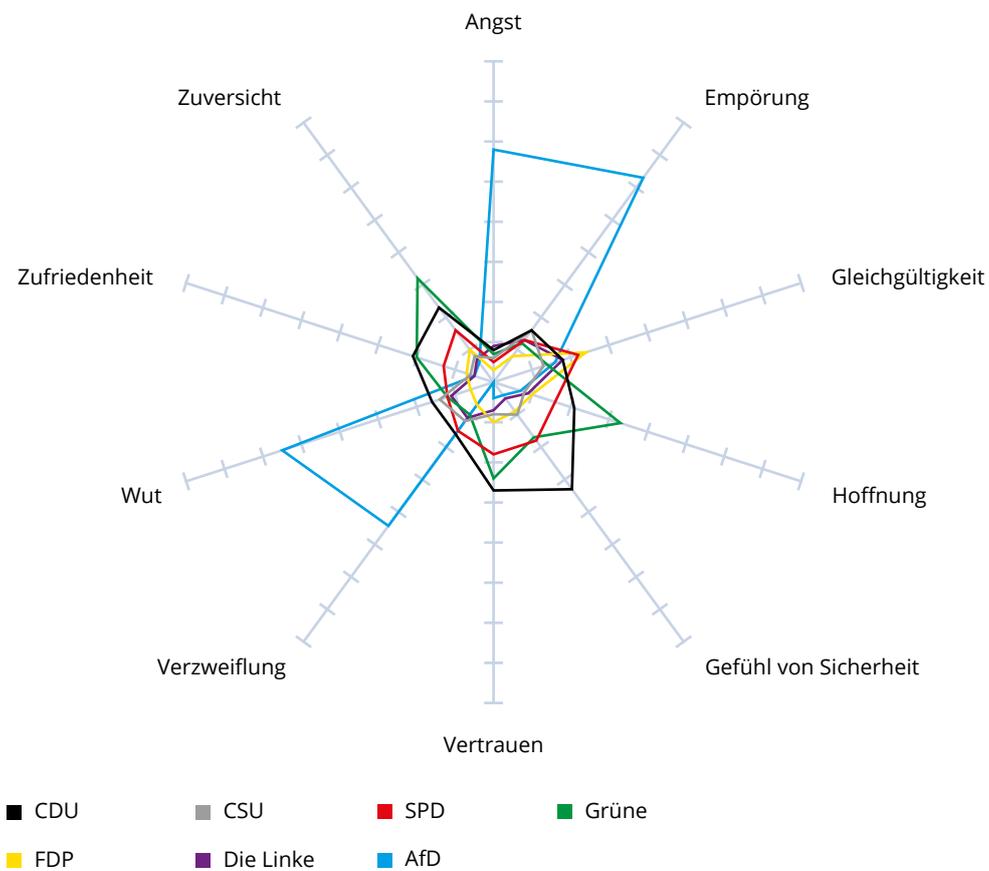
Die Anhängerinnen und Anhänger der CDU empfinden Zuversicht, Zufriedenheit, Vertrauen, Hoffnung und ein Gefühl der Sicherheit.¹⁶ Wut, Verzweiflung, Angst und Empörung löst bei den Anhängerinnen und Anhängern der Union die AfD aus. Alle anderen Parteien lösen nur schwache emotionale Reaktionen aus. Dieses Muster wiederholt sich bei allen anderen Anhängerinnen und Anhängern der jeweiligen Partei, wenn auch auf unterschiedlichem Niveau. Die Anhängerinnen und Anhänger der Union, SPD und der Grünen empfinden überdurchschnittlich häufig positive Gefühle, die Anhängerinnen und Anhänger der Linken und der FDP nennen seltener positive Gefühle. Die Grünen lösen bei den ihnen nahestehenden Wahlberechtigten, ähnlich wie die Union in ihren Reihen, positive Gefühle aus, nur das Gefühl der Sicherheit kommt seltener vor. Bei den Anhängerinnen und Anhängern der AfD wird dieses Muster durchbrochen. Sie empfinden gegenüber der AfD durchweg positive Gefühle, etwa auf einem vergleichbaren Niveau wie die Anhängerinnen und Anhänger von FDP und Linke. Doch während alle anderen Anhängerinnen und Anhänger gegenüber anderen Parteien wenig Emotionen zeigen, bringen die anderen Parteien bei den AfD-Anhängerinnen und -Anhängern heftige negative Gefühle hervor. Vor allem die CDU und die Grünen lösen Angst, Empörung, Wut und Verzweiflung aus. Die negativen Gefühle sind in der Anhängerschaft prozentual etwa auf dem gleichen Niveau wie die positiven Gefühle.

