Mehrfache ParteianhÃ¤nger und ihre Bedeutung fÃ¼r die Wahlforschung

Description

von Sabrina Mayer

Welche GrÃ¼nde fÃ¼r die Wahlentscheidung eines BÃ¼rgers ausschlaggebend sind, ist eine der zentralen Fragen der Wahlforschung.

Dabei ist seit den 1950er Jahren bekannt, dass viele BÃ¼rger eine Parteiidentifikation, eine dauerhafte, psychologische Bindung an eine politische Partei aufweisen. Diese BÃ¼rger geben Ã¼ber lÃ¤ngere Zeit an, einer Partei â??naheâ?? zu stehen und sich als AnhÃ¤nger einer Partei zu fÃ¼hlen. In Deutschland wird den WÃ¤hlerinnen und WÃ¤hlern dabei die Frage gestellt:

â??*Viele Leute in der Bundesrepublik neigen lÃ¤ngere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wÃ¤hlen. Wie ist das bei Ihnen? Neigen Sie â?? ganz allgemein gesprochen â?? einer bestimmten Partei zu?â??*

Nachdem in den 1960er Jahren in Deutschland noch knapp 80 Prozent der wahlberechtigten BevÃ¶lkerung an eine Partei gebunden waren, hat sich dieser Wert heute auf etwas zwei Drittel reduziert. In den neuen BundeslÃ¤ndern liegt er dabei knapp 8-10 Prozentpunkte niedriger.

Diese Identifikation mit einer Partei kann das politische Verhalten entscheidend beeinflussen: AnhÃ¤nger einer Partei wÃ¤hlen diese wesentlich hÃ¤ufiger als Nicht-AnhÃ¤nger. Sie entscheiden sich zudem frÃ¼her als Nicht-AnhÃ¤nger, wie sie bei einer Wahl stimmen werden, sind sich in dieser Entscheidung sicherer und wÃ¤hlen seltener mit Erst- und Zweistimme unterschiedliche Parteien. FÃ¼r die Wahlentscheidung selbst spielt aber nicht nur die Parteiidentifikation eine Rolle, sondern auch kurzfristige Faktoren kÃ¶nnen die Wahl beeinflussen: So ist es fÃ¼r die WÃ¤hler auch wichtig, welche Partei in ihren Augen geeignet ist, die wichtigsten Probleme in Deutschland zu lÃ¶sen und wie sie die Kandidaten der Parteien einschÃ¤tzen.

Schlussendlich ist die Parteiidentifikation aber der stÃ¤rkste Grund, eine Partei zu wÃ¤hlen: Bei der letzten Wahl wÃ¤hlten zwischen 60 und 80 Prozent der AnhÃ¤nger auch die Partei, mit der sie sich identifizieren. Die Parteiidentifikation ist also eine wichtige ErklÃ¤rungsgrÃ¶Ã?e in der Politikwissenschaft.

Es ist denkbar, dass sich WÃ¤hler nicht nur mit einer, sondern mit mehreren Parteien identifizieren. So kann ein WÃ¤hler nicht nur der SPD, sondern auch den GRÃ?NEN nahe steht. Aus der Forschung zu mehrfachen Bindungen ist auch bekannt, dass mehrfache Bindungen mit grÃ¶Ã?eren inhaltlichen Ã?berschneidungen einfacher und dauerhafter sind. Eine mehrfache Bindung an SPD und GRÃ?NE sollte daher fÃ¼r WÃ¤hler einfacher aufrecht zu erhalten sein, da sich die Parteien in vielen Punkten inhaltlich Ã¤hneln. Eine gleichzeitige Bindung an FDP und GRÃ?NE ist hingegen schwieriger, da die inhaltlichen Ã?berschneidungen wesentlich geringer sind. Eine mehrfache Bindung sollte dazu fÃ¼hren, dass die Wahlentscheidung spÃ¤ter, weniger sicher erfolgt und hÃ¤ufiger Erst- und Zweitstimme verschiedenen Parteien gegeben werden.

Mehrfache Partei-Bindungen (MPI) konnten bis jetzt fÃ¼r Deutschland kaum untersucht werden, da die Frage, welcher Partei man â??zuneigtâ??, nur eine Parteibindung misst.

