

Die Bundestagswahl 2017: ein schwarzer Tag für die Volksparteien

Niedermayer, Oskar

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Niedermayer, O. (2017). Die Bundestagswahl 2017: ein schwarzer Tag für die Volksparteien. *GWP - Gesellschaft. Wirtschaft. Politik*, 66(4), 465-470. <https://doi.org/10.3224/gwp.v66i4.01>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Die Bundestagswahl 2017: ein schwarzer Tag für die Volksparteien

Oskar Niedermayer

Die Bundestagswahl vom 24. September 2017 war für die beiden Volksparteien CDU/CSU und SPD ein schwarzer Tag. Noch nie in der fast 70-jährigen Wahlgeschichte der Bundesrepublik mit insgesamt 19 Bundestagswahlen hatten die beiden großen Parteien zusammengenommen einen so geringen Stimmenanteil (53,4 Prozent) und einen so geringen Anteil der Bundestagsmandate (56,3 Prozent). Die CDU/CSU musste gegenüber 2013 Verluste von 8,6 Prozentpunkten hinnehmen und erzielte mit 32,9 Prozent das zweitschlechteste Wahlergebnis ihrer Parteigeschichte. Damit lag sie aber immer noch 12,4 Prozentpunkte vor der SPD, die 5,2 Prozentpunkte verlor und mit 20,5 Prozent das schlechteste Ergebnis ihrer bundesrepublikanischen Geschichte einfuhr.

Zur Erklärung dieser Mobilisierungsschwäche soll hier ein einfaches Modell zugrunde gelegt werden. In diesem Modell wird das Wahlverhalten der Bürgerinnen und Bürger durch drei Faktoren geprägt: durch zwei kurzfristige Faktoren, die Einstellungen gegenüber den Spitzenkandidaten der Parteien und den im Wahlkampf diskutierten Sachthemen, und einen langfristigen Faktor, die sogenannte Parteiidentifikation. Als Parteiidentifikation bezeichnet man eine feste, langfristige, auch gefühlsmäßige Bindung an eine Partei.

Langfristige Bindungen

Diese Bindungen haben in den letzten Jahrzehnten zwar abgenommen, sind aber nicht verschwunden. Auch heute noch sind über drei Fünftel der Wählerinnen und Wähler



Prof. Dr. Oskar Niedermayer
Fakultät für Politik- u. Sozialwissenschaften
FU Berlin

mehr oder minder stark an eine unserer Parteien gebunden. Für das Verhältnis der beiden Volksparteien ist ausschlaggebend, dass die langfristigen Bindungen ungleich verteilt sind: An die Union sind deutlich mehr Wähler gebunden als an die SPD. Dadurch kann die SPD die Union bei Bundestagswahlen nur schlagen, wenn die beiden Kurzfristfaktoren optimal zu ihren Gunsten wirken – d.h., wenn sie den Wählern ein optimales personelles und inhaltliches Angebot macht – und die Union in beiden Bereichen schlecht aufgestellt ist. In der bisherigen Geschichte der Bundesrepublik war dies nur zweimal der Fall: 1972 und 1998.

Bei der vorletzten Bundestagswahl 2013 hatte die Union mit 41,5 Prozent der Stimmen einen Riesenvorsprung vor der SPD, die nur auf 25,7 Prozent kam. Von der Wahl im September 2013 bis zum September 2015, also ganze zwei Jahre lang, veränderte sich das Ausmaß der Unterstützung der beiden Volksparteien so gut wie nicht, d.h. die Union konnte ihren deutlichen Vorsprung vor der SPD die ganze Zeit aufrechterhalten. Danach änderte sich die Lage jedoch deutlich. Das lag an zwei zentralen Entscheidungen der politischen Akteure – einer sachpolitischen und einer personellen – die starke Auswirkungen auf die beiden kurzfristigen Einflussfaktoren auf das Wahlverhalten hatten. Die sachpolitische Entscheidung war der Entschluss Angela Merkels in der Nacht vom 4. auf den 5. September 2015, die in Budapest festsitzenden Flüchtlinge nach Deutschland zu holen. Merkels Entscheidung wurde zunächst von zwei Dritteln der Deutschen aus humanitären Gründen gutgeheißen. Der folgende dramatische Anstieg der Flüchtlingszahlen führte jedoch schon im Oktober zu einem Umschlagen der Stimmung. Danach war die Gesellschaft in der Flüchtlingsfrage gespalten, die Diskussion wurde in einer stark polarisierten und emotionalisierten Weise geführt, und Ereignisse wie die sexistischen Attacken in der Kölner Silvesternacht und mehrere Terroranschläge heizten die Stimmung weiter an. Die Beurteilung der Kanzlerin durch die Bevölkerung wurde deutlich schlechter und ihre Imagewerte verharrten bis Ende 2016 auf niedrigerem Niveau. Parallel hierzu verlor die Union in den Umfragen rund ein Fünftel ihres Wählerpotenzials. Obwohl auch ein Teil der CDU mit Merkels Flüchtlingspolitik unzufrieden war, wurden der bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer und seine CSU zu ihren schärfsten Kritikern.