Auf einige kleine Besonderheiten soll noch kurz eingegangen werden. Hoffnung und Zuversicht sowie Vertrauen wird in der SPD-Anhängerschaft – wenn auch auf einem niedrigeren Niveau – gegenüber den Grünen empfunden; das Gefühl der Sicher-

heit löst auch die CDU aus. In der Anhängerschaft der Grünen weckt die Union ebenfalls ein Gefühl der Sicherheit. Die Anhängerinnen und Anhänger der Linken empfinden gegenüber den Grünen auch ein Gefühl der Zuversicht und Hoffnung. Bei den Anhängerinnen und Anhängern der FDP löst die CDU ebenfalls ein Gefühl der Sicherheit aus.

Abbildung 24: Durch Parteien ausgelöste Gefühle

Die Partei löst bei mir ... aus:



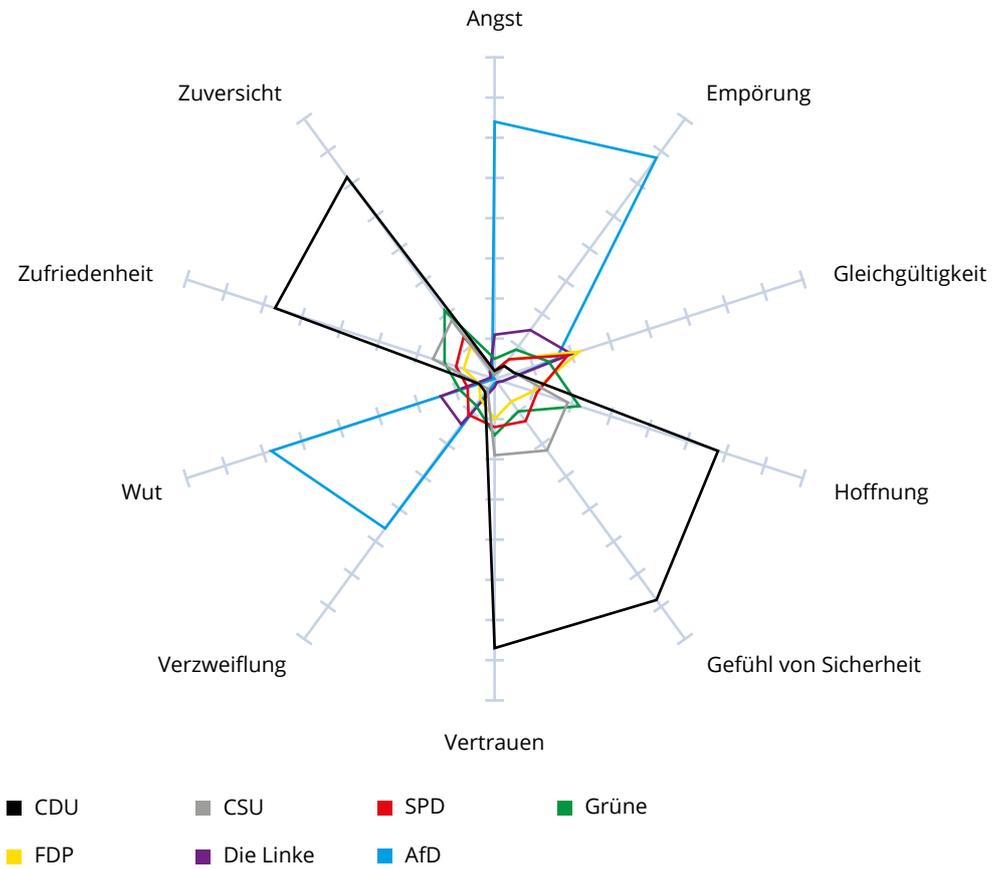
Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe



Abbildung 25: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, CDU/CSU-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:

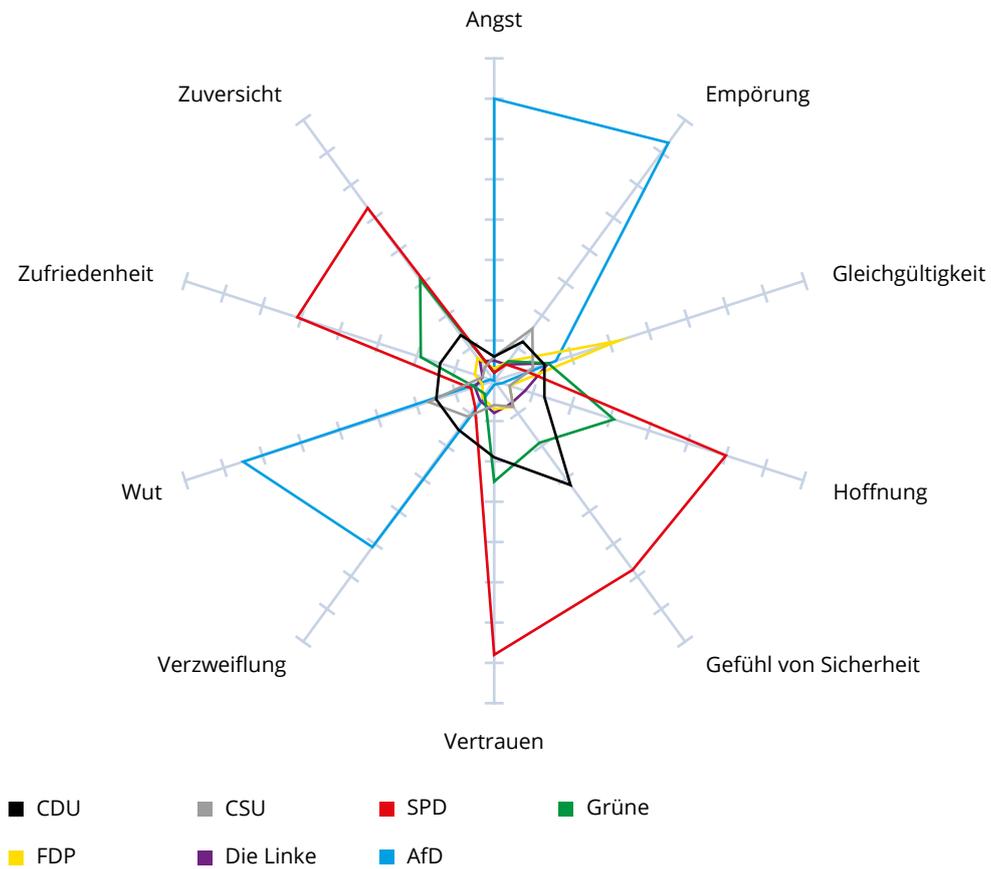


Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe

Abbildung 26: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, SPD-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:



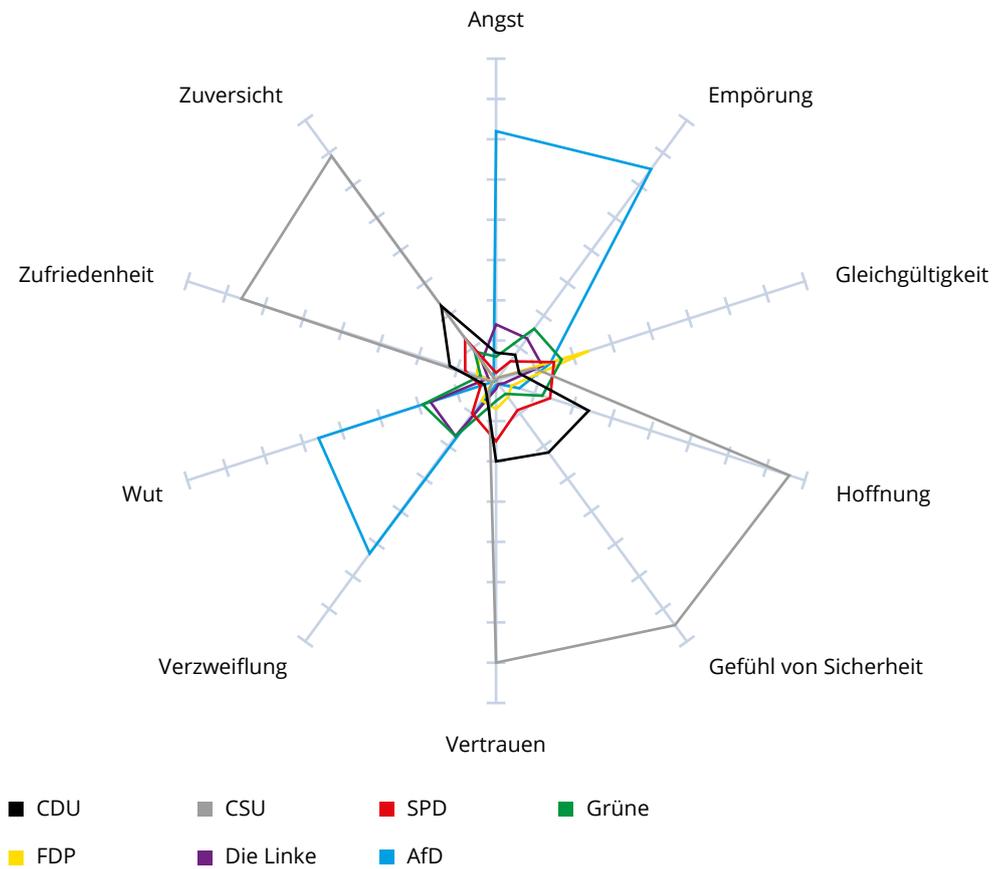
Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe



