

Forum
Empirische
Sozialforschung

 KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG



Let's talk about politics!

Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage zur
politischen Kommunikation im persönlichen Umfeld

Dominik Hirndorf

www.kas.de

Let's talk about politics!

**Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage zur
politischen Kommunikation im persönlichen Umfeld**

Dominik Hirndorf

Impressum

Herausgeberin:

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2020, Berlin

Umschlagfoto: © Timon Studler/unsplash

Gestaltung und Satz: yellow too Pasiek Horntrich GbR

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

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.



Diese Publikation 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 978-3-95721-748-6

Auf einen Blick

- › Der Lebenspartner beeinflusst die Wahrscheinlichkeit der Wahlteilnahme maßgeblich. Sprechen Paare nie über Politik oder geht der Partner nicht zur Wahl, so liegt die Nichtwählerquote in diesen Gruppen bei über einem Drittel statt bei rund 9 Prozent.
- › Harmonie in der Partnerschaft: Paare sind in Gesprächen über politische Themen meistens einer Meinung und wählen häufig dieselbe Partei.
- › Auch in Gesprächen mit Freunden, Verwandten, Kollegen und Nachbarn bevorzugen die Wahlberechtigten einen Diskussionspartner, der nach eigener Einschätzung die gleiche Parteipräferenz hat. Zudem gilt: Je häufiger zwei Personen miteinander diskutieren und je seltener sie dabei verschiedener Meinungen sind, desto wahrscheinlicher ist eine Wahl derselben politischen Partei.
- › Die Wähler der AfD stechen hervor. Sie sprechen besonders häufig über Politik, sind sowohl in der Partnerschaft als auch mit weiteren Gesprächspartnern überdurchschnittlich häufig einer Meinung und unterhalten sich zu großen Teilen nur mit anderen AfD-Wählern über politische Themen.
- › Die Reichweite politischer Online-Inhalte ist beschränkt: Nur die Hälfte der wahlberechtigten Bevölkerung liest politische Inhalte im Internet. Dagegen nutzt knapp ein Drittel der Wahlberechtigten das Internet nie für den Bereich Politik und 18 Prozent geben an, das Internet gar nicht zu nutzen.
- › Diejenigen, die im realen Leben häufig über Politik diskutieren, sind auch in sozialen Netzwerken überdurchschnittlich präsent, indem sie politische Beiträge liken, kommentieren oder teilen. Besonders häufig tun dies Wähler der AfD und der Linken.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Wahlteilnahme und politische Diskussionen in der Partnerschaft	6
3. Meinungsverschiedenheiten und Parteipräferenzen in der Partnerschaft	10
4. Politische Kommunikation außerhalb der Partnerschaft	13
5. Politische Kommunikation im Internet	22
6. Politische Kommunikation online und offline	28
7. Zusammenfassung	30
8. Schlussbemerkung	32
Literatur	33
Der Autor	35



Einleitung

Der Mensch ist ein soziales Wesen. Die tägliche Kommunikation mit dem persönlichen Umfeld ist dabei nicht selten politisch und wirkt sich auf die eigenen Sichtweisen aus. Studien zur Erforschung des Wahlverhaltens belegen den Einfluss von Partnern, Freunden und Verwandten auf die individuellen politischen Entscheidungen (vgl. z. B. Schmitt-Beck 2000).¹ Gleichzeitig ist aus der sozialpsychologischen Forschung bekannt, dass Menschen eher eine Beziehung mit Partnern eingehen, die ihnen (auch in gesellschaftlichen Vorstellungen) ähnlich sind (z. B. Park/McDonald 2019). Da homogene Einstellungen aufgrund ähnlicher Sozialstrukturen auch in Bekanntschaften mit Freunden, Nachbarn, Kollegen und Verwandten häufig zu Beginn der Beziehung vorliegen, ist der Einfluss zwischenmenschlicher politischer Kommunikation weiterhin umstritten. In der Online-Welt der sozialen Netzwerke ist mit Verweis auf Algorithmen häufig die Rede von sogenannten Filterblasen oder Echokammern.² Gemeint ist die Isolation gegenüber konträren Meinungen und Einstellungen, da die eigenen Präferenzen den Nutzer automatisch zu anderen Nutzern mit ähnlichen Meinungen führen. Übertragen auf die reale Welt stellt sich parallel die Frage, ob die Wahlberechtigten durch ihr persönliches Umfeld in sozialen Räumen leben, die sich bezüglich politischer Einstellungen stark ähneln.

Eine repräsentative Studie der Konrad-Adenauer-Stiftung³ widmet sich dieser Thematik. Im Zentrum steht dabei die Fragestellung, ob Wähler nur mit Gleichgesinnten sprechen oder ob sie unter *Cross Pressure*, also unter sehr heterogenen politischen Einflüssen, stehen. Daneben wird auch die allgemeine Bereitschaft zur politischen Kommunikation sowie die Nutzung des Kommunikationsmediums „Internet“ getestet.

-
- 1 Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet, bei dem alle Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht, mitgemeint sind.
 - 2 Siehe weiterführend zu diesem Thema Spohr (2017), Flaxman et al. (2016) und Walter et al. (2018).
 - 3 In der Zeit vom 09.09.2019 bis 06.11.2019 wurden insgesamt 4.022 telefonische Interviews von Emnid Kantar Deutschland durchgeführt. Dabei wurde ein sogenanntes Dual-Frame-Verfahren angewendet, sodass 1.461 Interviews (36 Prozent) über Mobilfunk und 2.561 Interviews über Festnetz (64 Prozent) geführt wurden. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahren.

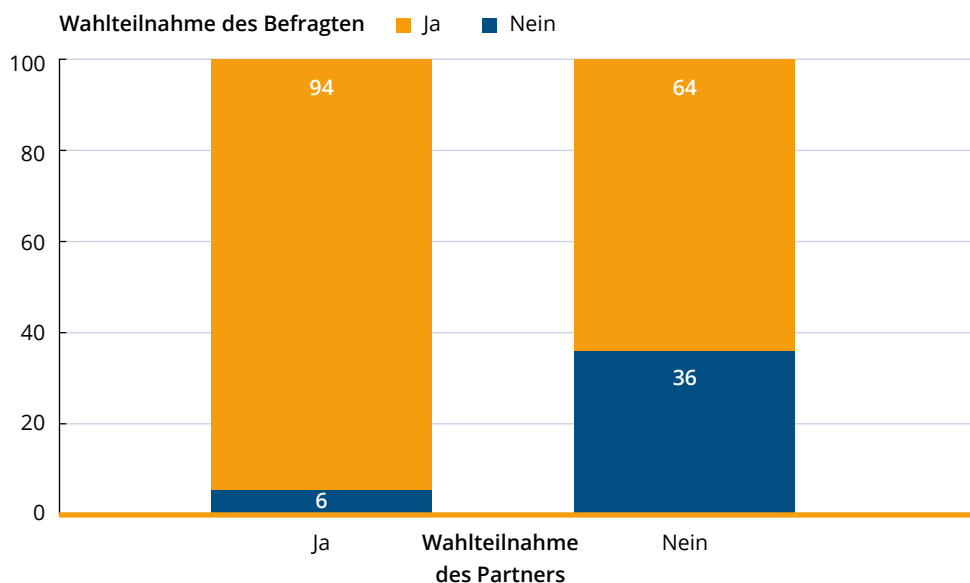


Wahlteilnahme und politische Diskussionen in der Partnerschaft

In Anlehnung an frühere Studien (Schmitt-Beck 2000, Pokorny 2018) wurde die eigene Wahlteilnahme der Befragten in Abhängigkeit zur Wahlbeteiligung des Partners untersucht. Insgesamt geben 4 Prozent der Befragten mit Lebenspartner an, ihr Partner habe nicht gewählt. Allerdings können über ein Fünftel der Befragten keine Auskunft über die Wahl des Partners bei der letzten Bundestagswahl geben. Da hier auch unklar ist, ob der Partner überhaupt gewählt hat, wurden in der Folge nur Befragte mit einer gültigen Antwort berücksichtigt. Der Anteil der Befragten mit nichtwählendem Partner erhöht sich durch den Ausschluss der ungültigen Fälle (weiß nicht/keine Angabe) auf insgesamt 9 Prozent.

Der vermutete Zusammenhang zwischen der Wahlteilnahme des Befragten in Abhängigkeit von der Wahlbeteiligung des Partners bestätigt sich auch in dieser Studie: Gibt der Befragte an, sein Partner habe gewählt, so haben lediglich 6 Prozent der Befragten die Wahl aktiv verweigert. Ist der Partner dagegen, laut Aussage des Befragten, Nichtwähler, so liegt der Wert der Befragten, die ebenfalls nicht zur Wahl gingen, um das Sechsfache höher bei 36 Prozent.⁴ Dies deckt sich mit den Ergebnissen einer Nachwahl-Studie der Konrad-Adenauer-Stiftung zur Bundestagswahl 2017 (Pokorny 2018).

Abbildung 1: Wahlbeteiligungsanteil der Befragten in Abhängigkeit von der Wahlteilnahme des Partners

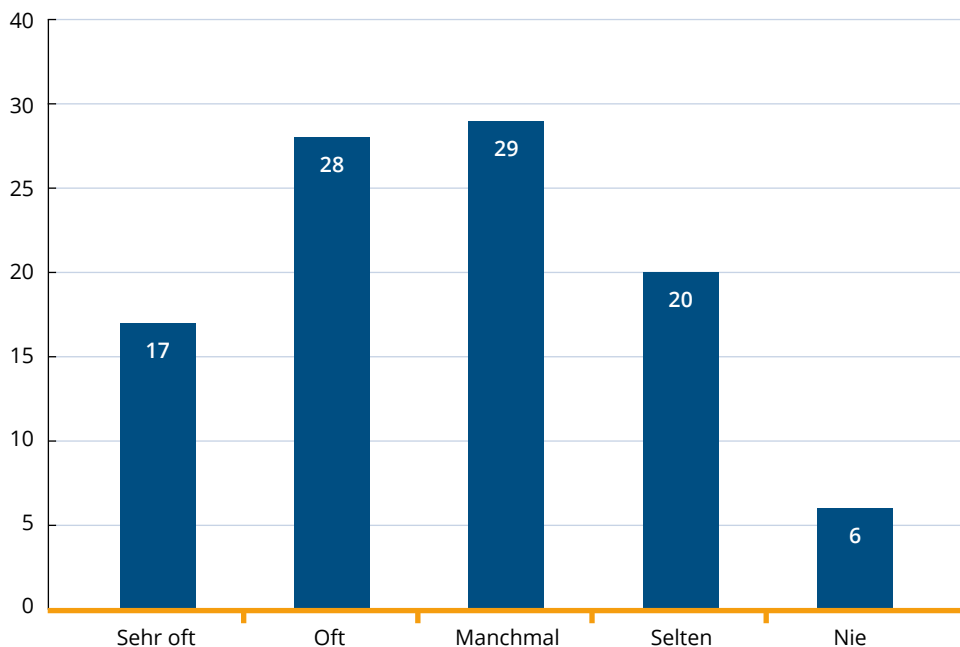


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent. Darstellung ohne die Werte „weiß nicht“/„keine Angabe“.



Bei der Analyse der politischen Kommunikation mit dem Partner wurden wiederum alle Fälle berücksichtigt. Auf die Frage, wie häufig die Befragten mit ihrem Partner über Politik sprechen, gaben 45 Prozent an, „sehr oft“ oder „oft“ politische Themen zu diskutieren. Nur 20 Prozent sprechen „selten“ und nur 6 Prozent „nie“ in der Partnerschaft über Politik. Die Diskussionshäufigkeit nimmt durchschnittlich mit zunehmendem Alter und zunehmendem Bildungsgrad zu. Während Menschen in Partnerschaft aus Einpersonenhaushalten deutlich seltener politisch diskutieren als Befragte aus einem gemeinsamen Haushalt, unterhalten sich Paare mit steigender Personenanzahl im Haushalt wiederum seltener über Politik.