Martin Schulz – plus und minus

Die SPD konnte bis Ende 2016 von der Schwäche der Union nicht profitieren, im Gegenteil: Ab Anfang 2016 verlor sie etwa ein Zehntel ihres Wählerpotenzials. Das Blatt wendete sich jedoch am 24. Januar 2017 durch die Entscheidung ihres Vorsitzenden Sigmar Gabriel, auf die Kanzlerkandidatur zu verzichten und Martin Schulz als SPD-Kanzlerkandidaten vorzuschlagen. In der Folgezeit konnte die SPD in den Umfragen stark zulegen und lag von Anfang Februar bis Ende März mit der Union auf Augenhöhe. Dies hatte eine Reihe von Gründen: Der wichtigste war, dass es einen wochenlangen, bisher noch nicht dagewesenen Medienhype um Schulz gab, der mit einer teilweise groteske Züge annehmenden Kampagne im Internet begann und von den traditionellen Medien fortgesetzt wurde. Dabei half auch sehr, dass die SPD Martin Schulz als Verkörperung der sozialdemokratischen Erzählung präsentieren konnte, d.h. als jemand, der sich – aus kleinen Verhältnissen kommend – trotz vieler Widrigkeiten seinen Platz im Leben erkämpft hatte. Seine Botschaft „ich bin einer von euch“ wirkte daher glaubhaft, obwohl er als Präsident des Europäischen Parlaments seit vielen Jahren der hochbezahlten europäischen politischen Elite angehört hatte.

Zudem war er der einen Neuanfang verkörpernde Mann von außen. Dadurch wurde er nicht für die Innenpolitik der jahrzehntelangen Regierungspartei SPD verantwortlich gemacht. Dies betraf vor allem die von Gerhard Schröder initiierte Agenda 2010, die für viele in der SPD und ihrer Wählerschaft ein bis in die Gegenwart nachwirkendes Trauma darstellte. Durch sein Versprechen, die Agenda zu reformieren, und seine Konzentration auf den traditionellen SPD-Markenkern der sozialen Gerechtigkeit konnte Schulz den linken Flügel hinter sich bringen und so die Einheit der Partei als Voraussetzung für einen Wahlsieg herstellen. Auch seine inhaltliche Unbestimmtheit in den meisten anderen Politikbereichen half ihm zunächst, da er damit zur Projektionsfläche für sehr unterschiedliche Vorstellungen im Rahmen des Wunsches nach einer Alternative zur Kanzlerin wurde.

Dies alles war für die SPD buchstäblich ein Wiederbelebungsprogramm. Hatte sie die letzten Jahre wegen der Agenda 2010, dem Dasein als Juniorpartner der Union und des von vielen ungeliebten Parteivorsitzenden Sigmar Gabriel in politischer Dauerdepression verbracht, so wirkte nun der mit fröhlicher Zuversicht zum Angriff bläsende Martin Schulz wie ein Erlöser. Die Partei feierte ihn daher auch in einer an Personenkult grenzenden Weise, die ihren Höhepunkt bei seiner mit 100 Prozent der Stimmen erfolgten Wahl zum neuen Parteivorsitzenden und Kanzlerkandidaten fand.

Die Union hatte dem Schulz-Hype anfangs nichts entgegenzusetzen. Die Kanzlerin hatte durch ihre Politik einen Teil ihrer Wähler vergrätzt, die Umfragewerte hatten sich noch nicht erholt und die Schwesterparteien waren durch den langen Streit paralytisiert.

Die euphorische, die SPD mit Schulz auf Augenhöhe zu Merkel und der Union sehende Aufbruchsstimmung in Medien und Partei produzierte bei der Bevölkerung Kurzfristeffekte, die sie sozusagen zur self-fulfilling prophecy machten. Einige sahen nun in Schulz den ersten ernsthaften Herausforderer der angeschlagenen Kanzlerin, andere fanden ihn einfach nur sympathischer als Angela Merkel, wieder andere wollten zum vermeintlichen Sieger gehören, und alle brachten ihre Stimmung in den Umfragen durch eine Wahlabsicht für die SPD zum Ausdruck, sodass die SPD tatsächlich zur Union aufschloss.

