

Studie im Auftrag von Elephantlogic - Agentur für Strategieberatung GmbH, September 2014

Motive und Einstellungen von Nichtwählern in Sachsen

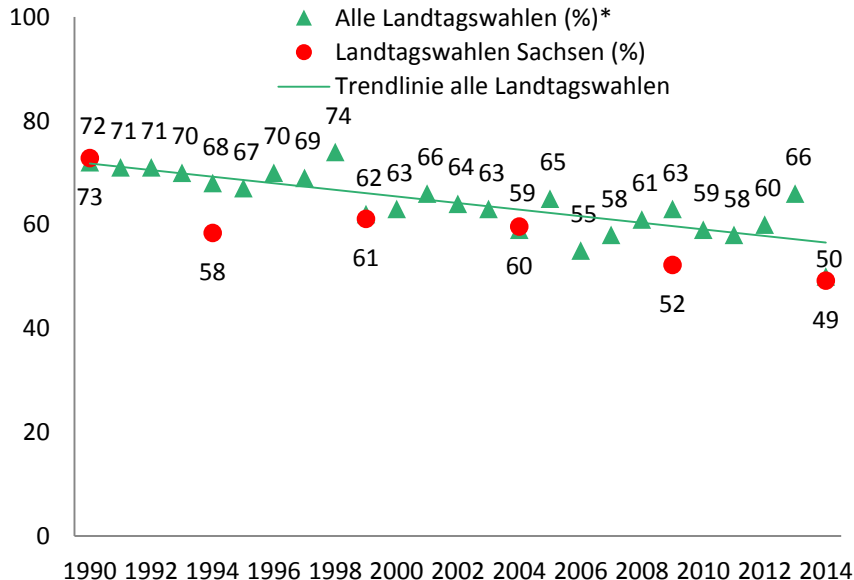


Hintergrund der Studie

Wahlbeteiligung im Zeitverlauf rückläufig

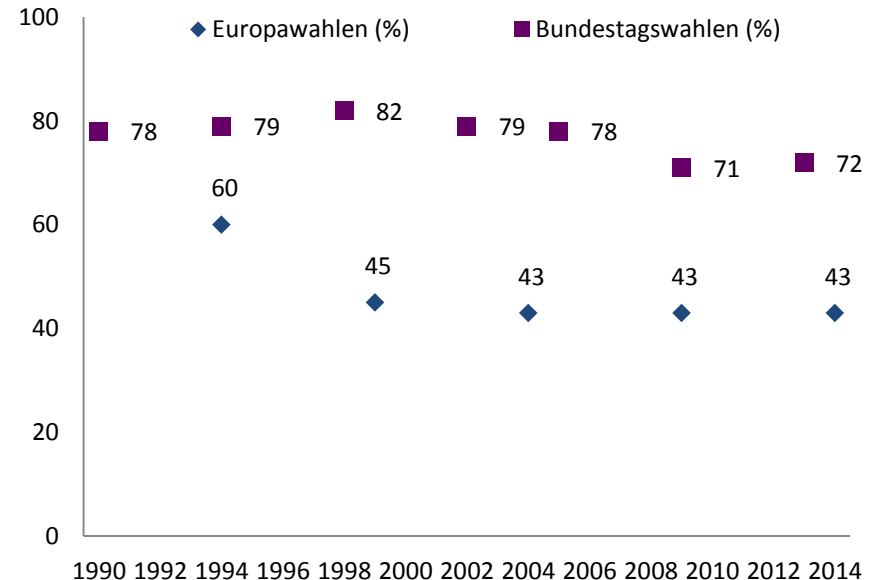
Für die **Landtagswahl in Sachsen** am 31. August 2014 wurde ein neuer **Negativrekord** bei der **Wahlbeteiligung** verzeichnet. Nicht einmal jeder 2. Wahlberechtigte nahm an der Wahl teil. Damit folgte diese Wahl einem **Trend**, der sich auch bei den jüngsten Landtagswahlen in **Brandenburg** und **Thüringen** bestätigte. Die ad-hoc Erklärung zur geringen Wahlbeteiligung durch die Festlegung des Wahltermins auf den letzten Ferientag in Sachsen lässt sich durch die wiederholt niedrige Wahlbeteiligung in Brandenburg und Thüringen nicht bestätigen.

Wahlbeteiligung bei Landtagswahlen



*Durchschnitt aller Landtagswahlen in diesem Jahr.