Abbildung 2: Häufigkeit von Gesprächen über politische Themen in der Partnerschaft

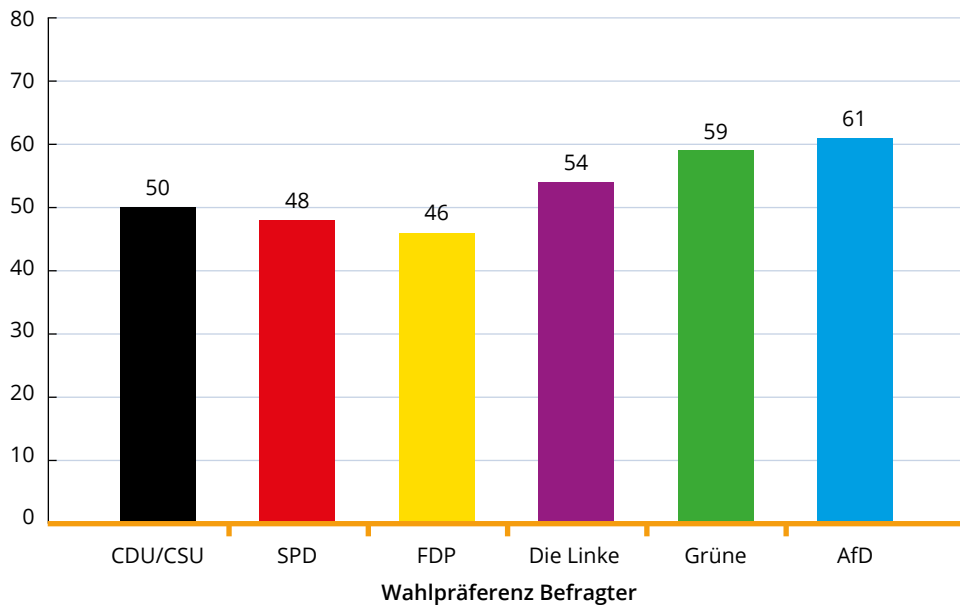


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Hinsichtlich der Wahlpräferenz der Befragten fällt auf, dass die Wähler⁵ der AfD am häufigsten über Politik mit ihrem Partner sprechen: 61 Prozent diskutieren „oft“ oder „sehr oft“ in der Partnerschaft über politische Themen. Während die Anhänger der Grünen (59 Prozent) und der Linken (54 Prozent) ebenfalls mehrheitlich häufiger über Politik sprechen, sind CDU/CSU-, SPD- und FDP-Wähler in der Partnerschaft seltener in politische Gespräche verwickelt.

Abbildung 3: Diskussionshäufigkeit mit dem Partner nach Parteipräferenz

Hier: „Oft/sehr oft“

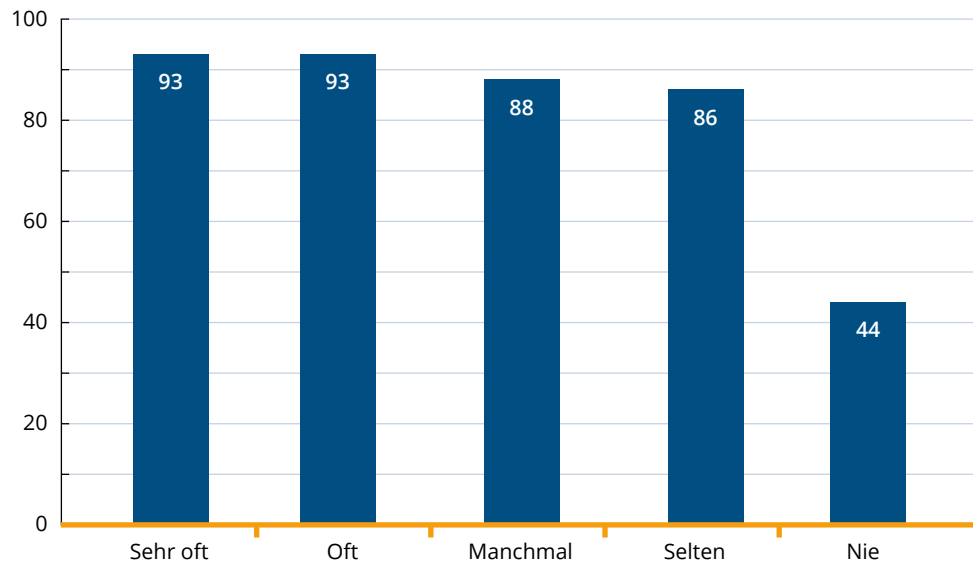


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Werden die Befragten ausgeschlossen, die keine Angabe über ihre Wahlentscheidung machen oder unentschlossen sind („weiß nicht“), dann zeigt sich hier ein möglicher Zusammenhang zwischen der Diskussionshäufigkeit und der Wahlteilnahme. Über die Hälfte der Befragten, die nie mit ihrem Partner über Politik reden, gehen auch nicht zur Wahl. Finden dagegen zumindest selten oder öfter Gespräche über Politik statt, so sind lediglich 7 bis 14 Prozent dieser Befragten nach eigener Aussage Nichtwähler. Einerseits mag dies durch geringes politisches Interesse begründet sein, andererseits bestehen wissenschaftliche Befunde, die den Zusammenhang der Wahlbeteiligung zwischen Ehepartnern belegen (Schmitt-Beck et al. 2008, 2012). Sprechen Partner häufig über Politik, dann tauschen sie Informationen aus und senken dabei die eigenen Informationskosten des politischen Wahlaktes.



Abbildung 4: Wahlbeteiligungsanteil der Befragten nach Diskussionshäufigkeit mit dem Partner



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

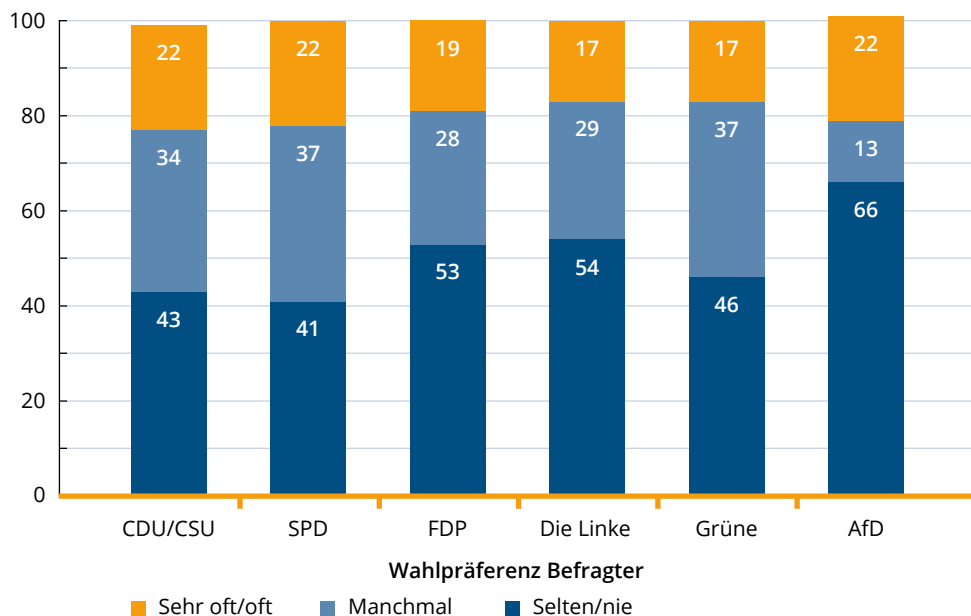
- 4 Berücksichtigt wurden ausschließlich gültige Werte, d. h. ohne die Nennungen „weiß nicht“ und „keine Angabe“. Die hohe Nichtwählerquote ist auch deshalb bemerkenswert, da der Nichtwähleranteil in Umfragen regelmäßig geringer ausfällt als in der Wirklichkeit (vgl. z. B. Selb/Munzert 2013).
- 5 In der Folge werden die Befragten, die eine Wahlabsicht für eine bestimmte Partei bei der Sonntagsfrage angegeben haben, synonym als Wähler oder Anhänger dieser Partei bezeichnet.

3

Meinungsverschiedenheiten und Parteipräferenzen in der Partnerschaft

Außerdem wurde gefragt, wie häufig Meinungsverschiedenheiten mit dem Partner über politische Themen bestehen. Hierbei zeigt sich insgesamt ein eher harmonisches Bild. Rund die Hälfte der Befragten streitet „selten“ oder „nie“ (48 Prozent), ein knappes Drittel (31 Prozent) lediglich „manchmal“ über Politik. Nur gut 21 Prozent der Befragten geben an, „oft“ oder „sehr oft“ mit ihrem Partner unterschiedlicher Meinung zu sein. Bereits an dieser Stelle fällt auf, dass die Befragten mit einer Wahlpräferenz für die AfD besonders selten bei politischen Diskussionen mit ihrem Partner uneins sind (66 Prozent), während dieser Wert für Wähler aller anderen Parteien des Bundestags deutlich darunter liegt (SPD: 41 Prozent, CDU/CSU: 43 Prozent, Grüne: 46 Prozent, FDP: 53 Prozent, Linke: 54 Prozent). Dieser Trend wird sich im Verlauf der Analyse weiter bestätigen.

Abbildung 5: Meinungsverschiedenheiten bei Gesprächen über politische Themen mit dem Partner nach Parteipräferenz*



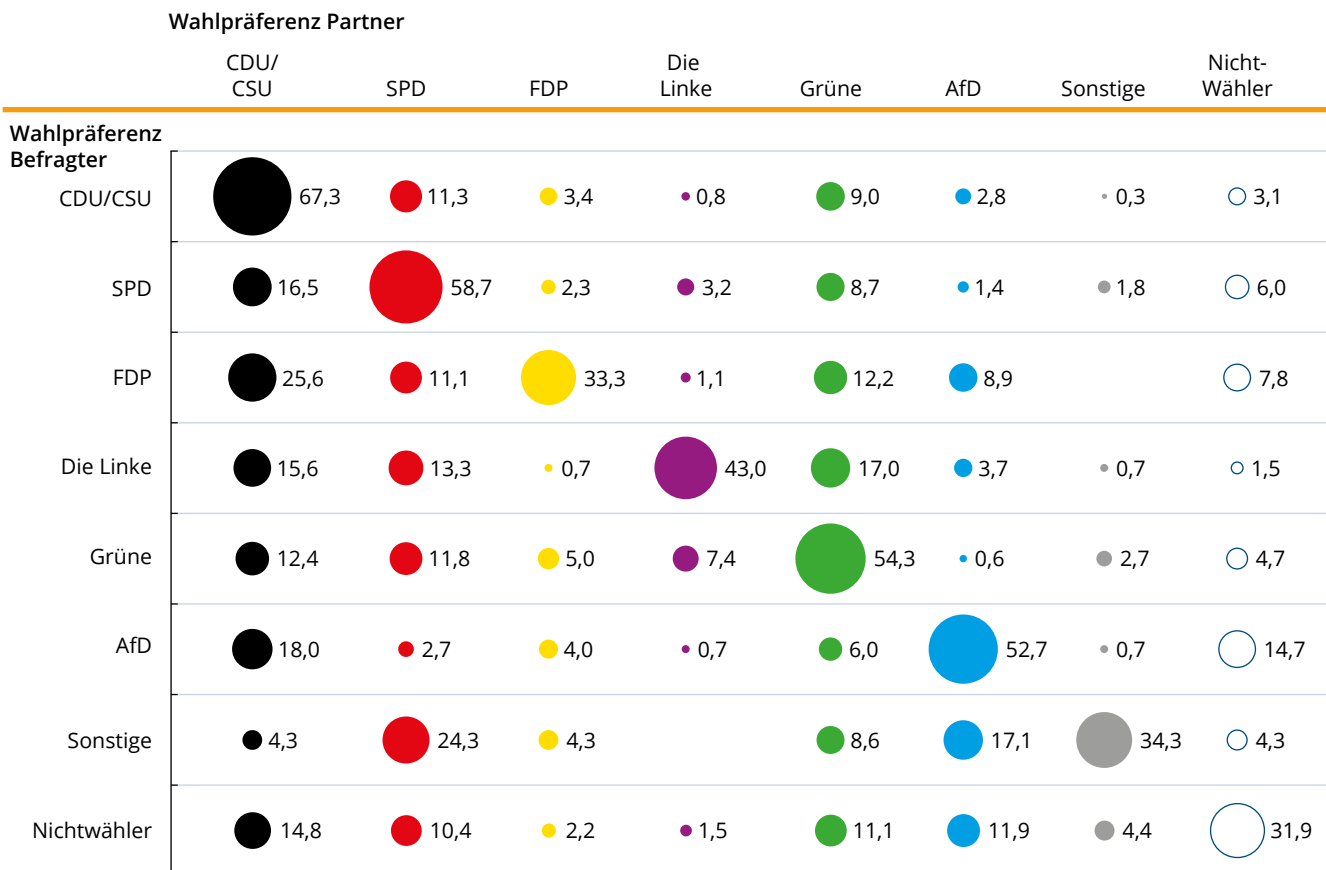
Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

* Rundungsbedingt ergeben die Werte in den Grafiken manchmal mehr oder weniger als 100 Prozent. Dies gilt für alle Grafiken dieser Publikation.



Parallel wurden die Teilnehmer der Studie auch nach der vermuteten Wahlentscheidung ihres Partners gefragt. Auch hier lässt sich eine grundsätzliche Homogenität zwischen den Lebenspartnern herausstellen. Zwei Drittel aller Unions-Wähler in Partnerschaft geben beispielsweise an, dass ihr Lebensgefährte ebenfalls Wähler der CDU/CSU sei. Auch die Wähler aller anderen Parteien vermuten unter ihren Partnern den jeweils größten Anteil im eigenen politischen Lager. Allerdings fällt dieser Anteil zum Teil deutlich kleiner aus (SPD: 59 Prozent, Grüne: 54 Prozent, AfD: 53 Prozent, Linke: 43 Prozent, FDP: 33 Prozent). Bei den Befragten, die angeben, die FDP zu wählen, vermutet ein Viertel, dass ihr Partner die Union wählt. Unter den AfD-Wählern sticht dagegen ein recht hoher Anteil an Partnern hervor, die vermeintlich nicht zur Wahl gehen (15 Prozent).

