



Knut Bergmann / Dominik Enste / Hans-Peter Klös

Postfaktisches Zeitalter? Gründe für ein verändertes Wahlverhalten

Populistische Parteien sind in Europa auf dem Vormarsch. Deutschland liegt noch unter dem europäischen Durchschnitt, aber es ist mit einer Zunahme zu rechnen. Das hat strukturelle Gründe.

Ungefähr jeder sechste Abgeordnete im EU-Parlament gehört einer Partei an, die populistische Strömungen aufweist. Die Spanne reicht von Ländern noch ohne populistische Parteien im EU-Parlament (Irland, Lettland, Litauen, Portugal, Rumänien, Slowenien, Slowakei und Estland) über Länder mit jeweils 7 Prozent (Deutschland und Polen) bis hin zu Italien mit über 40 Prozent (Schaubild). Dass eher von einer strukturellen Veränderung des Medianwählerverhaltens hin zu individualistischen, emotional aufgeladenen und populistischen Strömungen als von einem nur vorübergehenden Phänomen ausgegangen werden muss, dafür sprechen folgende Gründe:

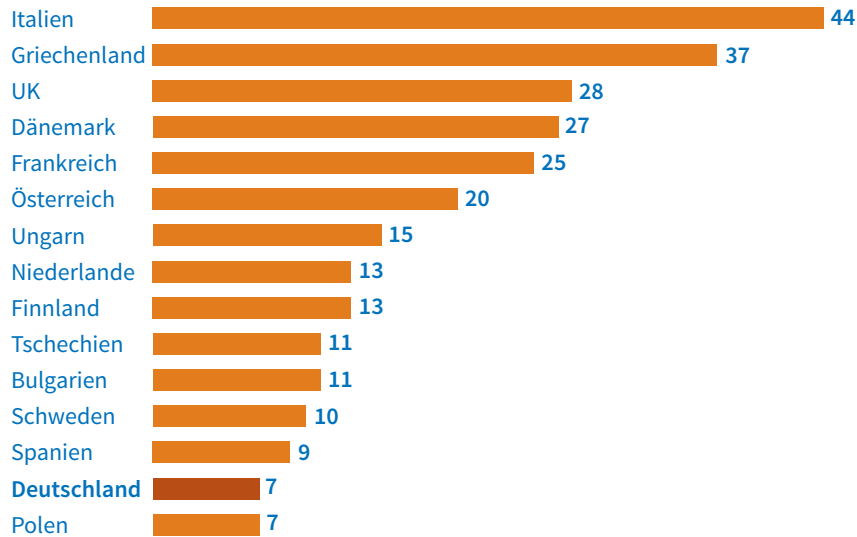
Verlustaversion und Globalisierungskepsis: Die Halbierung der weltweiten Armutsquote in den letzten zwanzig Jahren durch Globalisierung und Öffnung von Märkten wird kaum wahrgenommen – was auch der Funktionslogik der Medien geschuldet ist („Only bad news are good news“). Der globale Vorteil

bleibt abstrakt, der eigene Nachteil ist stets konkret. Die Kompensation der „Verlierer“ durch die „Gewinner“ des Freihandels ist weder stets erfahrbar noch vermittelbar, schon gar nicht über reine Statistik (Vöpel, 2016). Nationale Interessen fallen stärker ins Gewicht, ein Arbeitsplatz im eigenen Land wird höher bewertet als anderswo (Enste, 2017). So gesellt sich zur Verlustaversion ein „Anti-Foreign-Bias“. Insbesondere ökonomische Laien unterschätzen den Nutzen des internationalen Austauschs systematisch. Überdies wurde das „Fremde“ für viele Menschen erstmals in der als krisenhaft empfundenen Flüchtlingssituation konkret erfahrbar. Die persönliche Einstellung zur Migration scheint ein wichtiger Prädiktor für die Attraktivität des Rechtspopulismus zu sein (Köppl-Turyna, 2016).

Milieuveränderungen: Nach Langzeitbeobachtungen des Wertewandels und der Lebenswelten der Menschen durch die Sinus-Milieus wurde für die 2000er- und 2010er-Jahre eine Reihe von strukturellen Veränderungen diagnostiziert. Dazu gehörten demografische Verschiebungen, Veränderungen in Sozialstruktur und Arbeitswelt, ein empfundenes Auseinanderdriften von „oben“ und „unten“, von Mitte und Peripherie, die Entwicklung zur Wissens-

Parteien mit populistischen Strömungen im EU-Parlament (2016)

in Prozent – gerundet



Quellen: Barysch, Katinka, 2016; eigene Berechnungen



gesellschaft samt einer social-media-Revolution und die Gefahr der digitalen Spaltung. Es komme einerseits zu „Wertekonvergenzen und -divergenzen hinsichtlich Leistung und Effizienz, Pragmatismus und Nutzenorientierung, Multioptionalität und Multitasking“, andererseits aber auch zu einer Rückbesinnung („Regrounding“) in Form einer „Suche nach Anker, Halt und Geborgenheit, Nachhaltigkeit und Entschleunigung sowie zu einer Neuinterpretation traditioneller Werte, neuen Wertesynthesen und einem selektiven Idealismus“ (Sinus, 2015).