Abbildung 27: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, CSU-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:

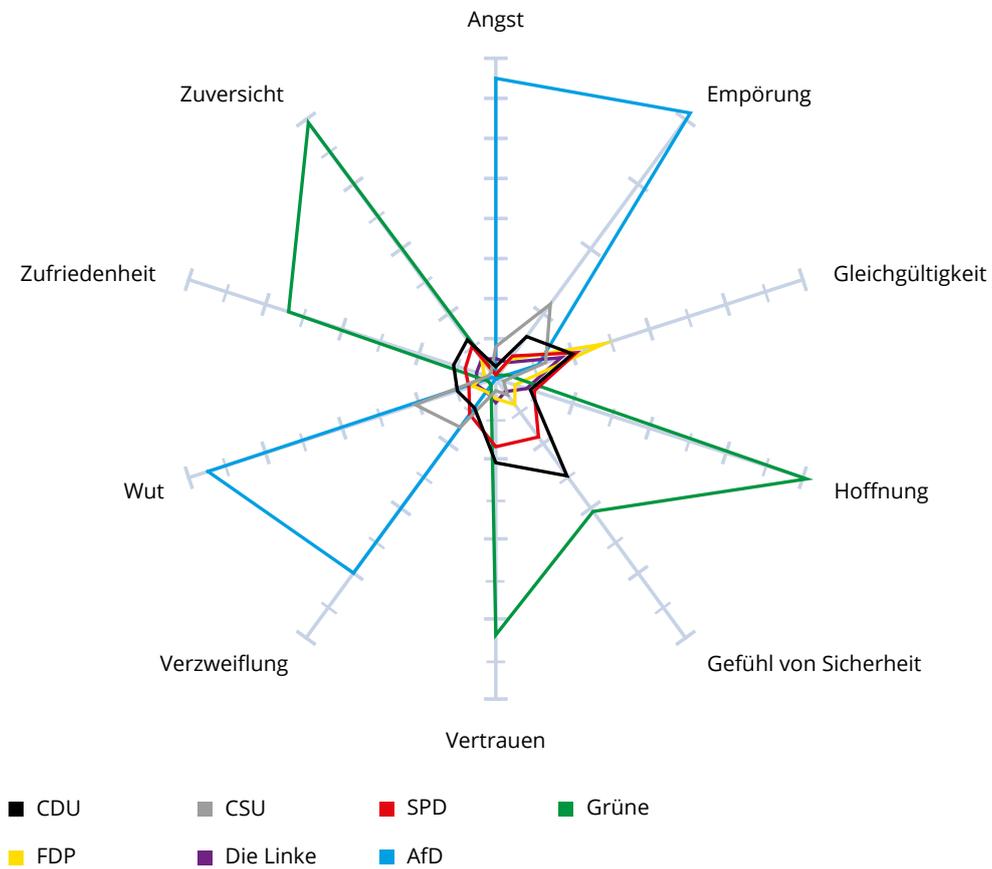


Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe

Abbildung 28: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, Grüne-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:



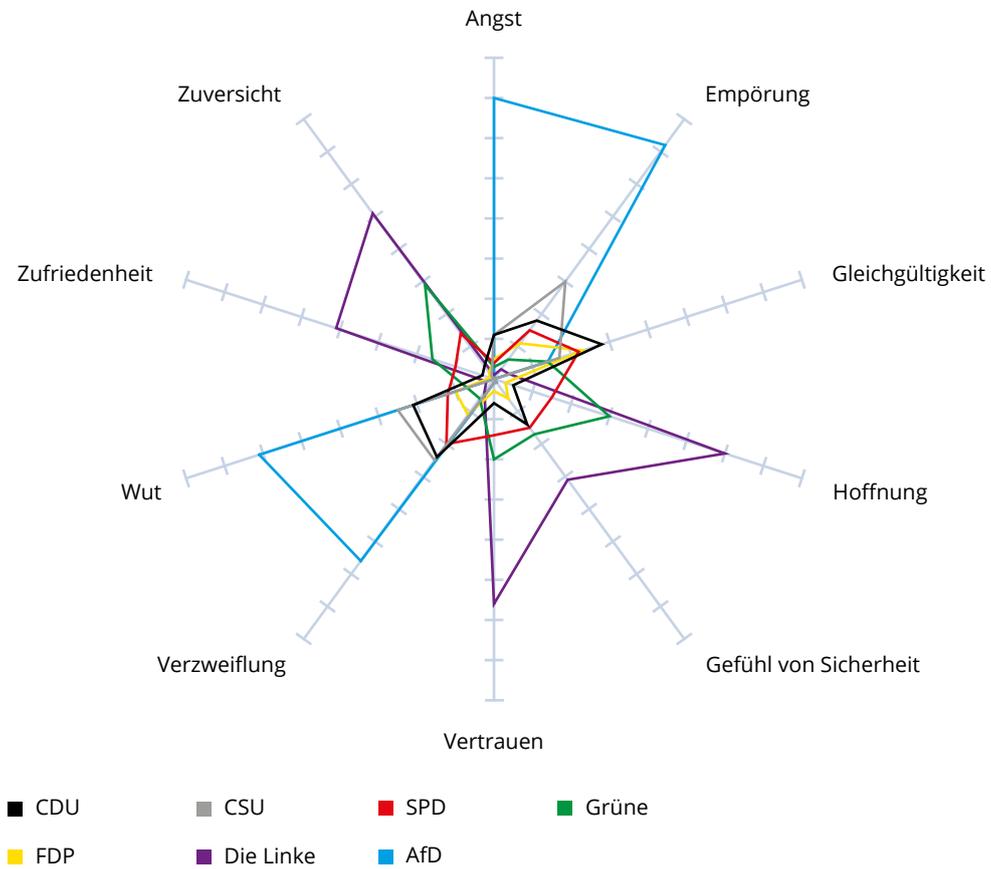
Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe



Abbildung 29: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, Linke-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:

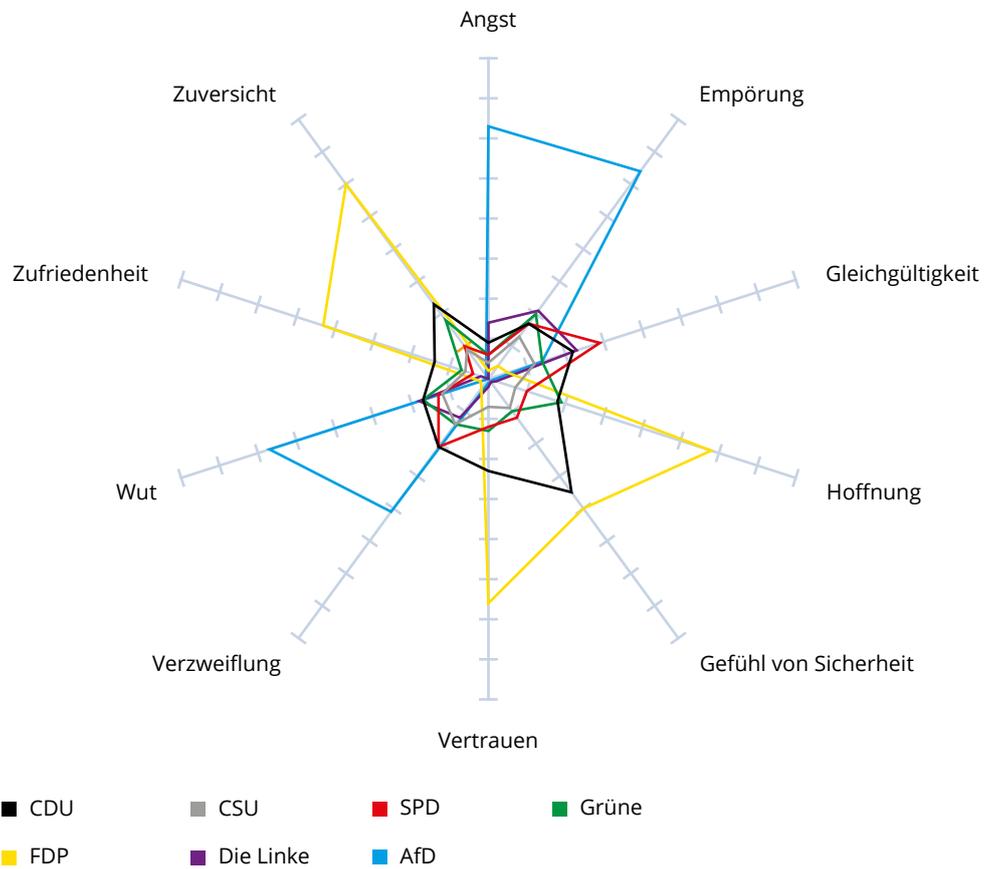


Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe

Abbildung 30: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, FDP-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:



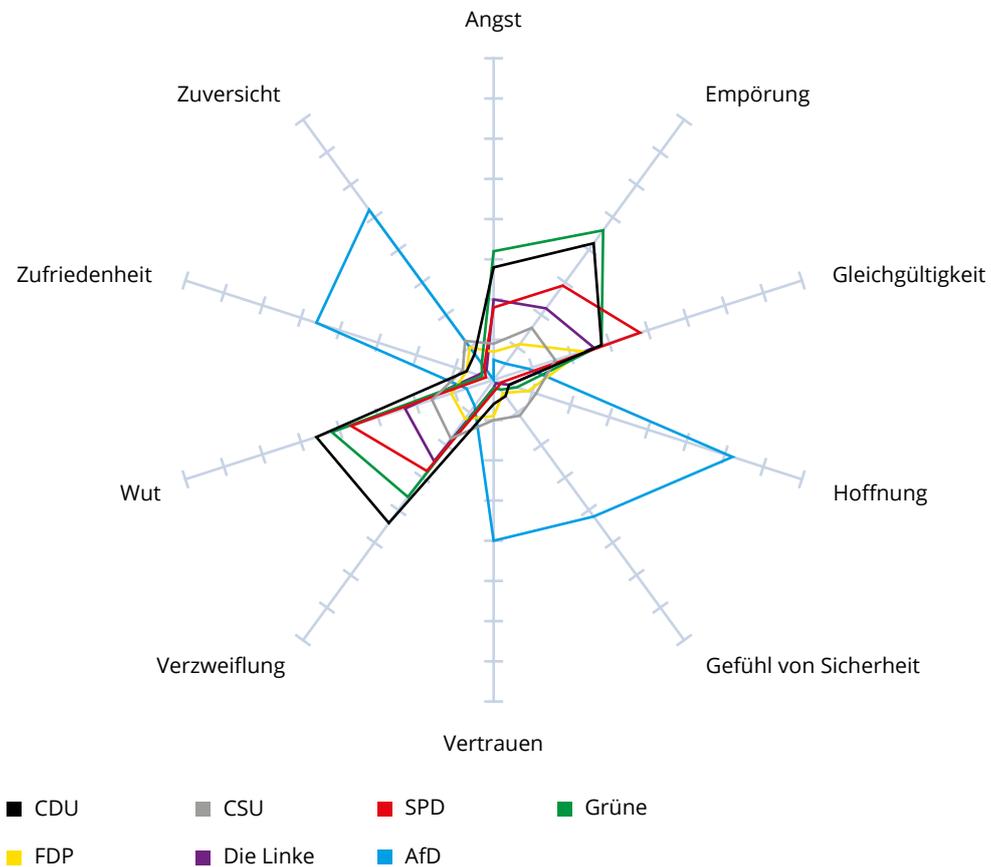
Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe



Abbildung 31: Durch Parteien ausgelöste Gefühle, AfD-Wähler(innen)

Die Partei löst bei mir ... aus:



Quelle: Umfrage 2018-01 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; fehlend: keine Partei, weiß nicht, keine Angabe

14 Vgl. Sabine Pokorny, 2018: Von A wie Angst bis Z wie Zukunft, Konrad-Adenauer-Stiftung (Hrsg.), Analysen und Argumente Nr. 302, S. 6 ff.