Abbildung 6: Übereinstimmung der Wahlpräferenz des Befragten und der vermuteten Wahlentscheidung des Partners nach Parteienpräferenz



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.
 Fehlende Werte zu 100 Prozent: Partner unter 18 Jahren. Darstellung ohne die Werte
 „weiß nicht“/„keine Angabe“.

Lesehilfe: Zeilenweise von links nach rechts lesen – 67,3 Prozent der CDU/CSU-Anhänger geben
 an, dass auch ihr Partner die Union wählt. 11,3 Prozent vermuten, dass ihr Partner die SPD wählt.

Im Rückblick auf die Zahlen zur Meinungsverschiedenheit ist auffällig, dass die Anhänger der CDU/CSU und der SPD, trotz mehrheitlicher Übereinstimmung in der Wahlpräferenz (67 bzw. 59 Prozent), verhältnismäßig häufig angeben, mit dem Partner in Gesprächen über politische Themen unterschiedlicher Meinungen zu sein. Hier zeigt sich möglicherweise die thematische Breite der beiden größten Parteien, die bei einer größeren Anzahl an politischen Themen auch zu mehr Meinungsvielfalt führt. Die Wähler der AfD, die eine recht enge thematische Ausrichtung aufweist, haben dagegen untereinander weniger Konfliktpotenzial.

Der Lebenspartner übt also einen großen Einfluss auf die eigenen politischen Entscheidungen aus. Tiefergehende Analysen der Daten zeigen, dass die Partner mit steigender Diskussionshäufigkeit über politische Themen öfter in ihrer Parteipräferenz übereinstimmen. Zudem ist eine Überschneidung wahrscheinlicher, wenn die Paare in ihren Gesprächen eher derselben Meinung sind. Dies spricht ebenfalls für den vorhandenen Einfluss des Lebenspartners. Denn die Forschung belegt, dass sich Wähler leichter beeinflussen lassen, wenn sie das Gefühl haben, allgemein mit einem Diskutanten politisch übereinzustimmen (vgl. z. B. Huckfeldt/Sprague 1995, Schmitt-Beck 2000). Auch die Bedeutung der Diskussionshäufigkeit lässt sich wissenschaftlich erklären. Je häufiger ein Gespräch über politische Themen stattfindet, desto öfter erhält eine Person Informationen mit einer bestimmten politischen Tendenz, sodass letztlich eine Annäherung der politischen Präferenzen stattfindet (Johnston/Pattie 2006). Jedoch bleibt die kausale Frage offen, ob sich Menschen selektiv einen Partner suchen, der die eigenen politischen Vorstellungen und Werte teilt, oder ob sich die Partner aufgrund ihrer Beziehung und des Austauschs untereinander über die Zeit angleichen. Zuletzt mehrten sich aus der Sozialwissenschaft allerdings die Stimmen, die eine Wahl des Partners primär aufgrund politischer Ansichten für unwahrscheinlich halten und Belege für eine Beeinflussung der Partner untereinander finden (Schmitt-Beck 2000, Lazer et al. 2010). Jedoch bleibt unklar, von wem der Beeinflussungsprozess jeweils ausgeht.



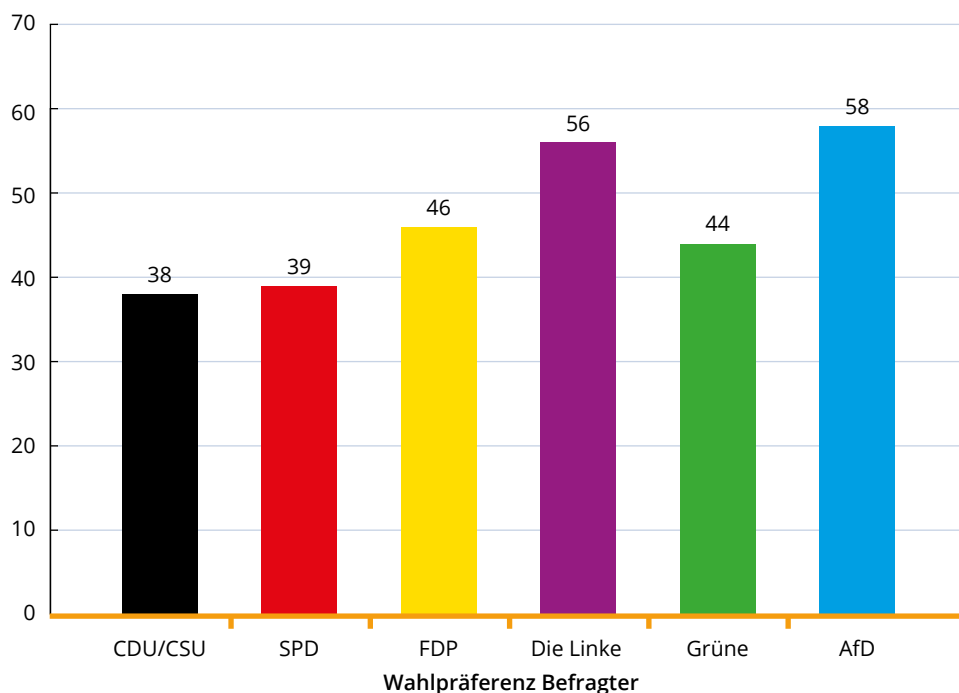
Politische Kommunikation außerhalb der Partnerschaft

Alle Befragten, auch Singles, wurden weiterhin gebeten, eine Person zu nennen, mit der sie außerhalb der Partnerschaft über Politik sprechen. Während 12 Prozent der Befragten angeben, dass sie außerhalb der Partnerschaft mit niemandem über Politik sprechen, nannte etwa ein Drittel als zusätzliche Gesprächspartner einen Freund, gefolgt von Verwandten (26 Prozent), Arbeitskollegen (18 Prozent) und Nachbarn (4 Prozent). Die durchschnittliche Diskussionshäufigkeit steigt mit höherem formalem Bildungsabschluss und der Berufstätigkeit des Befragten. Zudem sind Befragte aus Einpersonenhaushalten hier häufiger im Gespräch über politische Themen als Befragte aus Mehrpersonenhaushalten.

Erneut nehmen die Anhänger der AfD bei der Diskussionshäufigkeit den Spitzenplatz ein. 58 Prozent diskutieren „oft“ oder sogar „sehr oft“ mit der angegebenen Bezugsperson aus dem Bekanntenkreis, gefolgt von den Linken-Wählern mit rund 56 Prozent. Die Wähler der beiden mitgliederstärksten Parteien, Union und SPD, sind etwas zurückhaltender und diskutieren mehrheitlich gelegentlich oder seltener mit Bekannten.

Abbildung 7: Diskussionshäufigkeit mit dem erstgenannten Bekannten nach Parteipräferenz

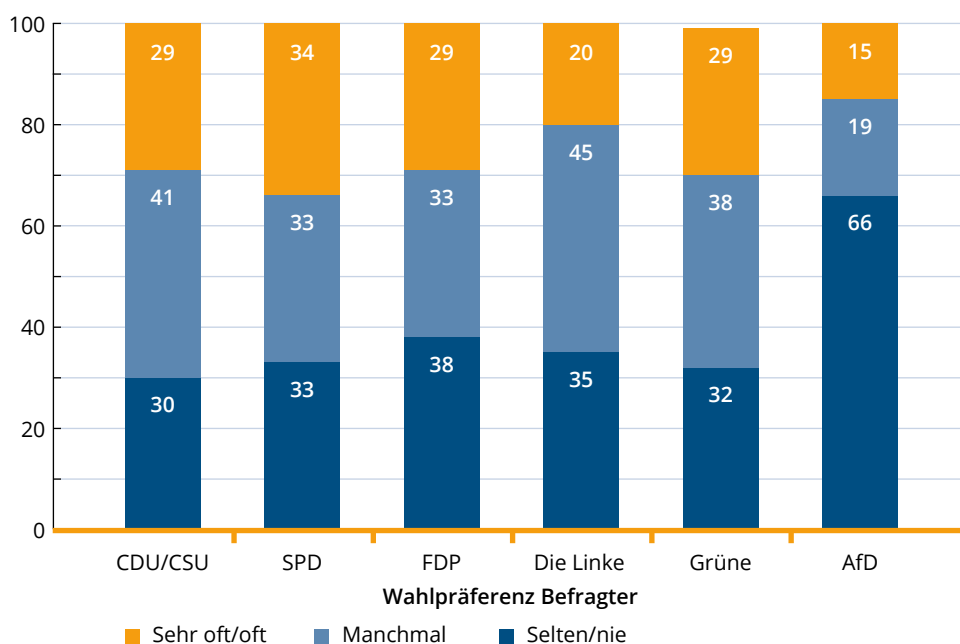
Hier: „Oft/sehr oft“



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Im Vergleich zur Partnerschaft fallen die Gespräche über Politik mit einer weiteren bekannten Person kontrastreicher aus. 29 Prozent sind „oft“ oder „sehr oft“ verschiedener Meinungen, 35 Prozent „manchmal“ und 36 Prozent sind nur „selten“ oder „nie“ mit ihrem Gesprächspartner in Dissonanz über politische Themen. Eine ähnliche Verteilung zeigt sich nahezu für die Wähler aller Parteien. Die deutliche Ausnahme bilden Befragte, die angeben, die AfD zu wählen. Simultan zur Partnerschaft sind hier in den Gesprächen mit Freunden, Verwandten, Kollegen und Nachbarn rund zwei Drittel nur „selten“ bis „nie“ unterschiedlicher Meinung mit ihrem Gegenüber.

Abbildung 8: Meinungsverschiedenheiten bei Gesprächen über politische Themen mit dem erstgenannten Bekannten nach Parteipräferenz

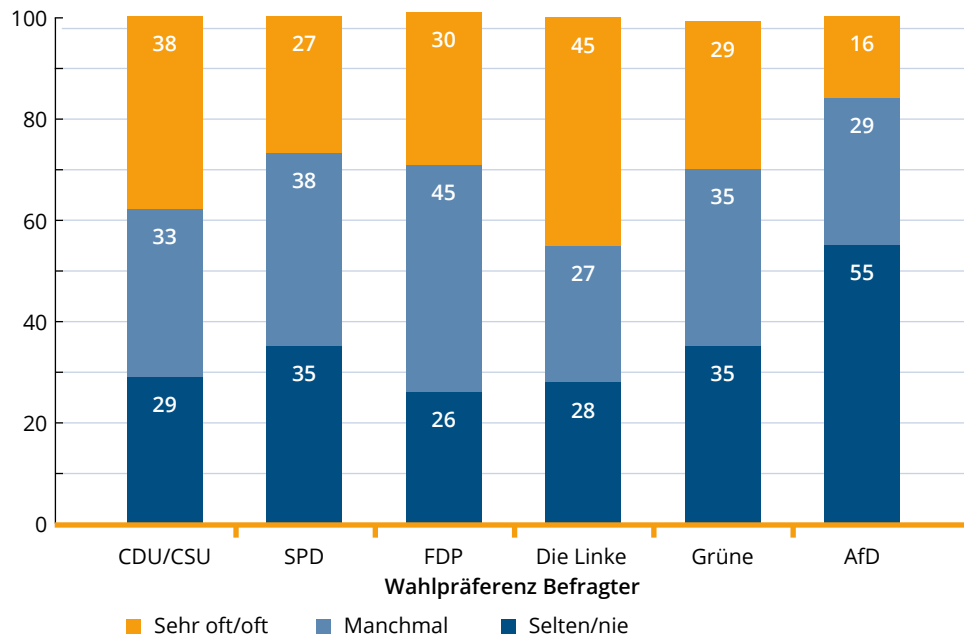


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Diese Tendenz der steigenden Heterogenität setzt sich fort, wenn die Teilnehmer zur politischen Kommunikation mit einer zweiten Person außerhalb der Partnerschaft befragt werden. Während sich die Anteile der Kategorien zur generellen Uneinigkeit bei politischen Themen nur leicht verschieben, zeigen sich deutliche Unterschiede nach Parteipräferenzen. So sind die Wähler der Linken und der Union zum größten Teil „oft“ oder „sehr oft“ unterschiedlicher Meinung mit ihrem zweiten politischen Gesprächspartner (45 Prozent bzw. 38 Prozent). Die AfD-Wähler geben dagegen an, auch mit dieser Person nur „selten“ (16 Prozent) politisch zu streiten und größtenteils einer Meinung zu sein (55 Prozent).