Die Landtagswahlen Saarland, Schleswig-Holstein und NRW

Nach nur zwei Monaten flaute der Schulz-Effekt jedoch deutlich ab, und im Juli war die SPD in den Umfragen wieder dort angekommen, wo sie vor der Schulz-Nominierung gewesen war. Auch hierfür gibt es eine Reihe von Gründen: Ein wesentlicher Grund war, dass der Praxistest des Schulz-Effekts in Form der Landtagswahlen Ende März im Saarland und im Mai in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen krachend scheiterte. An der Niederlage im Saarland war Martin Schulz nicht unschuldig, da er Sympathien für die Ablösung der CDU-geführten Großen Koalition durch ein Bündnis aus SPD und Linkspartei erkennen ließ und diese Aussicht zu einer starken Mobilisierung von Wählern führte, die dies ablehnten. Kurz nach der Wahl schwenkte er dann um und lobte die FDP, was wiederum die Anhänger von Rot/Rot/Grün irritierte. Das Koalitionsproblem und damit die Frage nach der Machtperspektive blieb bis zur Wahl ein Dilemma der SPD, weil man einerseits die Parole ausgab, über Koalitionen nicht zu reden, und sich andererseits nicht jeder daran hielt.

Schon die Saarlandwahl führte zu einer deutlich kritischeren und abnehmenden Medienberichterstattung über Martin Schulz und schlug sich im Internet teilweise in

ausgesprochener Häme über den gescheiterten Kandidaten nieder. Ein weiterer Faktor für das Abflauen des Schulz-Effekts war die Tatsache, dass Schulz, da er kein bundespolitisches Amt hatte, in der täglichen Bundespolitik im Gegensatz zur Kanzlerin nicht sichtbar war. Verstärkt wurde dieses Problem durch die Tatsache, dass Sigmar Gabriel als qua Rolle medienpräsent und in der Bevölkerung beliebter Außenminister Martin Schulz – ob gewollt oder ungewollt – des Öfteren die Show stahl.

Inhaltlich wurde zudem schnell klar, dass mit einer unter dem Motto der sozialen Ungerechtigkeit stehenden Pauschalkritik am Zustand des Landes die Wahl nicht zu gewinnen war, weil nur wenige Bürger ihre eigene ökonomische Situation als schlecht beurteilten und Deutschland wirtschaftlich gut dastand. Daher wuchs der Druck auf Schulz, die Kritik auf konkrete Missstände herunterzubrechen und auch zu anderen Themen Stellung zu beziehen, was jedoch sehr lang, nämlich bis Mitte Mai, nicht geschah. Das heißt: die Stimmungseuphorie für Schulz wurde nicht mit konkreten Konzepten politisch unterfüttert. Für die SPD war daran allein Hannelore Kraft schuld, die Schulz während des NRW-Wahlkampfes zur bundespolitischen Zurückhaltung aufgefordert habe. Heute wissen wir aber, dass Martin Schulz selbst lange daran festhielt, inhaltlich unbestimmt zu bleiben. Nach der NRW-Wahl präsentierte Schulz dann in schneller Folge Konzepte für eine Reihe von Politikbereichen. Es gelang ihm aber bis zum Schluss nicht, ein wirkliches Gewinnerthema für die SPD zu etablieren. Eher verfestigte sich der Eindruck, dass er sich verzettelt hatte und die Kernbotschaft verwässert wurde.

SPD: Die schlechteste Wahlkampagne aller Parteien

Ein letzter Grund für das schlechte Abschneiden der SPD war die Tatsache, dass sie die handwerklich schlechteste Wahlkampagne aller Parteien abgeliefert hat. Das begann schon damit, dass die Nominierung des Kanzlerkandidaten schon wieder – und nun zum dritten Mal hintereinander – eine Sturzgeburt war. Sigmar Gabriel hat die Partei viel zu lang in dem Glauben gelassen, er würde es selbst machen. Daher gab es zum Zeitpunkt der Nominierung von Schulz kein eingespieltes Team, keine längerfristige strategische Planung und zu wenig ausgearbeitete inhaltliche Konzepte. Und dann hat man die Führung des Wahlkampfmanagements anfangs zwei Personen überlassen, die auf diesem Gebiet keinerlei Erfahrung hatten. Von den vielen Pannen bleiben z.B. das Chaos bei der Präsentation der programmatischen Leitlinien und die Freischaltung einer Anzeige im Netz in Erinnerung, die den Sieg von Martin Schulz beim TV-Duell verkündete, obwohl das Duell noch gar nicht stattgefunden hatte.