Bundesweite Wahlbeteiligung



Aufbau der Studie

Zielsetzung und Methodologie

- Ziel dieser Studie ist es:
 - zunächst **Motive** der Nichtwähler aufzuzeigen,
 - und anschließend **Lösungsvorschläge** zu entwickeln.
- Zu diesem Zweck führte die pollytix strategic research gmbh 4 Fokusgruppen mit jeweils 8 wahlberechtigten Bürgern in Sachsen durch, die **nicht an der Landtagswahl** am 31. August 2014 **teilgenommen** haben.
 - Durchführung am 10. und 11. September 2014 in Dresden und Leipzig.
 - Demographischer Mix: Männer/Frauen*, Jüngere/Ältere, hohes/niedriges Bildungsniveau.

*Die folgenden Aussagen beziehen sich immer sowohl auf Nichtwähler als auch auf Nichtwählerinnen.



1. Leben in Sachsen



Leben in Sachsen

Sachsen sind überwiegend zufrieden mit ihrem Leben; Politik ist sekundär

- Nichtwähler haben weitgehend **positiven Blick auf Sachsen**. **Wirtschaftswachstum, niedrige Arbeitslosigkeit** im Vergleich zu anderen ostdeutschen Bundesländern sowie umfangreiche **Kulturangebote** bestimmen das Bild.
- Es wird **kein unmittelbarer Handlungsdruck** erlebt und der positive Gesamteindruck erzeugt **keine Motivation**, sich mit politischen Themen auseinanderzusetzen.
- Politik erscheint als **Luxusproblem**: Arbeitsreicher Alltag steht persönlicher Beschäftigung mit Politik entgegen.
- Parteien demobilisieren Wähler zusätzlich: Sie sprechen **wenig konkrete Problemfelder** an und **unterscheiden sich** in ihren Forderungen **kaum** von einander.
- Zahlreiche Nichtwähler betrachten sich **nicht** explizit als **dauerhafte Nichtwähler**. Sie beschreiben ihre Entscheidung als Resultat aktueller Zustände im Land und in der Politik.

„Die Wirtschaft läuft hier ganz gut für ostdeutsche Verhältnisse.“ / „Es gibt viele Kulturangebote. Am Wochenende z.B. waren wieder überall Stadtfeste.“

„Im Moment mache ich in meiner wenigen Freizeit lieber was mit Freunden, als mich mit Politik zu beschäftigen.“

„Die ganzen Parteien, das ist doch am Ende alles eine Soße.“

„Eigentlich muss man wählen gehen. Das nächste Mal gehe ich wieder.“



Leben in Sachsen

Boomende Wirtschaft und zahlreiche Kulturangebote machen Sachsen attraktiv; niedrige Löhne trüben das Bild; werden aber nicht als politisches Problem gesehen...



Leben in Sachsen

... was durch negative Assoziationen mit Politik erklärt werden kann; Politik wird als undurchsichtig und ergebnislos wahrgenommen



2. Wahlkampagnen



Wahlkampagnen

Beispiele aus dem sächsischen Wahlkampf: Wenig konkrete Formulierungen, die den Wähler fragend zurücklassen



Kampagnen wurden nicht explizit getestet.

Wahlkampagnen

Beispiele aus dem sächsischen Wahlkampf: Illustration der Homogenität der Parteien

Thema Wirtschaft:

- Bekommen wir Fachkräfte mit Billiglöhnen? Arbeit fördern! Nicht Lohndumping. (SPD)
- Wirtschaftskraft und anständige Einkommen! (Die Linke)
- Arm trotz Arbeit? Nicht mit uns! (NPD)

Thema Familie/Bildung:

- Wie vielen Kindern können Sie auf einmal zuhören? Mehr Personal für unsere Kitas. (SPD)
- Wie viel sind uns unsere Kinder wert? Geld für Schulen, nicht für Banken! (SPD)
- Pisa-Lob und weniger Schulabbrecher! (Die Linke)
- Für eine Schule, die ohne Rotstift auskommt. Unterricht sichern, Schulen vor Ort erhalten (Bündnis 90/Die Grünen)
- Schulschließungen gestoppt! Jetzt mehr Lehrer! (FDP)
- Rettungsschirme für Schulen statt für Banken. (AfD)

Thema Sicherheit:

- Wie lange warten Sie auf die Polizei? Stellenabbau bei der Polizei stoppen! (SPD)
- Diebe und Dealer stoppen, mehr Polizei vor Ort! (FDP)

Kampagnen wurden nicht explizit getestet.