Abbildung 9: Meinungsverschiedenheiten bei Gesprächen über politische Themen mit dem zweitgenannten Bekannten nach Parteipräferenz

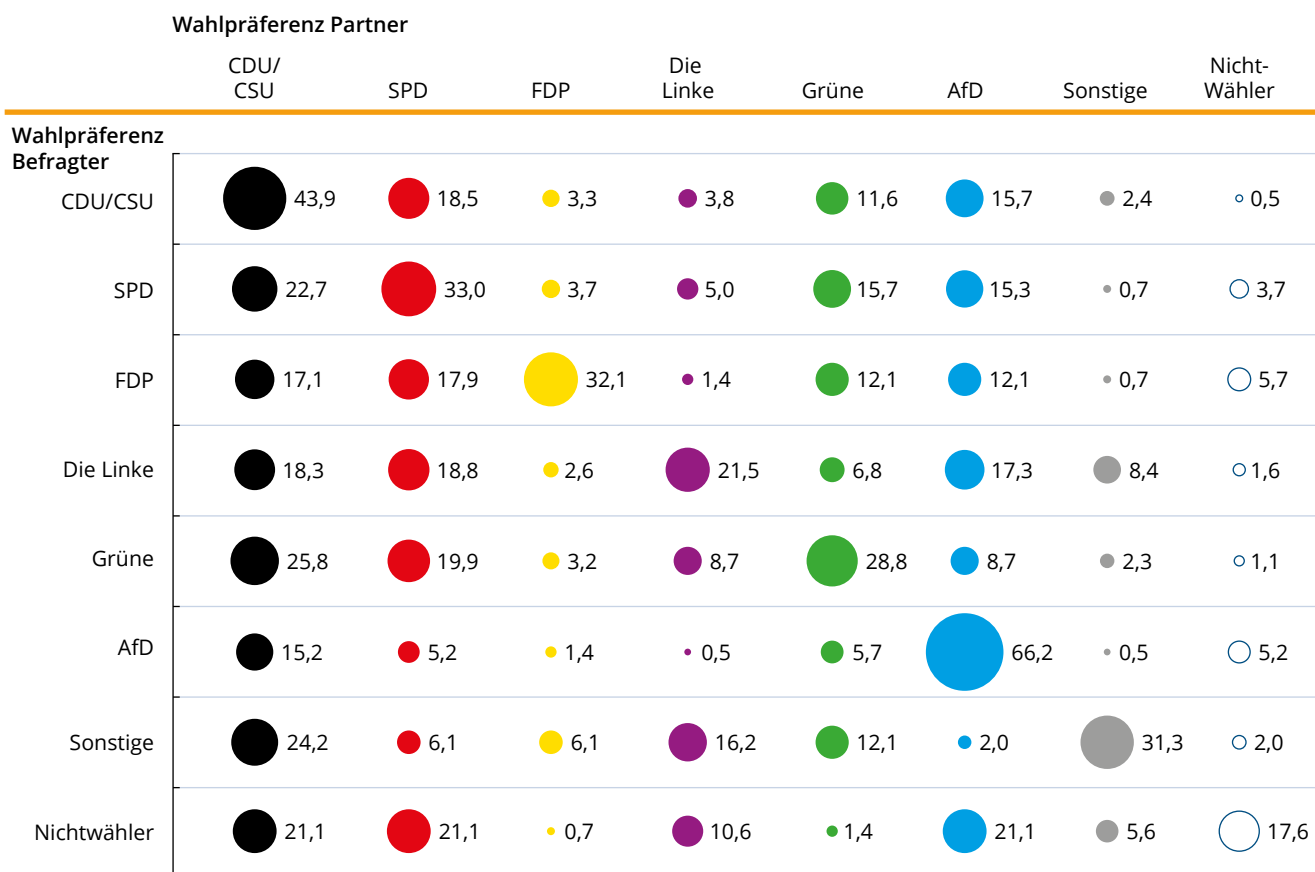


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Die beobachteten Unterschiede in der Meinungsdivergenz spiegeln sich auch in der Kongruenz der Parteipräferenzen wider. Zwei Drittel aller Befragten, die selbst die AfD wählen, geben an, dass auch ihr Bekannter die AfD wählt. Bei der Union (44 Prozent), der SPD (33 Prozent), der FDP (32 Prozent), den Grünen (29 Prozent) und der Linken (21 Prozent) liegt die Schnittmenge jeweils (deutlich) unter der Hälfte.

Zudem wird eine verzerrte Wahrnehmung sichtbar: Während die AfD-Wähler das Gefühl haben, lediglich mit mutmaßlichen Unions-Anhängern zu einem zweistelligen Prozentanteil zu diskutieren (15 Prozent), geben die Wähler aller anderen Parteien an, zu einem Anteil von 9 bis 17 Prozent auch mit Menschen zu sprechen, bei der sie eine Wahl der AfD vermuten. AfD-Anhänger werden also nicht grundsätzlich von allen anderen gemieden, haben aber selbst das Gefühl, in erster Linie mit den eigenen Leuten und nur zu einem Bruchteil mit Wählern der Union zu sprechen. Auffällig ist darüber hinaus eine scheinbare Nähe zwischen AfD- und Nichtwählern. AfD-Anhänger geben überdurchschnittlich häufig an, mit einem Nichtwähler zu sprechen (5 Prozent) und bei den Nichtwählern stellen AfD-Anhänger sogar die größte Gruppe (21 Prozent, zusammen mit Unions- und SPD-Wählern).

Abbildung 10: Übereinstimmung der Wahlpräferenz des Befragten und der vermuteten Wahlentscheidung des erstgenannten Bekannten



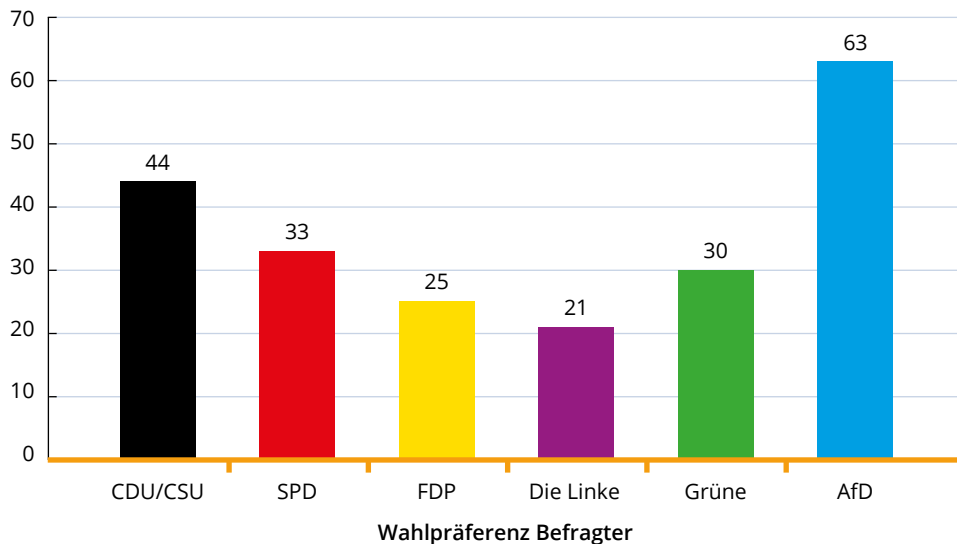
Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.
Fehlende Werte zu 100 Prozent: Bekannter unter 18 Jahren. Darstellung ohne die Werte „weiß nicht“/„keine Angabe“.

Lesehilfe: Zeilenweise von links nach rechts lesen – 43,9 Prozent der CDU/CSU-Anhänger geben an, dass auch ihr erstgenannter Gesprächspartner für politische Themen die Union wählt. 18,5 Prozent vermuten, dass dieser die SPD wählt.

Der Vergleich zwischen Befragten und der zweitgenannten Person, mit der über Politik gesprochen wird, zeigt, dass die Unterschiede zwischen erstgenanntem und zweitgenanntem Gesprächspartner gering ausfallen. Die Ergebnisse für die parteibezogene Übereinstimmung zwischen Befragtem und zweitgenanntem Gesprächspartner sind mit Ausnahme der FDP-Wähler sehr ähnlich: Die Anhänger der Union vermuten, dass 43 Prozent ihrer zweitgenannten Gesprächspartner ebenfalls die Union wählen. Die Wähler der SPD (33 Prozent), der Linken (21 Prozent), der Grünen (32 Prozent) und der AfD (59 Prozent) vermuten ebenfalls wieder den jeweils größten Anteil im eigenen politischen Lager. Die FDP-Wähler geben als größte Gruppe potenzielle Unions-Anhänger unter den zweitgenannten Diskussionspartnern an (35 Prozent) und vermuten nur zu 18 Prozent, dass ihr Gegenüber ebenfalls die FDP wählt. Im Folgenden wird ein Durchschnitt aus den Angaben über die beiden erst- und zweitgenannten Gesprächspartner außerhalb der Partnerschaft gebildet.



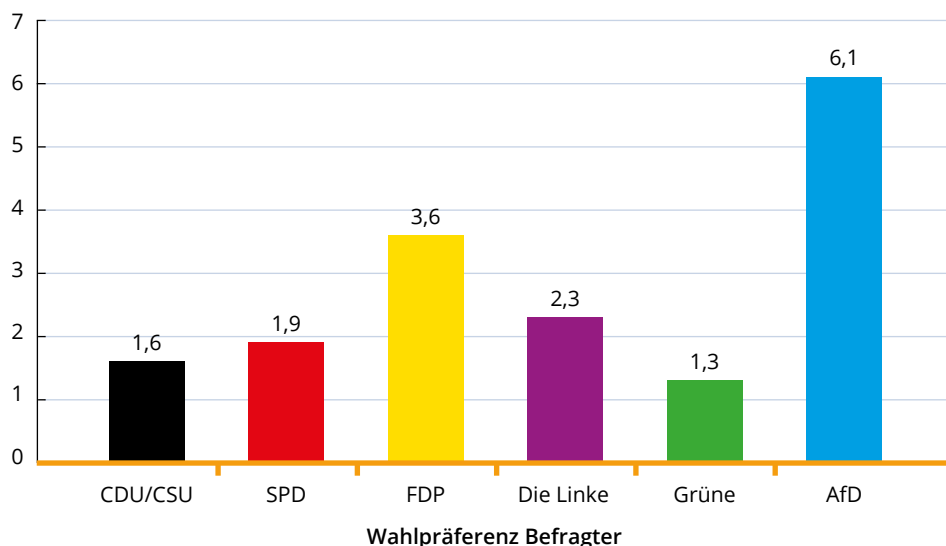
Abbildung 11: Übereinstimmung der Wahlpräferenz des Befragten und der vermuteten Wahlentscheidung der erst- und zweitgenannten Bekannten



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.
Darstellung ohne die Werte „weiß nicht“/„keine Angabe“.

Dabei sollte auch die Stimmenverteilung der Parteien in der Bevölkerung berücksichtigt werden. So ist es bei einem grundsätzlich höheren Anteil an Unions-Wählern in der Bevölkerung wahrscheinlicher, dass sich zwei CDU/CSU-Wähler zusammenfinden, als zwei Wähler einer kleineren Partei. Der sogenannte Homogenitätskoeffizient bestimmt die Bevorzugung von Gesprächspartnern derselben Partei unter Einbezug der Kräfteverteilung der politischen Parteien (Gärtner und Wuttke 2019). Dazu wird der durchschnittliche Prozentsatz der Gleichgesinnten (siehe Abbildung 11) durch den potenziellen Stimmenanteil der Parteien zum Erhebungszeitpunkt⁶ geteilt.

Abbildung 12: Homogenität der Befragten mit den erst- und zweitgenannten Gesprächspartnern in der politischen Kommunikation nach Parteipräferenz



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Anmerkung: Der Homogenitätskoeffizient gibt an, um welchen Faktor der Anteil von Befragten erhöht ist, die einen Diskussionspartner mit gleicher Wahlabsicht haben, verglichen mit einer zufälligen Partnerzuteilung.

Lesehilfe: Bei einem Wert von 1,9 ist es rund doppelt so wahrscheinlich, dass ein SPD-Wähler mit einem anderen SPD-Wähler über Politik spricht, als bei einer zufälligen Verteilung zu erwarten wäre.

Die Tabelle zeigt, dass die Befragten aller Parteien politische Kommunikation mit Gleichgesinnten bevorzugen. Das heißt, der Anteil der Befragten mit einem Gesprächspartner, der vermeintlich dieselbe Partei wählt, liegt jeweils über dem durchschnittlichen Wähleranteil der Partei. Wäre dies nicht der Fall, so müsste der Homogenitätskoeffizient eins oder weniger betragen. Dennoch zeigen sich starke Unterschiede zwischen den Parteien. Die Wähler von Grünen und Union tauschen sich außerhalb der Partnerschaft in vergleichsweise heterogenen Netzwerken aus. Dagegen ist die Wahrscheinlichkeit eines AfD-Wählers im Vergleich zu einer zufälligen Verteilung um das 6,1-Fache erhöht, einen Diskussionspartner zu haben, der ebenfalls die AfD präferiert. Anhand des Homogenitätskoeffizienten finden sich insgesamt Argumente, die für die Existenz sozial getrennter Räume sprechen. Diese sind insbesondere bei AfD-, aber auch bei Linken- und FDP-Wählern stark ausgeprägt. Vereinfacht gesagt, erfahren die Betroffenen seltener die Ansichten Andersdenkender im Rahmen politischer Gespräche. Andererseits gilt mit einem umgekehrten Blick auf das vorherige Diagramm zur politischen Homogenität auch: Die Anhänger aller Parteien (außer der AfD) sprechen mehrheitlich mit einem Bekannten, der nach der Vermutung des Befragten eine andere politische Partei wählt.



