

# Wahlkampf nicht nur mit Bauchgefühl

Wissenschaftlich begleitete Untersuchungen haben Wahlkämpfe in den USA revolutioniert. Nun arbeitet die CDU Berlin als erster deutscher Parteiverband mit Wissenschaftlern der Universität Mannheim in einem Langfristprojekt zusammen, um die Wirkung politischer Kommunikation vor der Wahl zum Abgeordnetenhaus von Berlin im Jahr 2016 zu untersuchen.

**Früher waren Politiker und Parteien auf ihr Bauchgefühl angewiesen, wenn sie darüber nachdachten und entschieden, welche Botschaften und Kommunikationswege am besten geeignet seien, Parteimitglieder und Wähler zu informieren, zu überzeugen oder zu mobilisieren. Heute erlauben moderne wissenschaftliche Methoden, die Wirkung politischer Kommunikation präzise zu messen. Dadurch können Politiker und Parteien Kommunikationsmittel gezielter**



**einsetzen und schneller auf Wünsche und Meinungen von Mitgliedern und Bevölkerung reagieren.**

In den USA arbeiten politische Parteien bereits seit Ende der 90er Jahre regelmäßig mit

Wissenschaftlern zusammen, um die Wirkung politischer Kommunikation zu messen. Diese Zusammenarbeit führte zu einer Reihe von Untersuchungen, die unser Verständnis der Wirkungen von politischer Kommunikation grundlegend verändert haben.

In einer innovativen Pilotstudie arbeiten nun die Berliner CDU und Forscher der Universität Mannheim gemeinsam daran, die Wirkung politischer Kommunikation in Deutschland besser zu verstehen. Im Rahmen dieses Projektes wird die CDU Berlin ihre Mitglieder in den kommenden Monaten per E-Mail zu einer losen Reihe von Befragungen einladen. Die Befragungen werden durch den Lehrstuhl für Politische Psychologie der Universität Mannheim gestaltet, durchgeführt und ausgewertet.

„Parteien versuchen mit politischer Kommunikation in Wahlkämpfen ihre Unterstützer im Wahlkampf zu mobilisieren und am Wahltag zur Urne zu bringen“, so Professor Dr. Schoen, Inhaber des Lehrstuhls für Politische Psychologie der Universität Mannheim. Dies könne unter anderem durch die gezielte Ansprache von Parteizugehörigkeit oder -sympathie geschehen, durch die Betonung von ausgewählten Sachthemen oder auch die Konzentration auf den eigenen Spitzenkandidaten.

„Welchen dieser Wege eine Partei letztlich im Wahlkampf einschlägt, entscheidet sich danach, wo sie ihre Stärken und Schwächen vermutet“, so der Mannheimer Wissenschaftler. „Wahlkämpfe sind zu einem erheblichen Teil Kämpfe um die Themenhoheit. Parteien versuchen, Themen zu platzieren, bei denen ihnen Lösungskompetenz zugeschrieben wird, da man vermutet, dass Wähler sich an diese Themen erinnern, wenn sie in der Kabine ihr Kreuz machen.“

Und genau hier setzt das gemeinsame Projekt an. „Wir wissen inzwischen recht gut, wie und warum sich Parteien und Kandidaten in Wahlkämpfen verhalten“, so Dr. Andreas Jungherr, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Politische Psychologie der Universität Mannheim. „Was wir nicht wissen ist, ob die Kommunikation von Parteien tatsächlich die gewünschten Effekte auf Empfänger hat.“

Orientieren sich Empfänger von politischer Kommunikation tatsächlich an den Informationen, die sie von Parteien erhalten? Wirken manche Kommunikationsmittel stärker als andere? Sind bestimmte Argu-

Das Wissenschaftler-Team der Uni Mannheim (v.l.n.r.): Prof. Dr. Harald Schoen, Alexander Wuttke und Dr. Andreas Jungherr.