Wahlkampagnen

Mit Ausnahme Stanislaw Tillichs sind die Kandidaten der Parteien weitgehend unbekannt

- **Lediglich Stanislaw Tillich** ist bei den Nichtwählern **durchweg bekannt**, was hauptsächlich auf seine exponierte Stellung als Ministerpräsident zurückzuführen ist. Sein Kabinett hingegen ist weitgehend unbekannt.
- Aufgrund der Empfindlichkeit für das Thema Rechtsradikalismus in Sachsen **kann teilweise Holger Szymanski** der NPD **zugeordnet werden**. Auch die semantische Ähnlichkeit seines Namens mit dem Tatort-Kommissar Horst Schimanski begünstigt die Erinnerbarkeit seines Namens.
- **Sämtliche weiteren Spitzenkandidaten** der anderen Parteien sind **nahezu vollständig unbekannt**.



Wahlkampagnen

Nichtwähler wünschen sich charismatische Führungspersönlichkeiten in der Politik

- Das **aktuelle politische Personal kann** Nichtwähler **nicht überzeugen**, sich wieder an Landtagswahlen zu beteiligen.
- Anstatt der bestehenden Politikerriege werden **charismatische Führungspersönlichkeiten gefordert**, die **unabhängig agieren** und **durchsetzungsstark** ‚ihren Weg‘ gehen.
- Neben ihrer **landespolitischen Wirksamkeit** sollen sich Spitzenpolitiker **auch für** eine einflussreiche Position in der **Bundespolitik empfehlen**.
- **Beispiele** für solche Charaktere sind: Willy Brand, Helmut Schmidt, Gerhard Schröder, Wolfgang Tiefensee, (umstritten: Manuela Schwesig und Ursula von der Leyen) - aber auch Jörg Haider und Wladimir Putin.

„Putin hat seinen Standpunkt und den setzt er auch durch. Ich wünsche mir keine Marionetten, sondern jemand, der sich durchsetzt.“

„Der Leipziger Bürgermeister Tiefensee ist später Bundesverkehrsminister gewesen. Das ist ein Politiker, der Persönlichkeit ausstrahlt.“

„Helmut Schmidt würde ich sofort wählen. Der wackelte nicht in brenzlichen Fragen.“

„Der Jörg Haider hat die Sachen immer klar angesprochen.“

„Der Schröder war kein Wendehals. Der sagte: Irakkrieg gibt es nicht mit mir, Ende. Die Merkel wäre umgefallen.“

„Willy Brandt, das war ein Vollblutpolitiker. Der hat in seinem Leben ziemlich viel erreicht.“



