



Zukunft der Demokratie | 04.2018

Populismusbarometer 2018

Umfang und Intensität populistischer Einstellungen nehmen weiter zu. Besonders in der politischen Mitte und bei Wählern der Linkspartei. Bislang profitiert davon jedoch vor allem die AfD. Ist die bisherige Strategie der etablierten Parteien gegen den anschwellenden Rechtspopulismus in Deutschland gescheitert?

Mehr als drei von zehn Wahlberechtigten in Deutschland (30,4 Prozent) sind populistisch eingestellt. Das sind etwa 4 Prozent mehr als im Vorjahr. Gleichzeitig hat sich der Anteil explizit unpopulistischer Wähler um gut 11 Prozent verringert. Ein großer Teil der Zunahme populistischer Einstellungen bei allen Wahlberechtigten erklärt sich aus der zunehmend populistischen politischen Mitte.

Profitieren konnten davon bisher vor allem die politischen Ränder und mit Abstand am stärksten die AfD. Sie nutzt ihren Populismus als aktive Mobilisierungsstrategie in der politischen Mitte: Rechte Wähler wählen AfD, weil sie weit rechts steht. In der Mitte wird die AfD dagegen vor allem von populistisch eingestellten Menschen gewählt. Gleiches gilt abgeschwächt auch für die Linkspartei: Auch sie wird von ideologisch linken Wählern als eine programmatisch linke Partei und von Wählern aus der Mitte vor allem als eine populistische Alternative zum etablierten Parteienangebot gewählt. Das Wählerpotenzial der AfD bleibt dennoch begrenzt: Mehr als sieben von zehn (71 Prozent) aller Wahlberechtigten lehnen die

AFD grundsätzlich ab und würden sie „auf keinen Fall“ wählen. Damit liegt die AfD in der Wählerablehnung in etwa auf dem Niveau der rechtsextremen NPD.

Als besonders problematisch erweist sich die Zunahme populistischer Einstellungen für die CDU/CSU und abgeschwächt auch für die FDP: Beide Parteien riskieren durch mehr Populismus ihren unpopulistischen Markenkern. Beide haben in der unpopulistischen Mitte mehr zu verlieren als bei populistischen Wählern zu gewinnen. Das nützt vor allem den Grünen, die im klar unpopulistischen Segment der linken Mitte zum Marktführer werden. Gleichzeitig reibt sich die SPD im Spagat zwischen den populistischen und unpopulistischen Segmenten ihrer Wählerschaft zunehmend auf. Bei den Themen und Sachpositionen zeigen sich vor allem „mehr Europa“ und „mehr Soziales“ als bislang weitgehend verpasste und neue Mobilisierungschancen der etablierten Parteien. Vor allem sozialpolitische Themen erhöhen bei unpopulistischen wie populistischen Wählern die Zustimmungswerte. Eine Chance, die von den etablierten Parteien genutzt werden sollte, bevor die Rechtspopulisten es tun.

Was ist Populismus?

Nachstehend einige Aussagen zu Politik und Gesellschaft. Bitte geben Sie für jede Aussage an, inwieweit Sie dieser zustimmen:

		POPULISTISCH EINGESTELLT			
		stimme voll und ganz zu	oder	stimme eher zu	
Die Bürger sind sich oft einig, aber die Politiker verfolgen ganz andere Ziele.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Mir wäre es lieber, von einem einfachen Bürger politisch vertreten zu werden als von einem Politiker.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Die politischen Differenzen zwischen den Bürgern und Politikern sind größer als die Differenzen der Bürger untereinander.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Wichtige Fragen sollten nicht von Parlamenten, sondern in Volksabstimmungen entschieden werden.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Die Politiker im Bundestag sollten immer dem Willen der Bürger folgen.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Die Bürger in Deutschland sind sich im Prinzip einig darüber, was politisch passieren muss.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>
Was man in der Politik „Kompromiss“ nennt, ist in Wirklichkeit nichts Anderes als ein Verrat der eigenen Prinzipien.		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	stimme eher nicht zu <input type="radio"/> stimme überhaupt nicht zu <input type="radio"/>

Quelle: Eigene Items sowie Items aus Hawkins, Kirk, Scott Riding und Cas Mudde (2012). "Measuring Populist Attitudes". The Committee on Concepts and Methods. Working Paper 55. 1–35, und Akkerman, Agnes, Cas Mudde und Andrej Zaslove (2013). "How Populist Are the People? Measuring Populist Attitudes in Voters". Comparative Political Studies. 1–30.