15 Vom 26.09.2018 bis 17.12.2018 wurden von KANTAR EMNID 5.585 telefonische Interviews mit der wahlberechtigten deutschsprachigen Wohnbevölkerung geführt. Im Dual-Frame-Verfahren wurden 20 Prozent der Interviews als Mobilfunk-Interviews geführt. Die Daten sind repräsentativ für die deutsche wahlberechtigte Bevölkerung.

16 In den Vergleichsstudien wurde statt „Gefühl der Sicherheit“ nur „Sicherheit“ abgefragt.

5

Emotion und Wahlentscheidung

Die Wahlforschung erklärt Wahlverhalten auf der Basis von Interessen, die sich z. B. durch die individuelle soziale Lage gebildet haben. Die Bewertungen von Kompetenzen der Parteien oder Politikerinnen und Politiker sind die „rationalen“ Aspekte der Wahlentscheidung, die Parteiidentifikation eine vorgelagerte emotionale Bindung an Parteien.

Deutlich weniger Aufmerksamkeit erhielt die Frage nach den weiteren emotionalen Beziehungen zu Parteien. Mit repräsentativen Umfragen und offenen Tiefeninterviews lassen sich stabile emotionale Muster bei den Wahlberechtigten finden. Es gibt in der Wählerschaft assoziative und emotionale Einschätzungen, mit denen Parteien bewertet werden. Ob und in welchem Umfang diese Emotionen auf Wahlentscheidungen einwirken, ist damit noch nicht aufgezeigt. Die emotionale Seite der Wahlentscheidung, des Wählers Herz zu ignorieren, wäre aber eine fatale Nachlässigkeit.

Methodische Anmerkungen

Im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung werden von Umfrageinstituten Befragungen durchgeführt. Der Fragebogen wird von der Konrad-Adenauer-Stiftung erstellt. Die Konrad-Adenauer-Stiftung wertet mit statistischen Programmen die Rohdaten aus und erstellt die Analysen. Es werden nur geringfügige Gewichtungen vorgenommen, bei denen eine Über- und Unterrepräsentation ausgeglichen werden. Eine sogenannte politische Gewichtung der Daten erfolgt nicht. Daher kann es zu Abweichungen von Ergebnissen kommen, die von Umfrageinstituten selbst veröffentlicht werden. Auch im Studiendesign kommt es zu erheblichen Unterschieden, da die Konrad-Adenauer-Stiftung regelmäßig über einen längeren Zeitraum Befragungen durchführt und daher wesentlich höhere Befragtenzahlen realisiert, als dies in vielen anderen Befragungen der Fall ist.

Die in qualitativen Studien erhobenen Daten sind nicht repräsentativ im statistischen Sinne. Sie liefern Daten, die in quantitativen Studien so nicht erhoben werden können, indem qualitative Methoden die Begründung von Einstellungen und emotionale Beziehungen sichtbar machen. Daher sind diese Daten inhaltlich belastbar.

Die Autorin

Dr. Viola Neu ist stellvertretende Leiterin der Abteilung Analyse und Beratung und leitet die Wahl- und Sozialforschung in der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Dr. Viola Neu

Stellvertretende Leiterin Analyse und Beratung

Leiterin Wahl- und Sozialforschung

T +49 30 / 26 996-3506

viola.neu@kas.de

Postanschrift:

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

10709 Berlin



In dieser Studie wird mit neuen Ansätzen der Frage nach den emotionalen Beziehungen von Wählerinnen und Wählern zu Parteien nachgegangen. Mit einem Methodenmix aus repräsentativen Umfragen und offenen Tiefeninterviews lassen sich stabile emotionale Muster bei den Wahlberechtigten finden. Es gibt in der Wählerschaft assoziative und emotionale Einschätzungen, mit denen Parteien bewertet werden. Daher lohnt es, die emotionale Seite der Wahlentscheidung, des Wählers Herz zu erforschen.