Nach ihrem aufsehenerregenden Programmdialog im Abgeordnetenhauswahlkampf 2011 starteten die Berliner Christdemokraten für ihre Mitglieder neue Beteiligungsformen. Eine beliebte Mitmachmöglichkeit ist die seit Anfang des Jahres 2013 regelmäßig erscheinende Onlineumfrage zu tagespolitischen Themen, an der sich jedes Mal mehrere hundert Personen beteiligen. Eine Auswahl der Umfrageergebnisse der letzten Jahre finden Sie hier:

Nach den Terroranschlägen in Paris im Januar 2015 gaben 39% der Befragten an, dass ihrer Meinung nach die Gefahr, selbst Opfer eines Terroranschlags zu werden, gestiegen sei. Über die Hälfte hingegen sah keine Veränderung in der Gefahrenlage terroristischer Anschläge. Befragt nach einer möglichen

mentationen überzeugender als andere und, wenn ja, für wen?

Dies sind Fragen, die sowohl für Parteien als auch für die Wissenschaft von großem Interesse sind und die in diesem deutschlandweit bisher einmaligen Projekt untersucht werden können. Für die Wissenschaft geht es hier um die Weiterentwicklung ihres Verständnisses der Wirkung politischer Kommunikation. Für Parteien geht es um die Sammlung handfester Erkenntnisse, um die tägliche Arbeit zu bewerten und auf Basis gesicherter Erkenntnisse zu verbessern.

In den kommenden Monaten werden die Mitglieder der CDU Berlin per E-Mail zu verschiedenen Umfragen im Rahmen dieses Projektes eingeladen. Durch die regelmäßige Teilnahme an den Befragungen hat jedes Mitglied so die Möglichkeit, sich an diesem Projekt zu beteiligen. Die Antworten bleiben anonym. Es besteht also weder für die CDU Berlin noch die Universität Mannheim die Möglichkeit, Antworten bestimmten Personen zuzuordnen.

## DIE CDU BERLIN WILL'S WISSEN!

Olympiabewerbung Berlins meinten 85% der befragten Mitglieder Anfang 2015, dass Berlin von Olympischen und Paralympischen Spielen in der Stadt profitieren würde. 47% der Befragten glaubten, dass der DOSB sich für Berlin entscheiden werde. 39% vermuteten, dass die DOSB-Entscheidung auf Hamburg fallen würde, weil dort die Zustimmung zu den Spielen eventuell größer sein würde.

Im Januar 2015 gaben 85% der Befragten an, dass mit der CDU im Senat die Bildungspolitik in Berlin auf den richtigen Weg gebracht wurde. 46% wünschten sich, dass die CDU auch weiterhin am Thema Bildungspolitik dran bleibt.

Den Regierungswechsel nach der Landtagswahl in Thüringen im Herbst 2014, wo es 25 Jahre nach dem Fall der Berliner Mauer erstmalig eine rot-rot-grüne Koalition unter Führung eines Ministerpräsidenten der Linken gibt, sieht eine große Mehrheit der befragten Mitglieder sehr kritisch: 90% lehnten dies ab, 74% fällten sogar das Urteil, dass dies „Eine Schande für Deutschland“ sei.

Nach den Koalitionsverhandlungen im Bund fragte die CDU Berlin im Dezember 2013 ihre Mitglieder zu den Inhalten des Koalitionsvertrags auf Bundesebene. Damals sprachen sich 57% der Befragten für die Große Koalition auf Bundesebene als aktuell vernünftigste Koalitionsoption aus. Die Einführung der Mütterrente befürworteten 71%, die abschlagsfreie Rente mit 63 Jahren begrüßten 54%. Auch der Einführung der Finanztransaktionssteuer wurde von 66% zugestimmt. Im Mai 2013 wollten die Berliner Christdemokraten wissen, wie hoch das Sicherheitsgefühl der Befragten im öffentlichen Personennahverkehr ist. 19% gaben an, sich zu jeder Zeit im Berliner ÖPNV sicher zu fühlen, 63% fühlten sich tagsüber sicher, abends und nachts jedoch weniger. Auf die Frage, wie sich das Wohnumfeld der Umfrageteilnehmer in den letzten Jahren verändert hätte, antworteten 31% „zum Besseren“, bei 31% war „eigentlich alles gleich geblieben“ und bei 34% hatte sich das Wohnumfeld „leider zum Schlechteren“ entwickelt.

Weitere Onlineumfragen werden folgen. Die Ergebnisse finden Sie in Ihrer Berliner Rundschau.