KURZ ERKLÄRT: Populismus als eine bestimmte Idee von Demokratie ist definiert durch die Unterscheidung zwischen einem „wahren Volk“ und „korrupten Eliten“, die Idee eines allgemeinen Volkswillens und die Idee gesellschaftlicher Homogenität. Daraus ergeben sich die drei konstituierenden Dimensionen von Populismus: „Anti-Establishment“, „Pro-Volkssouveränität“ und „Anti-Pluralismus“. In diesen drei Dimensionen lassen sich populistische Einstellungen auch empirisch durch Umfragen messen: Je stärker Wähler Aussagen und Positionen vertreten, die den drei Populismus-Dimensionen entsprechen, umso populistischer sind sie. Die im Populismusbarometer verwendeten acht Items zur Identifikation von Populismus wurden in zahlreichen Studien entwickelt und getestet. Sie werden heute in dieser oder ähnlicher Form als weithin akzeptierter methodischer Standard zur vergleichenden Messung populistischer Einstellungen verwendet. Wichtig für das Verständnis von Populismus ist, dass keine der drei Dimensionen alleine hinreichend ist für die Identifikation populistischer Einstellungen. Alle drei Dimensionen sind notwendige Bedingungen für Populismus und müssen gleichzeitig erfüllt sein. Gleiches gilt auch für die acht verschiedenen Items: Nur im gleichzeitigen Zusammenspiel wird aus den einzelnen Aussagen ein insgesamt populistisches Demokratie- und Politikverständnis. Deshalb gilt in unserem Populismusbarometer nur derjenige als „populistisch“, der allen acht Aussagen „voll und ganz“ oder „eher“ zustimmt. Befragte, die mindestens einer Aussage „überhaupt nicht“ zustimmen, oder mindestens der Hälfte der acht Aussagen „eher nicht“ zustimmen, werden dagegen als unpopulistisch eingestellt bezeichnet. Alle anderen Befragten sind weder populistisch noch unpopulistisch eingestellt und fallen in die Kategorie „teils/teils“.

Quellenverweis:

Alle Zahlen, Abbildungen und Analysen dieses EINWURF beruhen auf den Ergebnissen des „Populismusbarometer 2018“: Robert Vehrkamp und Wolfgang Merkel, Populismusbarometer 2018 – Populistische Einstellungen bei Wählern und Nichtwählern in Deutschland 2018, Gütersloh 2018 - DOI 10.11586/2018059. Das Populismusbarometer 2018 analysiert die Befunde zweier Online-Panel-Umfragen, die im Mai und August 2018 von infratest dimap durchgeführt wurden. Insgesamt wurden dabei jeweils etwa 3.400 Wahlberechtigte befragt. Die präsentierten Ergebnisse sind repräsentativ für die zum Zeitpunkt der Bundestagswahl 2017 wahlberechtigte Bevölkerung. Der vorliegende EINWURF entspricht textgleich der „Executive Summary“ der oben zitierten Studienveröffentlichung des Populismusbarometer 2018. Titelfoto: Shutterstock/wellphoto

Populistische Einstellungen nehmen zu

Bereits im Wahljahr 2017 waren populistische Einstellungen in Deutschland weit verbreitet. Seit der Bundestagswahl hat sich dieser Befund weiter verschärft. Populistische Einstellungen nehmen nach Umfang und Intensität weiter zu: Mehr als drei von zehn Wahlberechtigten in Deutschland (30,4 Prozent) sind populistisch eingestellt. Das sind etwa 4 Prozent beziehungsweise 1,2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr (29,2 Prozent).