Veränderte „Arbeitswertewelten“: Nach einer Untersuchung des Bundesarbeitsministeriums gebe es individuell stark unterschiedliche Ansprüche an Arbeit über soziodemografische Trennlinien wie Einkommen oder Ausbildung hinweg. Lediglich ein Fünftel der Befragten sehe sich dem persönlichen Idealbild von Arbeit bereits nah, während knapp die Hälfte sich als weit entfernt davon empfinde. Zudem unterschieden sich Wahrnehmung und Bewertung der Arbeitswelt zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Person zu Person sehr stark (BMAS, 2016).

Empfinden von Eliten- und Staatsversagen: Individuelles Fehlverhalten von Managern, Politikern und prominenten Persönlichkeiten diskreditiert das Wirtschaftssystem. Dessen Legitimation wird spätestens seit der Finanzkrise ohnehin hinterfragt. Das Unverständnis und das Unrechtsempfinden bei systemischen Defekten oder individuellem Fehlverhalten der wirtschaftlichen Eliten sind seither deutlich angestiegen. Hinzu kommt die Wahrnehmung von Staatsversagen: Grenzsicherung, Flüchtlingsmanagement, Behördenbehäbigkeit, Verkehrsinfarkte, Flughafen BER – Zufriedenheit und Akzeptanz der öffentlichen Daseinsvorsorge hängen maßgeblich an subjektiven und objektiven Nahraumerfahrungen der Bürger. Vielfach wird ein individuell empfundenen Bürokratieversagen auf die „politische Klasse“ oder „das System“ projiziert; die mediale Verstärkung objektiver Missstände tritt hinzu.

Unproportionierte Debatten: Das politische Bemühen um eine Gleichstellung von Minderheiten führt teilweise zur Wahrnehmung, dass die Interessen der Mehrheit aus dem Blickfeld zu geraten drohen. Dies gilt insbesondere, wenn umgekehrt proportional zur Größe der Gruppe deren Interessen prominent insze-

niert werden. Verstärkend kann der Eindruck einer moralischen Überhöhung zu dem Empfinden beitragen, dass die öffentliche Debatte aufgrund einer falsch verstandenen „Political Correctness“ an den wahren Problemen der Gesellschaft vorbeigehe. Die Folge ist eine wachsende Distanz einer zunehmenden Zahl von Bürgern zu den Vertretern der klassischen Politik, die weit in bürgerliche Kreise – auch diesseits der AfD - hineinreicht. Die vorgenannten Faktoren tragen dazu bei, dass sich Menschen abgehängt fühlen.

Grenzen der Evidenzbasierung: Daten und Fakten taugen nicht zur Fundierung von Entscheidungen, wenn sie unverständliche oder verstörende Sprachbilder erzeugen (Wehling, 2016). Hinzu kommt die Schwierigkeit der demoskopischen Forschung, das Wählerverhalten zutreffend zu antizipieren. Ferner zeigen die US-Präsidentschaftswahlen, dass die klassischen Methoden der Meinungsforschung die Folgen des mittlerweile sehr differenzierten „Micro-Targetings“ nicht hinreichend erfassen. Hinzu kommt, dass „Post truth“ als das Gegenmodell zu Evidenzbasierung demoskopisch bisher unerschlossen ist. In einer komplizierten und komplexen Welt sehnen sich Menschen nach einfachen Lösungen und leicht verständlichen Entscheidungen; Emotionalisierung, Bauchgefühl und Intuition werden bevorzugt („Perception is reality“).

Virale Medien: Soziale Netzwerke ermöglichen sich selbst verstärkende „Echoräume“. Soziale Medien können Teile der Öffentlichkeit schneller und stärker beeinflussen als qualitätsgesicherte Medien. „Populisten gewinnen Wahlen mit Hilfe der sozialen Netzwerke“ (Hillje, 2016), weil sie damit besser und gezielter umgehen als etablierte Parteien. Hinzu kommt das wachsende Potenzial des „Micro-Targeting“ im Zusammenspiel mit Sozialen Medien.

Selbst wenn die politische Kommunikation in Deutschland diesen Entwicklungen im Vergleich insbesondere mit den USA noch hinterherhinken sollte, ist die Nutzung einer modernen datengetriebenen „predictive analysis“ eine weitere strukturelle Verän-

derung, auf die sich Demoskopien und Wahlforscher einstellen müssen.

Literatur:

BMAS – Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2016, Wertewelten Arbeiten 4.0, Berlin

Barysch, Katinka, 2016, Europas Integration – nicht Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck; in: Böll. Thema, Heft 2, S. 14-16

Enste, Dominik, 2017, Trump's success and its impact for the next elections in Europe, IW-Kurzbericht 6/2017, Köln

Hillje, Johannes, 2016, Massenspaltungsmedium, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr. 45 vom 13.11.2016

Köppl-Turyna, Monika, 2016, Identität schlägt Globalisierungskritik – warum Rechtspopulisten so erfolgreich sind, Agenda Austria, Wien

Sinus, 2015, Informationen zu den Sinus-Milieus, 01/2015, Heidelberg/Berlin/Zürich

Vöpel, Henning, 2016, Zeitenwende der Globalisierung, in: Böll.Thema, Heft 2, S. 6-8

Wehling, Elisabeth, 2016, Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht, Köln