Für den Einfluss von anderen Primär- (Freunde, Verwandte) und Sekundärbeziehungen (Nachbarn, Kollegen) lassen sich in der Summe ähnliche Effekte, wenngleich etwas schwächer, wie in der Partnerschaft feststellen. Erneut sind die Diskussionshäufigkeit und die Frequenz der Meinungsverschiedenheiten erklärende Faktoren für vermeintlich identische Parteipräferenzen. Je öfter der Befragte mit dem angegebenen Diskussionspartner über Politik spricht und je häufiger die beiden dabei einer Meinung sind, desto wahrscheinlicher ist eine vermutete Übereinstimmung in der favorisierten Partei. Hier stellen sich, wie bereits für die Ergebnisse der Partnerschaft, erneut Fragen der Kausalität. Allerdings sprechen Langzeitbeobachtungen sozialer Netzwerke dafür, dass politische Konformität nicht die Wahl der Interaktionspartner bestimmt, sondern vielmehr erst durch Angleichung im Zuge sozialer Austauschprozesse herausgebildet wird (Zuckerman 2007). Der Bekanntenkreis, mit dem über Politik gesprochen wird, würde demnach maßgeblichen Einfluss auf die eigenen politischen Präferenzen haben.

Andererseits zeigen Ergebnisse aus aktuellen Studien, dass diese Erklärung vor allem für die Wähler der AfD zu kurz greift. Beobachtungen aus einer qualitativen Studie⁷ der Konrad-Adenauer-Stiftung belegen, dass die Anhänger der AfD in einer heterogenen Gruppe seltener gesprächsbereit sind, dagegen jedoch in einer homogenen Gruppe bestehend aus Gleichgesinnten plötzlich besonders intensiv politisch diskutieren. Dies deckt sich auch mit Einzelaussagen aus den Interviews und Gruppendiskussionen, die im Rahmen der erwähnten Studie geführt wurden.

„Die [der Freundeskreis] haben meistens auch eine ähnliche Meinung wie man selber. Also da hat man keine konträren Einstellungen eigentlich. Da äußert man dann auch das, was man denkt.“⁶⁸
(Männlich, 43, Abitur, AfD)

„Draußen, da hat man ja schon so viel durch Nachrichten und so was mitgekriegt, da mag man ja seine Meinung nicht kundgeben, das macht man nur im Freundeskreis, im engsten. [...] Wir sind uns ziemlich einig, wir haben im Freundeskreis die gleiche Meinung. [...] da stoßen wir alle ins gleiche Horn.“
(Männlich, 44, Mittlere Reife, AfD)

„Ich glaube, meistens sucht man sich, wenn man so was diskutiert oder weil man ein bisschen vorsichtig ist, sucht man sich die Leute aus, wo man weiß, dass man dieselbe Meinung hat oder so. Und nicht jemanden, der das total anders sieht, den muss ich davon überzeugen, das wird dann konfrontativ. Man macht es eher, weil man weiß, wir sind eh auf einer Wellenlänge. [...] Danach sucht man sich auch seine Freunde aus.“
(Weiblich, 50, Hochschulabschluss, AfD)

AfD-Anhänger scheinen, häufiger als die Wähler anderer Parteien, anhand politischer Einstellungen zu selektieren, mit wem sie über Politik sprechen. Aus der Psychologie ist das Phänomen der kognitiven Dissonanz bekannt. (Festinger 1978 [2012]) Menschen versuchen es generell zu vermeiden, sich mit widersprüchlichen Meinungen auseinanderzusetzen und suchen eher nach Bestätigung der eigenen Meinung (*confirmation bias*). Für die politischen Positionen der AfD trifft dies in besonderem Maße zu, da sie beispielsweise bei den Streitthemen Migration und Klima im unvereinbaren Gegensatz zu den Positionen aller anderen Parteien stehen. Daher erscheint es, konträr zur These der Angleichung, durchaus plausibel, dass das soziale Umfeld der AfD-Anhänger nach Kriterien der Ähnlichkeit – auch in Bezug auf politische Meinungen – aufgebaut wird.

Zusätzlich lässt sich das homogene politische Umfeld der AfD-Anhänger auch als eine Folge gesellschaftlicher Isolationsprozesse beschreiben. Laut einer repräsentativen Datenerhebung wollen 57 Prozent der Wahlberechtigten nichts mit AfD-Wählern zu tun haben.⁹ In Interviews berichten einige AfD-Wähler zudem über Kontaktabbrüche, Separierung oder Kontaktreduktion aufgrund unüberbrückbarer politischer Differenzen in Bekanntschaften.

„Von mir haben sich schon zwei Freunde verabschiedet, muss ich mal sagen, weil ich offen gesagt habe, dass ich die AfD gewählt habe.“

(Weiblich, 44, Mittlere Reife, AfD)

„Mein Umfeld hat mit Kontaktabbruch reagiert größtenteils. Man wurde direkt irgendwie in eine Ecke gestellt, wo man immer dachte, da gehöre ich eigentlich nicht hin, da komme ich nicht her und da will ich auch gar nicht hin. Es ist halt ein Tabuthema gewesen. Wenn man in irgendeiner Form eine andere Meinung hatte, dann wurde es auf jeden Fall sehr schwierig. Ich habe im Moment sowieso keinen wirklichen Freundeskreis mehr, das hat sich alles auch damit größtenteils wirklich erledigt.“

(Männlich, 28, Abitur, AfD)

Ein Eindruck, der sich auch mit Blick auf die Aussagen von Befragten anderer Parteien bestätigt.

„Mein Vater hat sich vor fünf Jahren in Richtung einer Partei [AfD] orientiert, die für mich unmöglich ist in Deutschland. [...] seitdem sind mein Vater und ich privat nur noch Guten Tag und Guten Weg, mehr nicht.“

(Männlich, 39, Abitur, CDU)

„Die einzigen, mit denen ich nicht diskutiere, das ist die AfD.“

(Weiblich, 76, unbekannt, Die Grünen)

„Das käme für mich tatsächlich nicht in Frage, einen AfDler im Bekanntenkreis zu haben, da würde ich halt dann auch sagen, nein, da brauchst Du mir gar nicht näherkommen.“

(Weiblich, 35, Mittlere Reife, Die Linke)

Häufig beklagen die Anhänger der AfD dabei eine (gefühlte) eingeschränkte Meinungsfreiheit sowie eine Stigmatisierung, die sie pauschal in die politisch „rechte Ecke“ stellt.

„Früher konnte man mehr seine Meinung sagen. Der Großteil hier hat bestätigt, dass man, wenn man zur AfD steht, dass man gleich als rechts abgestempelt wird.“

(Weiblich, 60, Abitur, AfD)

Wenn man zum Beispiel das bekannte Thema Flüchtlinge einfach falsch formuliert oder mit zu viel Emotionen formuliert, zack, ist man ein Nazi.

(Männlich, 33, Hochschulabschluss, AfD)

Man hat irgendwie so eine Hemmschwelle, dass man sagt ... Also man traut es sich einfach nicht, weil wie gesagt, das oft dann vorkommt, du bist ein Nazi.

(Weiblich, 36, Hauptschulabschluss, AfD)



In der Konsequenz lässt sich eine Streitvermeidungsstrategie beobachten: Wähler anderer Parteien diskutieren ungerne mit Anhängern der AfD, da sie unangenehme Streitsituationen befürchten oder einen Kontakt kategorisch ausschließen. AfD-Wähler dagegen fühlen sich ausgegrenzt oder stigmatisiert und ziehen sich in homogene Gruppen zurück, in denen sie wiederum aktiv diskutieren.

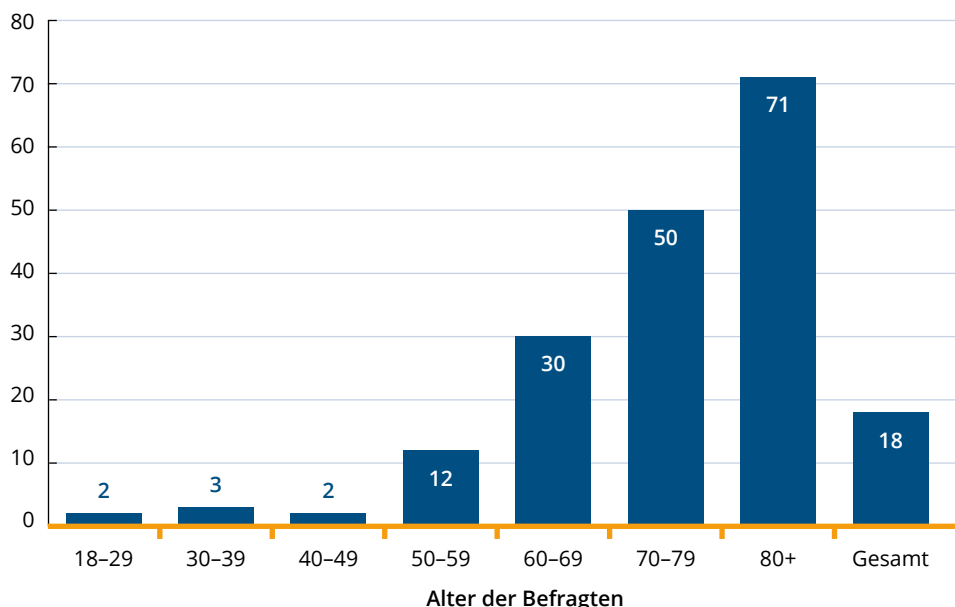
-
- 6 Der potenzielle Stimmenanteil wurde auf Basis gültiger Werte, d. h. ohne die Nennungen „weiß nicht“/ „keine Angabe“, im vorliegenden Datensatz bestimmt (CDU/CSU: 27 Prozent, SPD: 18 Prozent, FDP: 7 Prozent, Die Linke: 9 Prozent, Grüne: 24 Prozent, AfD: 10 Prozent).
 - 7 Im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung führte Mauss Research im Dezember 2019 eine qualitative Studie mit 68 einstündigen, leitfadengestützten Einzelinterviews und 24 zweistündigen Gruppendiskussionen mit unterschiedlichen Gruppen von Wahlberechtigten durch.
 - 8 Die Zitate wurden hinsichtlich Rechtschreibung und Grammatik im Originalzustand belassen und mit Angabe von Geschlecht, Alter, höchstem Bildungsabschluss und Parteipräferenz versehen.
 - 9 Vom 09.10.2019 bis zum 27.02.2020 führte Infratest dimap im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung 3.250 Telefoninterviews zum Thema Polarisierungstendenzen in der bundesdeutschen Gesellschaft durch. Die Studie wurde im Dual-Frame-Verfahren durchgeführt mit einer Quote von 37 Prozent Mobilfunkinterviews und entsprechend 63 Prozent Festnetzanteil. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahren.

5

Politische Kommunikation im Internet

Das Internet ist im 21. Jahrhundert eine bedeutende Plattform politischer Kommunikation geworden. Neben den Diskussionen um Online-Filterblasen stellt sich vor allem die Frage, inwiefern sich die Gruppen der politisch aktiven Online-Nutzer mit den „Vieldiskutierern“ der Offline-Welt überschneiden. Zudem lassen sich anhand des Nutzerverhaltens im Internet unter anderem Rückschlüsse auf die politische Partizipationsbereitschaft ziehen. Allerdings hat das Internet als Quelle politischer Information noch längst nicht jeden Haushalt in Deutschland erreicht. So wird das Internet nach Aussage der Befragten von 18 Prozent überhaupt nicht genutzt. Hier lässt sich ein deutlicher Alterseffekt erkennen. Während in den Altersgruppen der 18- bis 49-Jährigen (98 bzw. 97 Prozent) fast alle das Internet nutzen, nimmt die Quote mit steigendem Alter schrittweise zu: 12 Prozent der 50- bis 59-Jährigen, 30 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und die Hälfte der 70- bis 79-Jährigen geben an, dass sie das Internet überhaupt nicht nutzen. In der Gruppe der über 79-Jährigen sind es dann bereits 71 Prozent.