3. Motivlagen/Ursachen



Motivlagen/Ursachen

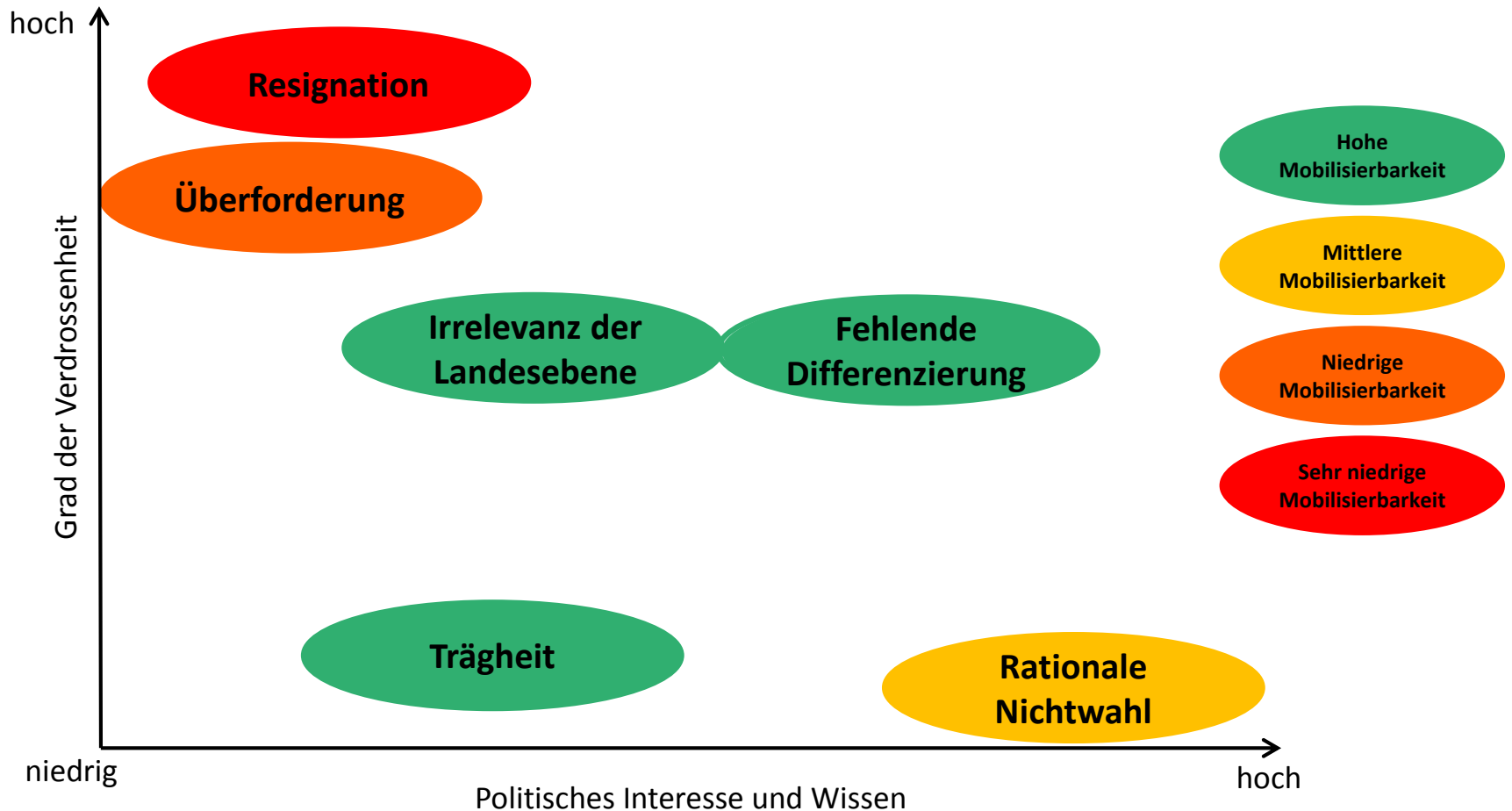
Es gibt 6 Motivlagen/Ursachen, die sich auf 2 Dimensionen unterscheiden

Motivlage/Ursache	Politisches Interesse & Wissen	Grad der Verdrossenheit
Trägheit	Niedrig	Niedrig
Fehlende Differenzierung	Hoch	Hoch
Irrelevanz der Landesebene	Niedrig	Hoch
Rationale Nichtwahl	Sehr hoch	Niedrig
Überforderung	Sehr niedrig	Hoch
Resignation	Sehr niedrig	Sehr hoch



Motivlagen/Ursachen

Motivlagen/Ursachen unterscheiden sich deutlich im Grad der Mobilisierbarkeit



Motivlagen/Ursachen

Trägheit

Merkmale:

- Es besteht **grundsätzliche Bereitschaft wählen zu gehen**.
- Wahlteilnahme **nicht oberste Priorität**, sondern konkurriert mit anderen **Freizeitaktivitäten**.
- Organisation des Wahlprozesses gilt als **unpraktisch**. Teilnahme an Wahl und sonstiger Tagesablauf lassen sich nicht immer miteinander koordinieren.

„Ich habe lieber eine Fahrradtour gemacht. Wenn es mir wichtiger gewesen wäre, wäre ich auch gegangen.“

„Ich wollte wählen gehen. Ich gucke auf die Uhr: 19:00 Uhr. Da war es schon zu spät.“

Entwicklung:

- Aufgrund der **niedrigen Priorisierung** wird Wahl einfach **vergessen**.
- Wird sie erinnert, ist der persönliche ‚**Terminkalender**‘ am Tag der Wahl der entscheidende Faktor.

„Ich war mit Freunden unterwegs und hätte eine Stunde durch die Stadt fahren müssen, nur um ein Häkchen zu machen.“

Reaktion:

- Wahl unterliegt einem **rationalen Kosten-Nutzen-Kalkül**, bei dem **konkurrierende Aktivitäten** schnell **attraktiver** werden.
- **Öffnungszeiten** der Wahllokale, Bindung an **Wahllokal**, Wählen am **Wochenende** wirken als **Hürden**.

Motivlagen/Ursachen

Fehlende Differenzierung

Merkmale:

- Trotz Wissen und Interesse an Politik ist **Vertrauen in ‚Markenkern‘ der Parteien verloren gegangen.**
- Es besteht eine unbefriedigte, hohe Nachfrage nach **eindeutiger Themensetzung und Themenabgrenzung.**
- **Parteienlandschaft** erscheint als **homogenes** Feld, auf dem jede Partei jedes Thema gleichermaßen zu besetzen versucht.
- **Innerparteiliche** Auseinandersetzungen erzeugen Eindruck, das **heterogene** Interessen in einen Topf geworfen werden.