In einer Studie zur Bundestagswahl 2013 wurden jedoch Fragen fÃ¼r die Parteiidentifikation getestet, die die Messung mehrfacher Bindungen mÃ¶glich machen[i]. Insgesamt gibt es nun fÃ¼nf neue Varianten, solche Bindungen zu messen. Eine einfache MÃ¶glichkeit besteht darin, direkt nach der Frage, welcher Partei man zuneigt, noch eine zweite Frage zu stellen â??Gibt es eine weitere Partei, der Sie zuneigen?â??, mit den Antwortoptionen von 1 â??stimme Ã¼berhaupt nicht zuâ?? Ã¼ber 4 â??teils/teilsâ?? bis 7 â??stimme voll und ganz zuâ??.[ii] Eine andere darin, direkt fÃ¼r die grÃ¶Ã?eren Parteien (CDU, SPD, GRÃ?NE, FDP, LINKE) zu fragen, ob man sich mit dieser Partei identifiziert. Da die erste Variante oft kritisiert wird[iii], soll die zweite Variante genutzt werden.[iv]

Von den knapp 1000 Befragten weisen knapp 31,4 Prozent Ã¼berhaupt keine Parteibindung auf.

Etwa vierzig Prozent der Befragten identifiziert sich nur mit einer Partei, die restlichen 29,1 Prozent mit zwei oder mehreren Parteien.

Wie verteilen sich diese Bindungen nun auf die Parteien? Kommen Bindungen innerhalb politischer Lager, wie zwischen der SPD und den GRÃ?NEN tatsÃ¤chlich hÃ¤ufiger vor?

TatsÃ¤chlich sind die meisten mehrfachen Bindungen innerhalb politischer Lager zu finden, als zwischen diesen Lagern. Von den doppelten AnhÃ¤ngern in der Befragung weisen SPD-GRÃ?NE den hÃ¶chsten Anteil auf (36,7), gefolgt von CDU-FDP (14,9) und GRÃ?NE-LINKE (14,9).

	Anzahl	**Prozent aller doppelten AnhÃ¤nger**
CDU-FDP	33	14,93
SPD-GRÃ?NE	81	36,65
SPD-LINKE	24	10,86
GRÃ?NE-LINKE	33	14,93
CDU-SPD	19	8,60
CDU-GRÃ?NE	13	5,88
CDU-LINKE	10	4,52
SPD-FDP	4	1,81
FDP-GRÃ?NE	4	1,81
Total	221	

Dabei sind mehrfache Bindungen mit der LINKE (SPD-LINKE und GRÃ?NE-LINKE) bei Befragten aus den neuen BundeslÃ¤ndern wesentlich wahrscheinlicher (10,4 Prozent der ostdeutschen, 4,6 Prozent der westdeutschen Befragten weisen eine solche doppelte Bindung auf).

Eine mehrfache Bindung wirkt sich auch auf das Wahlverhalten aus. Im Vergleich zu einzelnen AnhÃ¤ngern wÃ¤hlen mehrfache AnhÃ¤nger genau so hÃ¤ufig wie Nicht-AnhÃ¤nger mit Erst- und Zweitstimme unterschiedliche Parteien. Dieses Stimmensplitting wird von mehrfachen AnhÃ¤ngern vielleicht als MÃ¶glichkeit aufgefasst, ihre unterschiedlichen Bindungen bei der Wahl zu berÃ¼cksichtigen. Dieser Zusammenhang ist dabei unabhÃ¤ngig von der Bildung eines Befragten, auch mehrfache AnhÃ¤nger mit Abitur splitten hÃ¤ufiger ihre Stimmen, als einzelne AnhÃ¤nger. Die Wahlentscheidung fÃ¤llt bei mehrfachen ParteianhÃ¤ngern spÃ¤ter als bei einzelnen AnhÃ¤ngern. Knapp ein Drittel der mehrfachen AnhÃ¤nger gibt an, sich erst wenige Woche vor der Wahl entschieden zu haben, wÃ¤hrend der Anteil bei den einzelnen AnhÃ¤ngern bei knapp einem Viertel liegt. Allerdings entscheiden sich Nicht-AnhÃ¤nger immer noch spÃ¤ter als mehrfache AnhÃ¤nger. Da mehrfache AnhÃ¤nger sich mehreren Parteien verbunden fÃ¼hlen, jedoch mit der Zweitstimme nur eine Partei wÃ¤hlen kÃ¶nnen, erscheint auch das letzte Ergebnis logisch: Mehrfache AnhÃ¤nger treffen zudem ihre Wahlentscheidung mit der hÃ¶chsten Unsicherheit, knapp zwei Drittel geben an, in den Wochen vor der Bundestagswahl Ã¼berlegt zu haben, auch eine andere Partei zu wÃ¤hlen.