Abbildung 13: Zustimmung zur Aussage „Ich nutze das Internet überhaupt nicht“ nach Altersgruppen



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

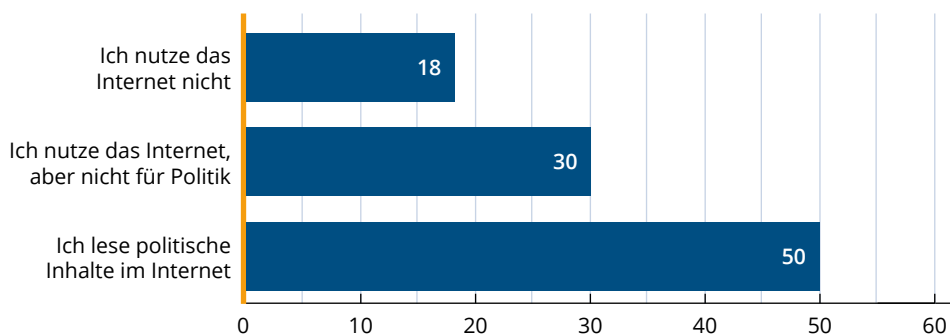
Weiterhin geben 30 Prozent aller Befragten an, das Internet zwar zu nutzen, aber nicht für den Bereich Politik. Zusammengenommen mit den Nichtnutzern wird somit fast die Hälfte der wahlberechtigten Bevölkerung gar nicht von online kommunizierten, politischen Botschaften erreicht. Zum Vergleich: Nach einer GESIS¹⁰-Studie (Roßteutscher et



al. 2019) haben vor der Bundestagswahl 2017 gut 81 Prozent und nach der Wahl sogar 94 Prozent der Befragten Wahlplakate wahrgenommen. Demzufolge kann der digitale Wettbewerb der Parteien um die Stimmen der Wähler den analogen Wahlkampf nicht ersetzen. Im Gegenteil: Letztlich geben nur rund die Hälfte der Befragten an, politische Inhalte im Internet zu konsumieren.

Zusätzlich lassen sich ähnliche Bildungseffekte wie bei der Offline-Diskussionskultur feststellen. Die politische Internetnutzung nimmt durchschnittlich mit zunehmendem formalem Bildungsgrad zu. Mit abnehmendem formalem Bildungsgrad wird dagegen eine Nichtnutzung oder eine nichtpolitische Nutzung wahrscheinlicher. Außerdem findet sich ein wenig überraschender Effekt des Alters: 78 Prozent der 18- bis 29-Jährigen und 73 Prozent der 30- bis 39-Jährigen lesen politische Inhalte im Internet. Dagegen tun dies nur 34 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und 23 Prozent der 70- bis 79-Jährigen.

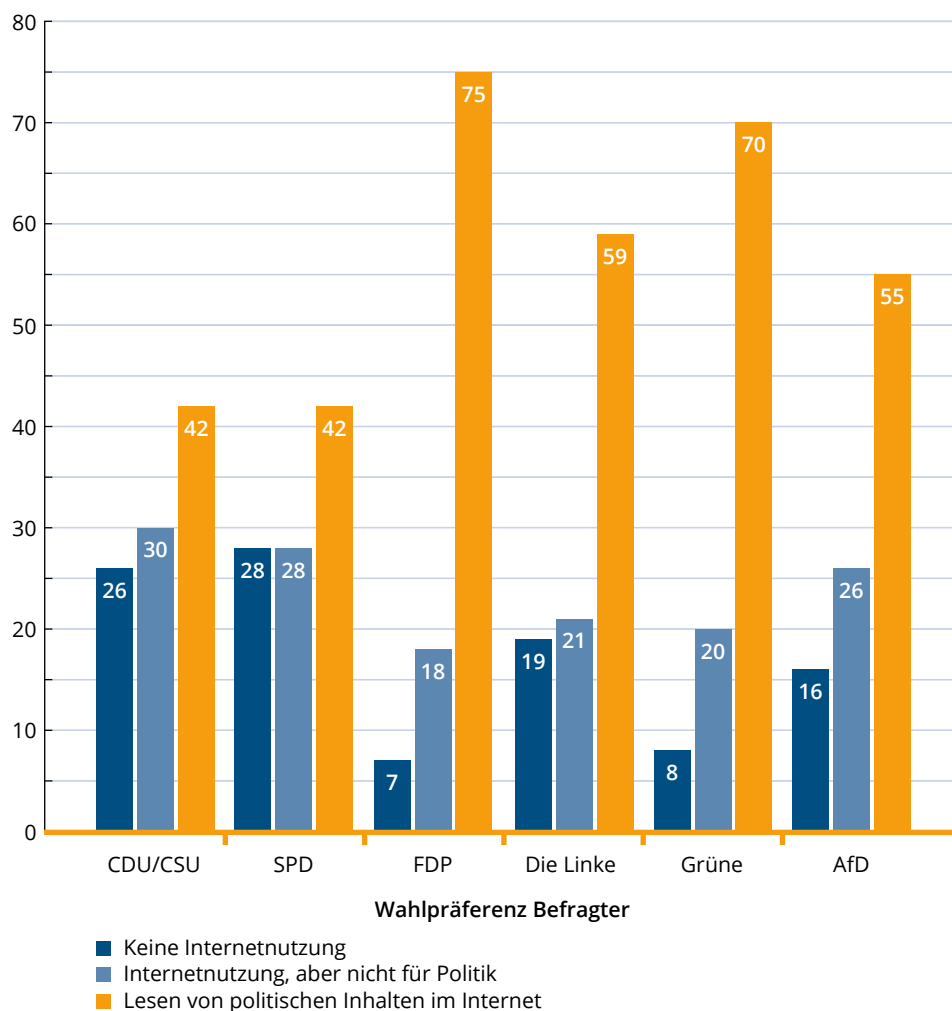
Abbildung 14: Nutzung des Internets für politische Kommunikation



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent. Fehlende Angaben zu 100 Prozent: „weiß nicht“/„keine Angabe“.

In der politischen Internetnutzung zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Anhängern der Parteien im Bundestag. Die Wähler der CDU/CSU und der SPD sind überdurchschnittlich oft Nichtnutzer (26 bzw. 28 Prozent) oder nutzen das Internet nicht für den Bereich Politik (30 bzw. 28 Prozent). Deutlich weniger als die Hälfte der Anhänger beider Parteien (42 Prozent) konsumiert überhaupt politische Inhalte online. Die Wähler aller anderen Parteien nutzen das Internet dagegen mehrheitlich auch zum Lesen politischer Beiträge. Besonders hoch ist der Anteil bei den FDP-Anhängern (75 Prozent) und den Wählern der Grünen (70 Prozent).

Abbildung 15: Politische Internetnutzung nach Parteipräferenz



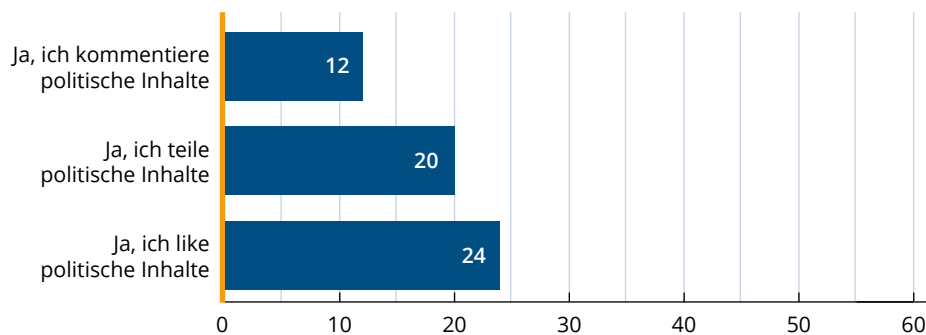
Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.
 Fehlende Werte zu 100 Prozent: „weiß nicht“/„keine Angabe“.

Werden ausschließlich diejenigen Befragten berücksichtigt, die politische Inhalte im Internet lesen, macht davon zusammen immerhin ein knappes Drittel Gebrauch von den interaktiven Angeboten in sozialen Netzwerken (z. B. Facebook). Das heißt, politische Inhalte werden kommentiert, mit anderen Nutzern geteilt oder gelikt (als „gefällt mir“ markiert). Jedoch ist die Hemmschwelle zur Nutzung der verschiedenen Funktionen scheinbar unterschiedlich hoch. Ein knappes Viertel der Online-Leser liken auch einige der politischen Beiträge, wohingegen sich nur ein Fünftel dazu entschließt, politische Inhalte auch mit Bekannten zu teilen. Lediglich 12 Prozent geben an, online Kommentare unter politischen Beiträgen zu verfassen. Da das Formulieren eines politischen Kommentars zeitintensiver und voraussetzungsvoller ist als das simple Liken eines Beitrags oder die Nutzung der Funktion „teilen“, ist diese Staffelung der Häufigkeiten plausibel.

Auch hier ist der besagte Alterseffekt wieder sichtbar. Jüngere Kohorten nutzen interaktive Funktionen durchschnittlich öfter als ältere Altersgruppen, wobei die Gruppe der vermeintlichen Rentner zwischen 65 und 79 Jahren aktiver ist als die 50- bis 64-Jährigen. Zudem lassen sich Unterschiede hinsichtlich des Bildungsniveaus erkennen. Befragte mit Hochschulabschluss teilen, liken und kommentieren durchschnittlich seltener als alle anderen. Überdurchschnittlich häufig genutzt werden die interaktiven Funktionen dagegen von Befragten mit Mittlerer Reife (verglichen mit Abitur, Haupt-/Volksschulabschluss und Hochschulabschluss). Befragte mit Abitur teilen und liken wiederum durchschnittlich häufiger politische Inhalte als Befragte mit Hauptschulabschluss. Bemerkenswert ist, dass gerade bei der sichtbarsten Form der Interaktivität, dem Kommentar, die Nutzeranteile der Befragten mit einem niedrigeren formalen Bildungsabschluss höher sind als die der Befragten mit Abitur oder Hochschulabschluss, den höchsten formalen Bildungsabschlüssen.

Abbildung 16: Nutzer von interaktiven Funktionen in den sozialen Netzwerken

Hier: Nur Befragte, die politische Inhalte im Internet lesen

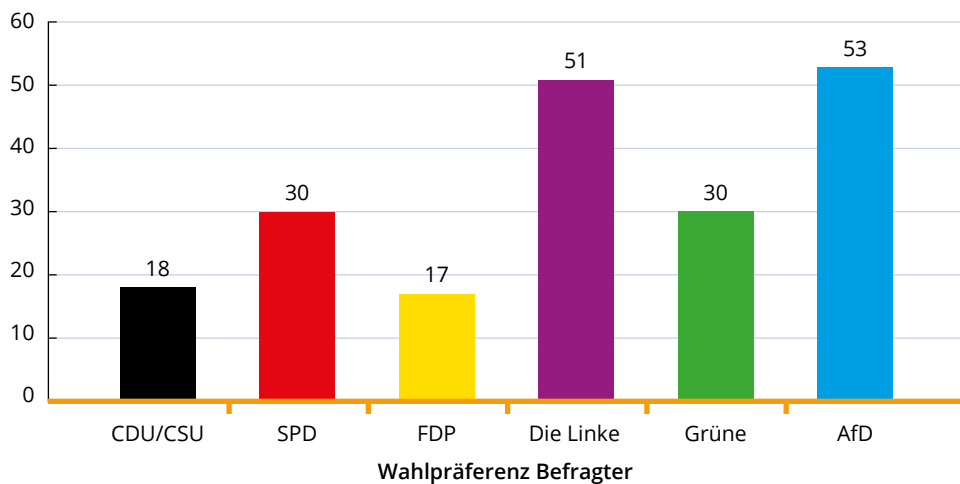


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Unter den Lesern politischer Inhalte sind die Anhänger der Union (18 Prozent) und der FDP (17 Prozent) besonders selten interaktiv. Bei den Wählern der SPD und der Grünen (30 Prozent) sind es immerhin ein knappes Drittel, die bei politischen Inhalten interaktiv sind. Die Anhänger der AfD und der Linken stechen hervor: Bei beiden Parteien nutzt mehr als jeder zweite Wähler auch die interaktiven Funktionen bei politischen Beiträgen in sozialen Netzwerken. Auch hier sind die Anhänger der AfD demzufolge besonders aktiv. Sie sind ähnlich wie die Wähler der Linken rege Nutzer. In welchen Kreisen diese politische Kommunikation online stattfindet, wurde jedoch nicht erhoben.