Zudem tat die Union der SPD nicht den Gefallen, sich auf eine Diskussionsrunde über ihre inhaltlichen Konzepte einzulassen. Die Union zeigte sich ab März nach außen hin wieder geschlossen, d.h. die CSU stellte sich, auch wenn es vielen schwerfiel, hinter die Kanzlerin. Ihre Wahlkampfstrategie zielte eindeutig darauf ab, das in der Flüchtlingskrise stark beschädigte Image von Angela Merkel als erfahrene und verlässliche Krisenmanagerin, die Deutschland als Mutter der Nation sicher durch alle Turbulenzen steuert und dafür sorgt, dass es den Deutschen weiterhin gut geht, einigermaßen wiederherzustellen. Dabei halfen ihr natürlich die internationalen krisenhaften Entwicklungen.

CDU: allzu siegesgewiss

Zwar war den Wahlkampfstrategen der Union klar, dass man das Traumergebnis von 2013 unter den jetzigen Umständen nicht wiederholen können, im Juli/August schien jedoch ein Abschneiden knapp unter der 40-Prozent-Marke möglich. In der Schlussphase ging der Unionskampagne jedoch buchstäblich die Luft aus. Das lag vor allem an zwei Gründen: Zum einen ging man in der Öffentlichkeit spätestens nach dem TV-Duell, bei dem Martin Schulz seine letzte Chance, das Ruder noch herumzulenken, verspielt hatte, einhellig davon aus, dass die Union die Wahl mit großem Vorsprung vor der SPD gewinnen würde. Die Medien, die sich normalerweise in der Schlussphase auf das Rennen zwischen Regierungschef/in und Herausforderer konzentrieren, richteten ihr Augenmerk fast ausschließlich auf die kleineren Parteien und das Rennen um Platz drei. Das schadete sowohl der Union als auch der SPD, aber der Union als designierter Gewinnerpartei deutlich mehr. Sie hatte immer größere Probleme, ihr Wählerpotenzial zu mobilisieren, da sich viele ihrer Anhänger sagten, wenn die Union sowieso mit großem Vorsprung gewinnt, brauche ich nicht zur Wahl zu gehen. Ein Indiz für diese Mobilisierungsprobleme liefert die Mobilisierung von ehemaligen Nichtwählern. Die Wahlbeteiligung stieg insgesamt um 4,7 Prozentpunkte. Diesmal gingen gut 3 Millionen Wählerinnen und Wähler mehr zur Wahl als 2013. Wenn die Union von dieser Nichtwählermobilisierung gemäß ihrem Stimmenanteil von 2013 profitiert und niemand an die Nichtwähler verloren hätte, wären knapp 1,3 Millionen Stimmen bei ihr gelandet. Tatsächlich hat sie jedoch per Saldo nur 380.000 Stimmen gewinnen können. Die kleine FDP konnte netto rund 700.000 Stimmen gewinnen und die AfD sogar 1,2 Millionen. Sie war also die Partei, die mit Abstand am meisten von der gestiegenen Wahlbeteiligung profitierte.

Das Flüchtlingsthema: Vorteil für die AfD

Der zweite Grund war, dass das Flüchtlingsthema in der Schlussphase des Wahlkampfes wieder deutlich stärker im Vordergrund der öffentlichen Diskussion stand. Für die Bevölkerung war dieses Thema seit dem Herbst 2014 das wichtigste Problem. Vom Herbst 2015 bis zum Frühjahr 2016 war es das einzige wichtige Problem, und auch danach behielt es Rang 1, auch wenn es bei den Wählern etwas aus dem Blick geriet. Die Zuspitzung der Situation auf der Mittelmeerroute im Juli, der Versuch von Martin Schulz Ende Juli, die in seinen Worten „hochbrisante“ Flüchtlingssituation zum Wahlkampfthema für die SPD zu machen, die Relevanz des Themas im TV-Duell und den anderen Wahlsendungen: all dies rückte die Flüchtlingsfrage bei den Wählern wieder nach vorne, sodass es am Wahltag das mit Abstand wichtigste Problem war. Für die Union hatten schon deutlich vor dem Wahltag die anhaltenden massiven Störungen der Wahlkampfauftritte Angela Merkels nicht nur in Ostdeutschland angezeigt, dass die sich in ihrer Person manifestierende Polarisierung der Gesellschaft in der Flüchtlingsfrage angehalten hatte und nun verstärkt wieder zum Vorschein kam.