Entwicklung:

- **Überblick** geht **verloren**, je mehr Themen von verschiedenen Parteien besetzt werden, sowohl auf Landes- als auch auf Bundesebene.

Reaktion:

- Ausbau des Themenspektrums macht **Parteipositionen undeutlich.** Ausreichende **Identifikation nicht mehr möglich.**
- **Heterogenität** innerhalb der Parteien und **Homogenität** zwischen den Parteien **verhindern klare Wahlentscheidung.**

„Früher habe ich die Grünen gewählt, aber die sind jetzt wie die FDP. Und die CDU und SPD vermischen auch ständig Themen.“

„Bei den Linken kann ich einen Teil unterstützen und dann gibt es den anderen Teil mit den Spinnern. Solange ich nicht weiß, welche Richtung sich durchsetzt, kann ich die nicht wählen.“

„Ich weiß schon seit Jahren nicht mehr, was die Parteien eigentlich wollen.“



Motivlagen/Ursachen

Irrelevanz der Landesebene

Merkmale:

- Zwischen Bund, Ländern und Kommunen wird **strikte Hierarchie** aufgebaut. Bund bildet die Spitze. Bei politischen und parteipolitischen Entscheidungen wird der **Bund** als **bestimmende Größe** wahrgenommen.
- Oft fehlt Wissen über Entscheidungskompetenzen der Länder. Vielfache Annahme, dass **Landesregierung keine wesentlichen Entscheidungskompetenzen** besitzt.
- Besteht Wissen über Kompetenzaufteilung, wird Länderebene dennoch als irrelevant bewertet. **Aussagen der Bundesebene** werden als ‚Befehl‘ an das Land wahrgenommen.

„Der Wahlkampf wird immer auch vom Bund bestimmt. Der Einfluss geht von oben weiter nach unten.“

„Sachsen ist dem Bund gegenüber machtlos. Wir sind auf Bundesgelder angewiesen, darum kann der Bund über uns bestimmen.“

Entwicklung:

- Fehlendes Wissen über Prinzipien des Föderalismus, bzw. Föderalismus spiegelt sich nicht mehr in den Erfahrungen mit der Realität wider.

„Politik ist weit weg. In Berlin oder in den Nachrichten, wenn ich den Fernseher anmache.“

Reaktion:

- Anstatt bei Landtagswahlen eine ‚nutzlose‘ Stimme abzugeben, wird Fokus nur noch auf Bundestagswahl gelegt.

„Was bringt es in Sachsen zu wählen, wenn alles zentral gesteuert wird?“



Motivlagen/Ursachen

Rationale Nichtwahl

Merkmale:

- Keine grundlegende Ablehnung wählen zu gehen. **Wissen** über politische Positionen und Interesse an Politik ist **sehr hoch**.
- Nichtwahl wird **rational begründet** auf Grundlage offizieller oder ‚gefühlter, eigener‘ Wahlprognosen.

„Ich bin das erste Mal seit 25 Jahren nicht wählen gegangen. Meine Kandidatin hätte niemals eine Mehrheit bekommen.“

Entwicklung:

- Allein der **prognostizierte Wahlausgang** bei der jeweiligen Wahl ist bestimmend.

„Ich hätte mir einen Wechsel gewünscht, aber ich wusste, dass das nicht zustande kommt.“

Reaktion:

- **Geringe Eintrittswahrscheinlichkeit** des präferierten Wahlergebnisses wirkt **demobilisierend**.
- **Hohe Eintrittswahrscheinlichkeit** des erhofften Wahlergebnisses wirkt ebenfalls **demobilisierend**.
- Enttäuschung über tatsächliches Wahlergebnis **hat keinen Einfluss auf Teilnahmeentscheidung bei der nächsten Wahl**.



Motivlagen/Ursachen

Überforderung

Merkmale:

- Hohe Nachfrage **nach eindeutiger Themensetzung und Themenabgrenzung.**
- Überforderung bei der Auseinandersetzung mit Politik, da **sachliches und problemfeldbezogenes Wissen fehlt.**
- Wissen und **Aufwand** erscheinen **nötig**, um **unklare politische Aussagen** verstehen und **‚dekodieren‘ zu können.**
- Vorwurf an die Politik, eine **Verschleierungstaktik** zu betreiben, um zu verhindern, dass Wahlversprechen überprüft werden.