Abbildung 17: Nutzer von interaktiven Funktionen bei politischen Inhalten in sozialen Netzwerken nach Parteipräferenz

Hier: Nur Befragte, die politische Inhalte im Internet lesen

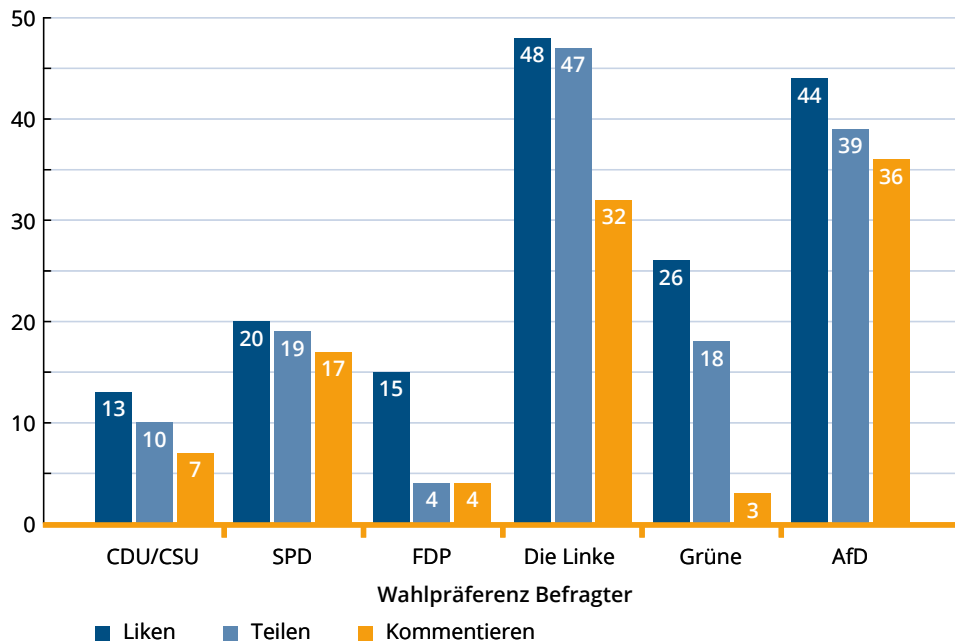


Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Die Verteilung auf die einzelnen Funktionen fällt jedoch erneut recht unterschiedlich aus. Bei den Anhängern aller Parteien wird mit Blick auf politische Beiträge in sozialen Netzwerken häufiger gelikt als geteilt und wiederum häufiger geteilt als kommentiert. Bei den Wählern der CDU/CSU und der FDP spiegelt sich die seltene Nutzung in allen Interaktionsformen wider. Bei den Anhängern der Grünen fällt auf, dass das knappe Drittel der Aktiven (siehe Abb. 16) beinahe ausschließlich auf das Liken politischer Beiträge zurückzuführen ist und nur sehr selten kommentiert wird (3 Prozent). Bei den Wählern der SPD, wo ebenfalls ein knappes Drittel interaktive Funktionen nutzt, ist die Verteilung ausgeglichener. Die Wähler der Linken und der AfD sind nicht nur überdurchschnittlich aktiv, sondern jeweils rund ein Drittel der Online-Leser nutzen sogar die voraussetzungsvollste und zugleich sichtbarste Form der Interaktion, den Kommentar. Bei der AfD sind es mit 36 Prozent gleich drei Mal so viele Befragte wie im Durchschnitt der Online-Leser politischer Inhalte (12 Prozent, s. Abbildung 16).



Abbildung 18: Nutzung von interaktiven Funktionen bei politischen Inhalten in den sozialen Netzwerken nach Parteipräferenz
Hier: Nur Befragte, die politische Inhalte im Internet lesen



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Die Daten geben keinen Aufschluss darüber, wo und in welchem politischen Kontext die Kommentare geschrieben wurden. Nichtsdestotrotz sind die Ergebnisse eine Bestätigung für die gefühlte Sicht- und Hörbarkeit der AfD-Wähler in den sozialen Netzwerken. Gemessen an der Nutzerzahl gelingt es einer extrem kleinen Minderheit, sich Aufmerksamkeit zu verschaffen und somit das wahrgenommene Bild aktueller Diskurse zu verzerren. Dass gleichzeitig auch der vermeintliche politische Gegenpol (hier: Die Linke) besonders aktiv ist, könnte einen Anhaltspunkt für die empfundene Polarisierung bieten.

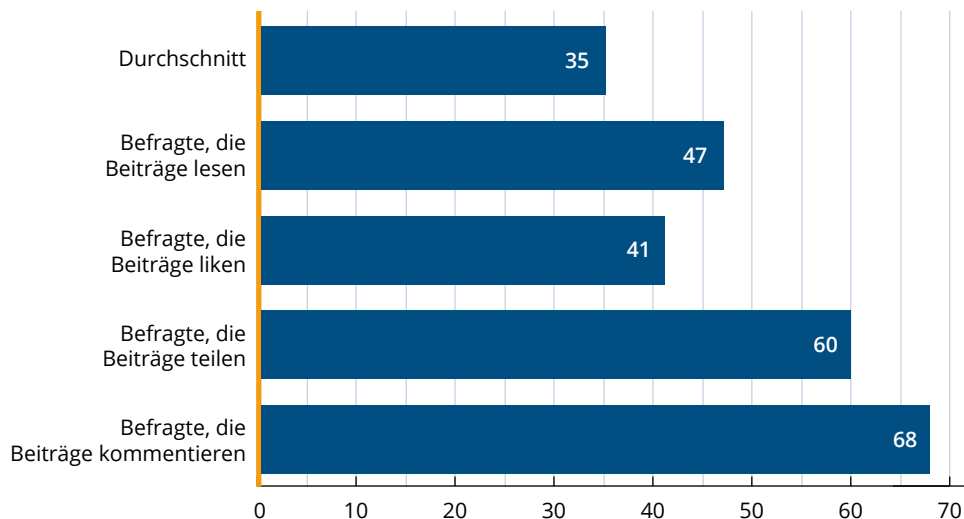


Politische Kommunikation online und offline

Wie verhalten sich die aktiven Online-Nutzer in der realen Welt? In puncto Gesprächshäufigkeit außerhalb der Partnerschaft fällt auf, dass sich die Gruppen der Aktiven wohl überschneiden. Fast die Hälfte der Leser politischer Online-Beiträge (47 Prozent) diskutiert auch offline oft oder sehr oft mit einem Bekannten über Politik. Zum Vergleich: Im Durchschnitt tun dies lediglich 35 Prozent. Unter Einbezug der Nutzer von interaktiven Funktionen in sozialen Netzwerken verstärkt sich dieses Bild: Wer online Beiträge verfolgt und likt, diskutiert ebenfalls überdurchschnittlich oft (41 Prozent). Diejenigen Befragten, die angeben, Beiträge zu teilen oder zu kommentieren, liegen sogar weit über dem Durchschnitt (60 bzw. 68 Prozent). Sie setzen sich somit nicht nur online intensiv mit politischen Inhalten auseinander, sondern diskutieren politische Themen auch sehr häufig offline im Bekanntenkreis.

Abbildung 19: Offline-Diskussionshäufigkeit nach Online-Aktivitäten

Hier: Anteil der Befragten, die „oft/sehr oft“ mit einem Bekannten über Politik sprechen



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

Im Umkehrschluss korrespondieren auch die Gruppen der Nichtnutzer und der weniger diskussionsfreudigen Befragten. Wahlberechtigte, die keine politischen Inhalte im Internet lesen, diskutieren auch seltener über Politik. Gut 63 Prozent derjenigen, die nur selten mit einem Bekannten über Politik diskutieren, informieren sich auch nicht im Internet über politische Themen. Außerdem befinden sich unter denjenigen, die das Internet nicht als Informationsquelle für politische Inhalte nutzen, 16 Prozent Nichtwähler, während die Leser politischer Informationen im Netz nur zu 8 Prozent Nichtwähler sind.¹¹

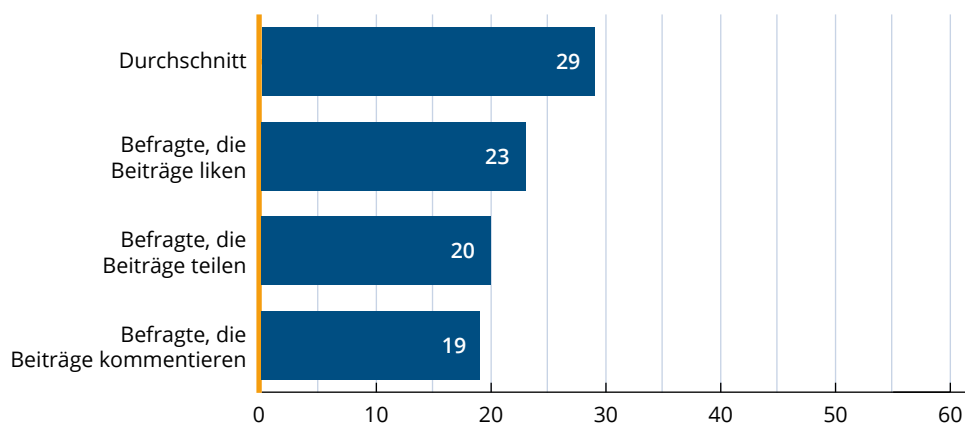


Diese Ergebnisse geben Aufschluss über die Zusammensetzung der Gruppen in der Online- und Offline-Welt der politischen Kommunikation. Es zeigt sich ganz deutlich, dass die Online-Nutzer politischer Inhalte auch in der realen Welt politisch kommunizieren. Sie diskutieren weitaus häufiger über Politik mit ihren Bekannten als der Durchschnitt. Auf der Gegenseite nutzen Menschen, die im Alltag eher selten über Politik sprechen, auch das Internet mehrheitlich nicht im Zusammenhang mit dem Bereich Politik. Für die Sender politischer Botschaften und Nachrichten bedeutet das, dass sich die Zielgruppe durch eine verstärkte Online-Präsenz vermutlich kaum signifikant vergrößert. Denn wer online politische Inhalte konsumiert, ist auch durch politische Gespräche im Alltag gut erreichbar. Dazu kommt, dass die altersmäßig größte Bevölkerungsgruppe der über 65-Jährigen mehrheitlich nicht online vertreten ist. Dennoch bieten sich hinsichtlich der intensiven Internetnutzung der jüngeren Kohorten auch Chancen der Erreichbarkeit.

Mit Blick auf die Häufigkeit der Meinungsverschiedenheit mit Bekannten und der Nutzung von interaktiven Funktionen lässt sich darüber hinaus möglicherweise auf die Online-Interaktionsräume schließen. Denn es fällt auf, dass die Befragten, die liken, teilen oder kommentieren, unterdurchschnittlich häufig angeben, „oft“ oder „sehr oft“ mit einem Bekannten verschiedener Meinung zu sein. Da politische Gespräche zwischen Bekannten auch online stattfinden können, deutet dies eher auf homogenere Online-Räume hin. Entweder die Differenzen zwischen Freunden werden nicht online über Kommentare und geteilte Artikel ausgetragen oder die Interaktionen finden gerade zwischen Freunden statt, die nachweislich häufig dieselbe Parteipräferenz haben.

Abbildung 20: Meinungsverschiedenheit in politischen Gesprächen nach Online-Aktivitäten

Hier: „Oft/sehr oft“ verschiedener Meinung



Quelle: Umfrage 2019-06 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Angaben in Prozent.

11 Berücksichtigt wurden erneut ausschließlich gültige Werte, d. h. ohne die Nennungen „weiß nicht“ und „keine Angabe“.



Zusammenfassung

Das soziale Umfeld des Menschen kann politische Entscheidungen wie die generelle Wahlteilnahme und die Parteipräferenz beeinflussen. Je enger und intimer die Beziehung, desto stärker ist der potenzielle Einfluss. Lebenspartner haben demnach den größten Effekt, aber auch andere enge Bekannte, z. B. Verwandte oder Freunde, wirken wechselseitig auf politische Ansichten ein.

Diese repräsentative Studie gibt auf Basis von über 4.000 Interviews Aufschluss über das politische Kommunikationsverhalten der wahlberechtigten Bevölkerung in Deutschland und untersucht dabei den Einfluss und die Zusammensetzung des näheren Umfelds, mit dem im Alltag über Politik gesprochen wird.

In der Analyse finden sich deutliche Hinweise auf den Einfluss des Lebenspartners. Sprechen Paare nie über Politik oder geht der Partner nicht zur Wahl, so liegt die Nichtwählerquote in diesen Gruppen bei über einem Drittel statt bei rund 9 Prozent. Der Partner beeinflusst somit die Wahrscheinlichkeit der Wahlteilnahme.

Die meisten Paare sprechen regelmäßig miteinander über Politik. Besonders oft diskutieren Partner, in denen der Befragte angibt, die AfD, die Grünen oder die Linke zu wählen. In den Gesprächen über politische Themen sind die Paare dabei selten uneins. Häufig wählen beide Partner dieselbe Partei: Bei Befragten der Union geben 67 Prozent an, dass auch ihr Partner Unions-Wähler sei.

In politischen Gesprächen außerhalb der Partnerschaft, d. h. mit Freunden, Verwandten, Kollegen oder Nachbarn, fallen die Gespräche kontrastreicher aus. Die Gesprächspartner sind häufiger unterschiedlicher Meinung als in der Partnerschaft. Dies gilt jedoch nicht für die Anhänger der AfD. Obwohl sie, verglichen mit den Wählern anderer Parteien, erneut am häufigsten diskutieren, sind sie in zwei Dritteln der Fälle (fast) immer einer Meinung mit dem erstgenannten Bekannten. Bereits bei Gesprächen in der Partnerschaft erreichten die AfD-Anhänger diesen Wert, der bei der Betrachtung nach Parteien unter allen Anhängergruppen hervorsticht.