Stimmensplitting: Erst- und Zweitstimme wurde fÃ¼r unterschiedliche Parteien abgegeben

SpÃ¤tentscheider: Die Befragten wurden gefragt, wann sie sich entschieden haben, welche Partei sie mit der Zweitstimme wÃ¤hlen werden, die Antwortkategorien *â??Ich habe mich in den letzten Wochen /Tagen/am Wahltag entscheidenâ??* wÃ¼rden als SpÃ¤tentscheider zusammengefasst

Unsicherheit: Alle Befragten, die die Frage â??*Haben Sie im Vorfeld der letzten Bundestagswahl einmal Ã¼berlegt, Ihre Zweitstimme einer anderen Partei zu geben?â??* mit Ja beantwortet haben.

Wie zu sehen war, verhalten sich mehrfache AnhÃ¤nger oft anders als einzelne AnhÃ¤nger. In bisherigen Studien konnten diese beiden Gruppen jedoch nicht klar getrennt werden, was die Untersuchung der Effekte der Parteibindung sicherlich verzerrt. Weitere Untersuchungen, gerade auch zu AnhÃ¤ngern zwischen politischen Lagern, sind

geplant.

Quellen:

Arzheimer, Kai. 2012. Mikrodeterminanten des Wahlverhaltens: Parteiidentifikation. In *WÃ¤hlerverhalten in der Demokratie. Eine EinfÃ¼hrung*, Hrsg. Oscar W. Gabriel, und Bettina Westle, 223â??246. Baden-Baden: Nomos.

Belknap, George, und Angus Campbell. 1951. Political Party Identification and Attitudes Toward Foreign Policy. *Public Opinion Quarterly* 15: 601â??623. doi: 10.1086/266348.

Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, und Donald E. Stokes. 1960. *The American voter.* Chicago: Univ. of Chicago Pr.

Postmes, Tom, S. Alexander Haslam, und Lise Jans. 2013. A single-item measure of social identification: Reliability, validity, and utility. *British Journal of Social Psychology* 52: 597â??617. doi: 10.1111/bjso.12006.

Reysen, Stephen, Iva Katzarska-Miller, SundÃ© M. Nesbit, und Lindsey Pierce. 2013. Further validation of a single-item measure of social identification. *European Journal of Social Psychology:* 463â??470. doi: 10.1002/ejsp.1973.

Roccas, Sonia, und Marilynn B. Brewer. 2002. Social Identity Complexity. *Personality and Social Psychology Review* 6: 88â??106.

Schmitt, Hermann. 2009. Multiple Party Identifications. In *The Comparative Study of Electoral Systems.*, Hrsg. Hans-Dieter Klingemann, 137â??157. Oxford: Oxford University Press.

Schoen, Harald, und Cornelia Weins. 2005. Der sozialpsychologische Ansatz zur ErklÃ¤rung von Wahlverhalten. In *Handbuch Wahlforschung*, Hrsg. JÃ¼rgen W. Falter, und Harald Schoen, 187â??242. Wiesbaden: VS Verlag fÃ¼r Sozialwissenschaften.

[i] Die Befragung wurde mit UnterstÃ¼tzung der Fritz Thyssen Stiftung durchgefÃ¼hrt, insgesamt wurden vom 22. November bis 2. Dezember 2013 Ã¼ber ein Online-Access-Panel knapp 1000 Personen online befragt. Da nur nach Alter und Bundesland quotiert wurde und die Befragung in einem Online-Access-Panel stattfand, ist die Befragung natÃ¼rlich nicht reprÃ¤sentativ fÃ¼r Deutschland.

[ii] Adaption des Single Item Social identification measure von Postmes et al. (2013) und Reysen et al. (2013).

[iii] Eine solche Frageformulierung wird oftmals kritisiert, da sie durch diese sehr direkte Formulierung leicht dazu fÃ¼hrt, dass die Anteile mehrfacher AnhÃ¤nger zu hoch liegen (Schmitt 2009). Allerdings unterscheiden sich die Anteile fÃ¼r diese Variante kaum von den anderen Varianten, der Anteil der mehrfachen ParteianhÃ¤nger bei dieser Frageformulierung liegt etwa 2,5 Prozentpunkte hÃ¶her.

[iv] Jeder, der mit einem Wert Ã¼ber 4 geantwortet hat, wird als AnhÃ¤nger der Partei gezÃ¤hlt.

Date Created
Juli 21, 2015
Author
hiwi