„Die CDU, SPD, FDP, die wollen alle so viel was ich nicht verstehe. Ich hab mir dann ‚Mindestlohn‘ aufgeschrieben und meine Schwester gefragt, aber die hat auch nichts gewusst.“

„Was ich nicht verstehe, daran verliere ich irgendwann das Interesse.“

Entwicklung:

- Kein einzelnes Ereignis hält vom Wählen ab. **Überblick** über die Themenlandschaft **geht verloren**, da es zumeist an **(politischer) Bildung und Interesse fehlt.**

„Bis kurz vorher wusste ich gar nicht, dass Wahlen sind. Ich habe nur seltsame Plakate gesehen und wusste nichts damit anzufangen.“

Reaktion:

- Es formt sich der Eindruck, **keine informierte Entscheidung mehr treffen zu können.** Dies führt zur **Unfähigkeit, wählen zu gehen.**
- Diese Wahrnehmung zieht sich durch **sämtliche Ebenen** von Kommunal-, zu Landes-, bis zu Bundestagswahlen.



Motivlagen/Ursachen

Resignation

Merkmale:

- **Enttäuschung** über konkrete **gebrochene Wahlversprechen** oder **unbestimmtes Gefühl, betrogen worden zu sein**.
- **Politischer Betrieb** wirkt **abstoßend**.
- Politik wird als **unproduktiver, lebensferner und aggressiver Streit** wahrgenommen. Zügige und zielorientierte Bearbeitung von Problemen scheint **systematisch verhindert** zu werden.
- Gefestigte negative Sicht auf Politiker. Diese streben lediglich nach **Macht**, um **eigene Interessen** zu verfolgen.

„Man fühlt sich nur noch verarscht. Die FDP wollte die Polizei stärken und hat dann Stellen gestrichen.“

„Ich habe mich sehr zurückgenommen, weil mich dieses ganze Gestränge nur noch stresst.“

„Diäten werden ständig erhöht. Und dann verdienen die noch in irgendeinem Vorstand eine Million.“

Entwicklung:

- Resignation ist parallel zur Erfahrung des politischen Diskurses gewachsen. Sie droht sich als **endgültige Abkehr von Wahlen und Politik** zukünftig zur **Norm** zu entwickeln.

„Man hat sich mal dafür interessiert, aber dann merkt man, dass sich nichts ändert.“

„Ich bin desillusioniert und habe mich bewusst dagegen entschieden. In meinem Freundeskreis sind alle vom Glauben abgefallen.“

Reaktion:

- **Fatalistische** Einstellung: die eigene Stimme kann nichts bewirken.
- **Starke Distanzierung** vom politischen Betrieb. Aufbau einer **prinzipiellen Anti-Politik-Haltung**.

„Ich denke: wählen oder nicht wählen gehen: das ist eine Farce. Ein gibt überhaupt keinen Ausschlag.“



