

Frankfurter Rundschau

Frankfurter Rundschau

Donnerstag 08. April 2010

"Wer seine Stammwähler an die Urne ziehen kann, schneidet gut ab"; Wahlforscher Thorsten Faas über riskante Koalitionsaussagen, das wertvolle Vertrauenskapital und die verschärften Appelle der Parteien an die Eigeninteressen der Bürger

RUBRIK: POLITIK; S. 8

LÄNGE: 692 Wörter

Herr Faas, der NRW-Wahlkampf geht in die heiße Phase - was würden Sie den Parteien für den erfolgreichen Stimmenfang raten?

Ich würde ganz auf die Ereignisse setzen, die noch bevorstehen - also das TV-Duell und die Diskussionsrunde im Fernsehen etwa. Beide sind wichtig, denn hierüber können auch Personen erreicht werden, die nicht per Zeitung oder Internet die Landtagswahl verfolgen. Denn für alle Parteien gilt: Die größte Schwierigkeit ist das geringe Interesse der Bürger an Landtagswahlen. Die vergangenen Wahlen zeigen dies. Wer seine Stammwähler an die Urne ziehen kann, schneidet gut ab.

Bislang dominiert überall die Diskussion um mögliche Koalitionen. Interessiert das die Wähler überhaupt?

Koalitionen sind ein ganz schwieriges Thema. Für die meisten Wähler sind solche Bündnisse vollkommen abstrakt und weit entfernt. Viele formulieren in Befragungen Koalitionserwartungen, die es nie geben könnte. Das ganze ist eine medienbefeuerte Diskussion von Eliten, mit denen viele Wähler wenig anfangen können. Auf der anderen Seite fühlen sich die Parteien dazu gedrängt, sich schon vor der Wahl festzulegen. Möglicherweise auf ein Bündnis, das vom Wahlergebnis wieder konterkariert werden kann. Das ist sehr riskant.

Letztendlich entscheidet doch aber die Regierungskoalition darüber, welche Politik gemacht wird, wie zum Beispiel das zukünftige Schulsystem in NRW aussehen wird oder die Berliner Gesundheitsreform.

Deswegen sollten die Parteien auch sagen: Wir koalieren mit der Partei, die unser Programm mitträgt. Und deshalb ist es nur konsequent, wenn die meisten Parteien in Nordrhein-Westfalen keine Koalition ausschließen und nur darauf achten wollen, mit wem sie ihre Ziele durchsetzen können. Alles andere ist in diesem neuen Fünf-Parteien-System auch kaum zu vertreten. Mit dieser neuen Unübersichtlichkeit können aber nur die wenigsten Politiker umgehen. Dabei sind die Zeiten "natürlicher" Bündnisse wie früher zwischen Union und FDP passé.

Wenn es nicht die Koalitionen sind - was interessiert die Wähler denn dann?

Auch bei dieser Wahl sind wieder die Dauerbrenner entscheidend: Das Thema Nummer 1 bei den Wählern ist die Wirtschaftspolitik und vor allem die hohe Arbeitslosigkeit. Das hat bei uns auch historische Gründe: Nach dem Wirtschaftswunder hat die Bevölkerung die Erwartung entwickelt, die Politik könne für Wohlstand sorgen. Und die Spitzenkandidaten aller Parteien wecken diese Erwartungen auch immer wieder gezielt. Gerade in diesem Wahlkampf werden die egoistischen finanziellen Wünsche angesprochen: Die Linke verspricht mehr Hartz IV, die Konservativen mehr Geld durch weniger Steuern. Noch nie wurde so hart an die die Eigeninteressen der Wähler appelliert.

Wie wichtig sind die persönlichen Sympathiewerte? Lange Zeit war Jürgen Rüttgers als Ministerpräsident vielen sympathisch, nun hat die Sponsoren-Affäre sein Image ramponiert. SPD-Herausforderin Hannelore Kraft hingegen war lange Zeit unbekannt.

Die persönlichen Sympathien sind der zweite wichtige Faktor. Allerdings sind solche Faktoren wie Sympathie, Glaubwürdigkeit, Vertrauen sehr diffus und von den Parteien nur schwer zu steuern. Sie können nicht in drei Wochen bei den

SPD-Stammwählern wiedergutmachen, was die Agenda 2010 an Vertrauen verspielt hat. Und Rüttgers wird auch nicht so schnell seine Kauf-Vorwürfe wieder los. Das Vertrauenskapital der Parteien ist ein kostbares, aber zerbrechliches Gut.

Bislang sieht der Wahlkampf sehr traditionell aus - es wird Großveranstaltungen geben und Stände in den Innenstädten. Seit 2005 hat sich der Stil nicht verändert, von einem Obama-ähnlichen Internet-Wahlkampf ist jedenfalls bislang nichts zu spüren.

Das ist auch gut so. Seit Jahren wird gepredigt, das Internet sei entscheidend. Aber die Twitter-Nutzungszahlen zum Beispiel sind absolute Peanuts. Im Vergleich dazu ist etwa das TV-Duell viel wichtiger. Plakate sehen die Leute einfach und erinnern sie an die Wahl. Sie können zur Mobilisierung erheblich mehr beitragen als ein Blog im Netz. Letztendlich kann ich nur auf dem Schirm der Wähler auftauchen, wenn ich im Alltag präsent bin. Das Leben ist wichtig und nicht die Politik.

Interview: Annika Joeres

UPDATE: 7. April 2010

SPRACHE: GERMAN; DEUTSCH

PUBLICATION-TYPE: Zeitung

Copyright 2010 Frankfurter Rundschau
All Rights Reserved