Auch in Gesprächen mit Bekannten haben die Wahlberechtigten häufig einen Diskussionspartner, der nach eigener Einschätzung die gleiche Parteipräferenz hat. Die eigene Partei macht bei der Frage nach der Wahlpräferenz des erstgenannten Bekannten jeweils die größte Gruppe aus. Zudem gilt: Je häufiger zwei Personen miteinander diskutieren und je seltener sie dabei verschiedener Meinungen sind, desto wahrscheinlicher ist eine Wahl derselben politischen Partei.

Allerdings sprechen die Anhänger aller Parteien insgesamt mehrheitlich mit einem Bekannten, der nicht dieselbe Partei wählt. Mit einer deutlichen Ausnahme: Die Anhänger der AfD unterhalten sich zu 63 Prozent mit anderen AfD-Wählern. Dieser Wert gilt für die beiden erst- und zweitgenannten Bekannten, mit denen über politische Themen gesprochen wird.



Bei der Suche nach den Gründen für diese auffallend homogene Gruppe wurden Ergebnisse einer qualitativen Studie im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung mit Einzelinterviews und Gruppendiskussionen analysiert. Es zeigt sich, dass sich die AfD-Wähler stigmatisiert fühlen und sich nur in kleinen, homogenen Gruppen trauen, offen ihre Meinung zu sagen. Sie berichten zudem von Kontaktabbrüchen im Bekanntenkreis aufgrund ihrer Nähe zur AfD. Die Perspektiven aus Sicht von Wählern anderer Parteien bestätigen zumindest die Wahrnehmung von Kontaktabbrüchen. Außerdem gaben in einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung zuletzt 57 Prozent der Wahlberechtigten an, mit AfD-Wählern nichts zu tun haben zu wollen. Die Homogenisierung der Gesprächspartner scheint eine logische Folge aus diesen Tendenzen.

Die vorliegende Studie widmet sich im zweiten Teil dem Internet als bedeutende Kommunikationsplattform des 21. Jahrhunderts. Allerdings ist die Reichweite politischer Online-Inhalte beschränkt: Nur die Hälfte der wahlberechtigten Bevölkerung liest politische Inhalte im Internet. Dagegen nutzt knapp ein Drittel der Wahlberechtigten das Internet nie für den Bereich Politik und 18 Prozent geben an, das Internet gar nicht zu nutzen. Wenig überraschend ist hierbei ein Alterseffekt erkennbar. Während fast alle 18- bis 49-Jährigen das Internet nutzen, sind es in der Gruppe der 70- bis 79-Jährigen nur die Hälfte und bei den über 79-Jährigen nur noch 29 Prozent. Besonders hoch ist der Anteil von Lesern politischer Online-Inhalte unter den FDP- (75 Prozent) und Grünen-Wählern (70 Prozent). Am niedrigsten dagegen bei Wählern der Union und der SPD (42 Prozent).

Im Gegensatz dazu werden interaktive Funktionen bei Online-Inhalten, d. h. liken, teilen und kommentieren, mit Abstand am häufigsten von AfD- und Linken-Wählern genutzt. Die verschiedenen Interaktionsformen werden jedoch ungleich oft verwendet. Kommentare stellen die seltenste und Likes die häufigste Form der Nutzerbeteiligung dar. Jüngere Kohorten nutzen die Funktionen eher als Ältere, und Befragte mit Mittlerer Reife sind durchschnittlich öfter aktiv als andere Bildungsgruppen. Befragte mit Hochschulabschluss sind online besonders zurückhaltend bei der Nutzung interaktiver Funktionen. Bemerkenswert ist, dass gerade bei der sichtbarsten Form der Interaktivität, dem Kommentar, die Nutzeranteile der Befragten mit einem niedrigeren formalen Bildungsabschluss signifikant höher sind als die der Befragten mit Abitur oder Hochschulabschluss.

Die beiden Zweige der Studie verbinden sich in der Frage nach der Übereinstimmung der Online- und Offline-Kommunikationsräume. Es wird dabei deutlich, dass die Online-Nutzer politischer Inhalte auch in der realen Welt politisch kommunizieren. Fast die Hälfte der Leser politischer Online-Beiträge (47 Prozent) diskutiert auch offline „oft“ oder „sehr oft“ mit einem Bekannten über Politik. Zum Vergleich: Im Durchschnitt tun dies lediglich 35 Prozent der Wahlberechtigten. Gleichzeitig gilt, wer im realen Leben häufig über Politik diskutiert, ist auch in sozialen Netzwerken überdurchschnittlich präsent, indem politische Beiträge gelikt, kommentiert oder geteilt werden. Auf der Gegenseite nutzen Menschen, die im Alltag eher selten über Politik sprechen, auch das Internet mehrheitlich nicht im Zusammenhang mit dem Bereich Politik. In Bezug auf die politische Kommunikation überschneiden sich demnach die Gruppen der online und offline Aktiven sowie die der Passiven in ihrem Verhalten.

8

Schlussbemerkung

Eingangs wurde die Frage gestellt, ob das soziale Umfeld einer digitalen Echokammer gleicht. Die Antwort fällt differenziert aus. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Einstellungen bis hin zu einer identischen Parteipräferenz annähern, steigt insgesamt mit der Gesprächshäufigkeit und geringer Meinungsverschiedenheit. Zudem zeigt sich eine Bevorzugung gleichgesinnter Gesprächspartner über alle Parteien hinweg. Allerdings diskutieren in der Summe die Anhänger aller Parteien mehrheitlich mit einer Person, deren Parteipräferenz jenseits der eigenen Partei verortet wird. Den Sonderfall bilden die Wähler der AfD. Zwar diskutieren sie mehr über Politik als die Anhänger aller anderen Parteien, doch sind sie dabei sowohl in der Partnerschaft als auch mit weiteren Gesprächspartnern überdurchschnittlich häufig einer Meinung. Dies hängt offensichtlich mit der Wahl der Gesprächspartner zusammen, mit denen über politische Themen gesprochen wird. Es sind zu zwei Dritteln andere AfD-Anhänger. Die Wähler der AfD sprechen demnach zwar besonders häufig über Politik, aber bevorzugt nur mit Menschen, die ihrer Meinung sind. Diese Gruppe ist somit nicht nur schwer erreichbar, sondern auch wenig gesprächsbereit in einem offenen Diskurs über politische Streitlinien hinweg.

Versteht man die Demokratie aber als einen Ort, an dem Kompromisse zwischen unterschiedlichen Lagern unverzichtbar sind und politischer Streit ein Zeichen der Vitalität ist, so bedarf es eines Austausches über politische Themen auch außerhalb der eigenen sozialen Räume. Wenngleich auch die Wähler aller anderen Parteien einen Gesprächspartner aus den eigenen politischen Reihen statistisch bevorzugen, so nennt doch die Mehrzahl einen Bekannten für politische Diskussionen, der Anhänger einer anderen Partei ist. Dies ist ein überaus positives Signal für die Demokratie. Ziel ist es, eine politische Kultur zu erhalten, in der diese Kommunikationskanäle zwischen Bürgerinnen und Bürgern verschiedener Ansichten weiterhin offenstehen. Ein geschärftes Bewusstsein für die Einflussstärke des eigenen Umfelds kann dazu einen Beitrag leisten.

Literatur

- F Festinger, Leon, 2012:** Theorie der kognitiven Dissonanz. Unveränderter Nachdruck der Ausgabe von 1978. Bern: Huber Verlag.
- Flaxman, Seth/Goel, Sharad/Rao, Justin M., 2016:** Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. In: Public opinion quarterly, 80 S1, S. 298–320.
- G Gärtner, Lea/Wuttke, Alexander, 2019:** Eingeschlossen in der Filter Bubble? Politische Kommunikationsnetzwerke im Wahlkampf. In: Roßteutscher, Sigrid/Schmitt-Beck, Rüdiger/Schoen, Harald/Weßels, Bernhard/Wolf, Christof (Hrsg.): Zwischen Polarisierung und Beharrung: Die Bundestagswahl 2017. Baden-Baden: Nomos, S. 97–109.
- H Huckfeldt, Robert/Sprague, John, 1995:** Citizens, Politics, and Social Communication. Information and Influence in an Election Campaign. Cambridge/ New York: Cambridge University Press.
- J Johnston, Ron/Pattie, Charles, 2006:** Putting Voters in their Place. Geography and Elections in Great Britain. Oxford: Oxford University Press.
- L Lazer, David/Rubineau, Brian/Chetkovich, Carol/Katz, Nancy/Neblo, Michael, 2010:** The Coevolution of Networks and Political Attitudes. In: Political Communication, 27, S. 248–274.
- P Park, Yoobin/MacDonald, Geoff, 2019:** Consistency between individuals' past and current romantic partners' own reports of their personalities. In: Proceedings of the National Academy of Sciences, 116 (26), S. 12793–12797.
- Pokorny, Sabine, 2018:** Auf den Partner kommt es an. Eine repräsentative Untersuchung zu Nichtwählern und Stammwählern. Analysen und Argumente, 323. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- R Roßteutscher, Sigrid/Schmitt-Beck, Rüdiger/Schoen, Harald/Weßels, Bernhard/Wolf, Christof/Bieber, Ina/Stövsand, Lars-Christopher/Dietz, Melanie/Scherer, Philipp/Wagner, Aiko/Melcher, Reinhold/Giebler, Heiko, 2019:** Vor- und Nachwahl-Querschnitt (Kumulation) (GLES 2017). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA6802 Datenfile Version 3.0.1.

- S** Schmitt-Beck, Rüdiger/Mackenrodt, Christian/Faas, Thorsten, 2008: Hintergründe kommunaler Wahlbeteiligung. Eine Fallstudie zur Kommunalwahl 2004 in Duisburg. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 3, S. 561–580.

Schmitt-Beck, Rüdiger, 2000: Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schmitt-Beck, Rüdiger/Partheymüller, Julia/Faas, Thorsten, 2012: Einflüsse politischer Gesprächspartner auf Parteipräferenzen: Zur ‚sozialen Logik‘ des politischen Verhaltens bei der Bundestagswahl 2009. In: Schmitt-Beck, Rüdiger (Hrsg.): Wählen in Deutschland. PVS Sonderheft, 45, S. 465–488.

Selb, Peter/Munzert, Simon, 2013: Voter overrepresentation, vote misreporting, and turnout bias in postelection surveys. In: Electoral Studies, 32 (1), S. 186–196.

Spohr, Dominic, 2017: Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. In: Business Information Review, 34 (3), S. 150–160.

- W** Walter, Stefanie/Brüggemann, Michael/Engesser, Sven, 2018: Echo chambers of denial: Explaining user comments on climate change. In: Environmental Communication, 12 (2), S. 204–217.

- Z** Zuckerman, Alan S., 2007: The Social Logic of Political Choice. Picking a Political Party in the Context of Immediate Social Circles. In: Politische Vierteljahresschrift 48 (4), S. 633–649.

Der Autor

Dominik Hirndorf (M. A., M. Sc.) studierte Staats-, Politik- und Verwaltungswissenschaften an den Universitäten Passau, Konstanz und Göteborg. Anschließend war er am *Varieties of Democracy (V-Dem) Institute* an der Universität Göteborg tätig. Seit Juni 2020 ist er Referent für Wahl- und Sozialforschung in der Hauptabteilung Analyse und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., Berlin.


Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Dominik Hirndorf

Abteilung Wahl- und Sozialforschung
Hauptabteilung Analyse und Beratung
T +49 30 / 26 996-3858
dominik.hirndorf@kas.de

Postanschrift:

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.
10907 Berlin



Politik ist in Alltagsgesprächen allgegenwärtig. Die Art und Weise, in der Menschen über politische Themen sprechen, sowie die Wahl ihrer Gesprächspartner können dabei ihre politischen Präferenzen maßgeblich beeinflussen. Die Analysen einer repräsentativen Studie der Konrad-Adenauer-Stiftung zeigen, dass insbesondere der Partner Einflusspotenzial besitzt. Zudem lassen sich für Gespräche in und außerhalb der Partnerschaft merkliche Unterschiede zwischen den Anhängern verschiedener Parteien erkennen. Diese werden vor allem hinsichtlich der Diskussionshäufigkeit, Meinungsvielfalt und Übereinstimmung der Wahlpräferenzen zwischen den Gesprächspartnern deutlich. Eine parallele Auswertung der privaten Internetnutzung für politische Kommunikation geht zusätzlich den Fragen nach, wer online politische Inhalte konsumiert und wie sich dieser Anteil innerhalb der wahlberechtigten Bevölkerung zusammensetzt. Letztlich verknüpfen sich beide Themen bei der Beantwortung der Fragestellung, ob sich die Gruppen derjenigen, die online und offline aktiv über Politik sprechen, überschneiden.