4. Mobilisierungsmöglichkeiten



Mobilisierungsmöglichkeiten

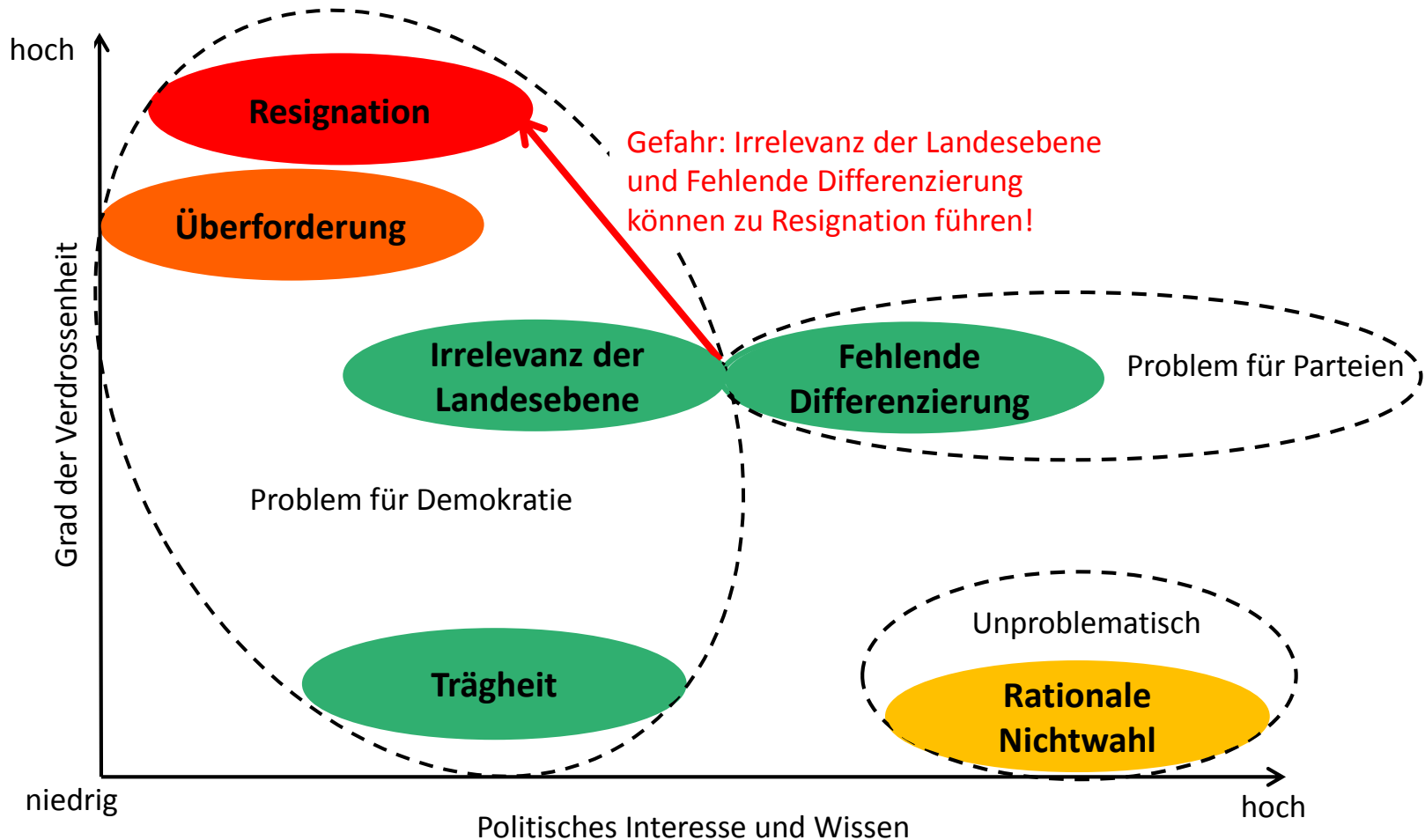
Verschiedene Hebel zur Mobilisierung von Nichtwählern mit unterschiedlichen Motivlagen/Ursachen notwendig

Motivlage/ Ursache	Barriere	Mobilisier- barkeit	Hebel
Trägheit	<ul style="list-style-type: none"> • Geringes Interesse • Wahl nicht wichtig genug • Was anderes vor 	Hoch	<ul style="list-style-type: none"> • Urnengang einfacher machen • Briefwahl vereinfachen • Wahltermin salienter machen • Relevanz der Wahl herausstellen
Fehlende Differenzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Parteien wenig unterscheidbar • Markenkern nicht klar 	Hoch	<ul style="list-style-type: none"> • Markenkern stärken • Mit einer Stimme sprechen
Irrelevanz der Landesebene	<ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Entscheidungen werden in Berlin getroffen • Landespolitik irrelevant 	Hoch	<ul style="list-style-type: none"> • Exklusive Landesthemen verdeutlichen • Keine Einmischung aus Berlin • Politische Bildung stärken
Rationale Nichtwahl	<ul style="list-style-type: none"> • Wahlergebnis steht fest • Eigene Stimme ändert nichts 	Mittel	<ul style="list-style-type: none"> • Every Vote Counts • Gegen extreme Parteien
Überforderung	<ul style="list-style-type: none"> • Themen werden nicht verstanden • Parteien zu ähnlich 	Niedrig	<ul style="list-style-type: none"> • Klare Ansprache aber mit konkreten Themen und Zielen
Resignation	<ul style="list-style-type: none"> • Enttäuschung • Politiker machen was sie wollen 	Sehr niedrig	<ul style="list-style-type: none"> • Klare, überprüfbare Versprechen • Klare Ansprache



Mobilisierungsmöglichkeiten

Nichtwahl nicht nur Problem für die Parteien, sondern Bedrohung für die Demokratie



Mobilisierungsmöglichkeiten

Drei Akteursgruppen sind gefordert, um an der Veränderung der verschiedenen Motivlagen/Ursachen zu arbeiten

Motivlage/ Ursache	Gesetzgeber	Überparteiliche, gesellschaftliche Initiative	Parteien
Trägheit	++		
Fehlende Differenzierung		+	++
Irrelevanz der Landesebene		++	+
Rationale Nichtwahl			
Überforderung		++	+
Resignation		++	