Dies schadete der Union und nützte der AfD, die in der ersten Hälfte des Wahljahres in den Umfragen abgerutscht war, nun wieder zulegen konnte und der Union bei der Wahl im Saldo knapp 1 Million Stimmen abnahm, d.h. 1.040.000 Unionswähler von 2013 wählten diesmal die AfD und 60.000 AfD-Wähler von 2013 wählten diesmal die Union. Die SPD verlor netto 470.000 Stimmen an die AfD. Das erscheint auf den

ersten Blick deutlich weniger, die absoluten Zahlen geben aber keine sinnvolle Antwort auf die Frage, wie stark die AfD den beiden Parteien geschadet hat. Dazu muss berechnet werden, wieviel Prozent der Wähler von Union bzw. SPD diesmal AfD gewählt haben. Tut man dies, dann ist das Bild etwas anders: 5,4 Prozent der Unionswähler und 4,2 Prozent der SPD-Wähler von 2013 haben diesmal AfD gewählt (nebenbei bemerkt: der mit Abstand größte Wähleranteil ist mit 10,6 Prozent von der Linkspartei zur AfD gewechselt). Die Wählerwanderung zur AfD ist also nicht nur ein Problem der Union.

Um mit dem Problem adäquat umgehen zu können, müssen die verschiedenen Motivlagen der AfD-Wähler auseinandergelassen werden. Als Partei, die Rechtsextremisten mit völkisch-nationalistischer Gesinnung und rassistisch motivierter Fremdenfeindlichkeit in ihren Reihen hat, zieht die AfD natürlich auch Wähler an, die ein rechtsextremistisches Weltbild haben. Nach unserer eigenen Studie von 2016 gibt es unter der AfD-Wählerschaft etwa dreimal so viele Leute mit einem solchen Weltbild wie in der Gesamtbevölkerung. Dennoch hat Martin Schulz völlig recht, wenn er betont, dass die Rechtsextremisten innerhalb der AfD-Wählerschaft in der Minderheit sind. Die Mehrheit sind keine ideologischen Überzeugungstäter, sondern Protestwähler, die durch ihre Wahlentscheidung für die AfD den anderen Parteien wegen der Flüchtlingspolitik einen Denkzettel verpassen wollen.

Wählermotive

Dabei gibt es unterschiedliche Motivlagen. Für bürgerlich-konservative Wähler kam der Grenzübertritt von hunderttausenden Flüchtlingen und Merkels Kommentar, man sei zur Kontrolle des Zustroms nicht in der Lage, einem Offenbarungseid von Politik gleich, weil zu den konservativen Grundprinzipien die Aufrechterhaltung eines starken Staates gehört, der vor allem der Aufgabe nachkommt, die Sicherheit seines Staatsvolkes nach innen wie nach außen zu gewährleisten, wozu auch die Kontrolle darüber gehört, wer über seine Grenzen kommt. Für Wähler aus prekären ökonomischen Verhältnissen, für Wähler mit Abstiegsängsten und für Wähler – vor allem aus Ostdeutschland –, die sich vom Staat benachteiligt und alleingelassen fühlten, produzierte der staatliche Umgang mit den Flüchtlingen das Gefühl einer neuen Form von sozialer Ungerechtigkeit. Von diesen Wählern wurde argumentiert, dass der Staat für seine eigene Bevölkerung zu wenig getan habe, weil angeblich das Geld dafür fehlte, und nun plötzlich zweistellige Milliardenbeträge für Leute ausbebe, die in Deutschland nichts erwirtschaftet hätten und zudem noch aus anderen Kulturkreisen kämen, sodass man sich zunehmend fremd im eigenen Land fühle. Da half es auch nichts, wenn Union und SPD betonten, es gehe durch die Ausgaben für die Flüchtlinge keinem Deutschen schlechter, weil die Leute der Meinung waren, es könnte ihnen ja viel besser gehen, wenn die Flüchtlinge nicht da wären und man das Geld für die eigene Bevölkerung ausgeben würde.

Weder die Union noch die SPD (noch die Linkspartei) haben vor der Wahl auf diese Art von Kritik eines Teils der eigenen Wählerschaft eine überzeugende Antwort gefunden, was dazu beigetragen hat, dass die AfD nicht nur von bürgerlichen Kreisen, sondern weit überdurchschnittlich, nämlich zu je 21 Prozent, von Arbeitern und Arbeitslosen gewählt wurde. Das ist eine der vielen Baustellen, denen sich die beiden Volksparteien bei der Aufarbeitung des Wahldebakels vom 24. September widmen müssen.