Mobilisierungsmöglichkeiten

Gesetzgeber

- Der Gesetzgeber sollte den **Wahlprozess** an möglichst vielen Stellen **vereinfachen** und **flexibilisieren**, möglicherweise durch:
 - **Längere Öffnungszeiten** der Wahllokale.
 - Durchführung der Wahl an **mehreren Tagen**.
 - Möglichkeit der Stimmabgabe an **verschiedenen Orten**.
- Teilnahme per **Briefwahl** könnte stärker hervorgehoben werden. **Briefwahlunterlagen** sollten der **Wahlbenachrichtigung** obligatorisch **beigefügt** sein.



Mobilisierungsmöglichkeiten

Überparteiliche, gesellschaftliche Initiative

- Zur **Stärkung der Demokratie** bedarf es eines enormen **gesamtgesellschaftlichen Kraftakts**, der nur über eine breite **überparteiliche, gesellschaftliche Initiative** gestemmt werden kann.
- Zum Teil fehlt Wahlberechtigten
 - Das Bewusstsein für die **Wichtigkeit der Wahl**.
 - Das grundsätzliche Verständnis für die **Prinzipien des Föderalismus**.
 - Ein generelles Verständnis für die **politische (Parteien-)landschaft** in Deutschland.
- Im Vordergrund muss hier **politische Bildung** auf allen Ebenen stehen: Wie funktioniert der Föderalismus? Welche Kompetenzen haben die Bundesländer?
- Darüber hinaus ist eine **„Jede Stimme zählt“** Botschaft von höchster Relevanz: Warum ist es wichtig, wählen zu gehen? Wie kann Wahlabstinz dafür verantwortlich sein, dass eine kleine Partei über die 5%-Hürde kommt?
- Wichtig ist hier eine **einfache und verständliche Sprache** sowie der **konstante Dialog** mit (zukünftigen) Wahlberechtigten, der nicht erst kurz vor der nächsten Wahl einsetzt.
- Hier sind die verschiedenen **gesellschaftlichen Akteure** gefragt, die sich zu einer **gemeinsamen Initiative** zusammenschließen sollten: Akteure aus Politik, Medien, politischen Stiftungen, Schulen, Gewerkschaften, Vereine und Verbände.



Mobilisierungsmöglichkeiten

Parteien

- **Wahlversprechen** sollten **konkret formuliert** und prinzipiell **nachprüfbar** sein. **Umgesetzte Versprechen** sollten **deutlich** und **dauerhaft kommuniziert** werden.
- **Kommunikation** mit dem Wähler sollte **dauerhaft** und nicht nur im Wahlkampf stattfinden. Der Wähler goutiert nicht, lediglich alle 4 Jahre als Stimmvieh zu dienen.
- Das **verwässerte Profil** von Catch-All-Parteien verhindert langfristige Identifikation. **Parteiprofile**, die **Grundwerte** der Parteien sowie ihr **Markenkern** sollten wieder **klarer** werden.
- Statt Leipziger Allerlei anzubieten, sollten **Kernthemen klar und deutlich** herausgestellt werden.
- **Interne Debatten** sollten möglichst **nicht nach außen** getragen werden.
- ‚**Direktiven**‘ der **Bundesebene an die Länderebene**, sowohl politische als auch parteiinterne, die nach außen kommuniziert werden, **schaden dem Image** der Landesparteien und wirken demobilisierend. Dies sollte vermieden werden.
- Mancher Wähler vergisst den Wahltermin einfach: **Störer auf Plakaten** mit dem Datum der Wahl, **Türhänger**, etc. können hier helfen.

„Die Wahlversprechen müssen realistisch sein. Wenn man sagt: In den nächsten zwei Jahren entstehen hier zehn Ganztagschulen, dann kann ich das überprüfen.“

„Die Politik ist in der Pflicht und muss die Infos bringen. Die müssen sagen, was sie erfüllt haben.“

„Weniger ist manchmal mehr. Im Moment orientiert sich jeder an den anderen und es gibt nur Gerangel.“

„Diesen Streit um die AfD hätte man hinter verschlossenen Türen führen sollen und nicht vor laufender Kamera. Sowas gehört sich nicht.“



pollytix

strategic research | part of umr group

Ansprechpartnerin

jana faus
pollytix strategic research gmbh
dolziger straÙe 7
10247 berlin

+49(0)30 6098 565 22
jana.faus@pollytix.de



ELEPHANTLOGIC

Agentur für Strategieberatung GmbH