Noch deutlicher wird der Trend durch den um mehr als ein Zehntel abnehmenden Anteil gänzlich unpopulistischer Wähler. Ihr Anteil an allen Wahlberechtigten hat sich um gut 11 Prozent verringert. Ein weiteres gutes Drittel (36,8 Prozent) der Wahlberechtigten ist keiner der beiden Gruppen zuzuordnen, also weder explizit populistisch noch explizit unpopulistisch eingestellt. Diese Gruppe der „teils/teils“ eingestellten Wähler ist gegenüber dem Vorjahr um knapp 9 Prozent gewachsen.

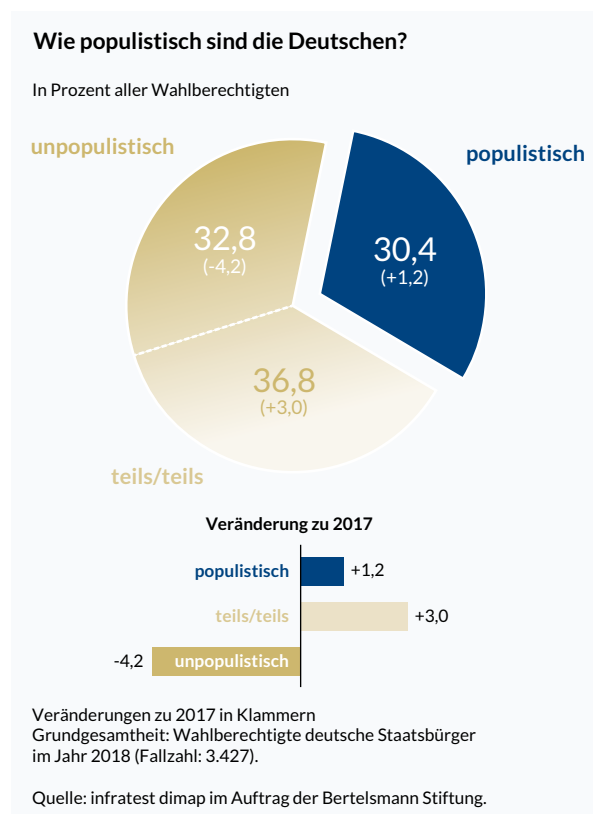
Im Gesamtbild zeigt sich damit eine zunehmend populistisch eingestellte Wählerschaft in Deutschland. Der Anteil unpopulistisch eingestellter Wähler nimmt ab, während gleichzeitig die Anteile der „teils/teils“ populistischen Wähler und der expliziten Populisten spürbar zunehmen. Aber nicht nur der Anteil populistisch eingestellter Wähler hat zugenommen. Auch die Intensität populistischer Einstellungen ist gestiegen. Gegenüber dem Vorjahr ist die Populismusneigung im Durchschnitt aller Wahlberechtigten auf einer Skala von 0 (unpopulistisch) bis 8 (populistisch) um 0,22 Skaleneinheiten von 5,09 auf 5,31 gestiegen. Auch dies erscheint zunächst marginal, erweist sich jedoch ebenfalls als statistisch signifikante Verschärfung populistischer Neigungen in Deutschland.

Gleichzeitig gilt jedoch auch: Mehr als zwei Drittel aller deutschen Wähler sind nach wie vor nicht oder zumindest nicht explizit populistisch eingestellt. Der im Vergleich zum Vorjahr zunehmende Populismus sollte allerdings Mahnung genug sein, das nicht als eine in Stein gemeißelte Selbstverständlichkeit zu interpretieren. Denn die Ergebnisse des Populismusbarometers 2018 zeigen: Das allgemeine politische Klima in Deutschland wird populistischer.

Anschwellender Populismus der politischen Mitte

Ein großer Teil der Zunahme populistischer Einstellungen insgesamt erklärt sich aus der zunehmend populistischen politischen Mitte. Etwa jeder achte

Wahlberechtigte (12,7 Prozent) ist derzeit populistisch eingestellt und verortet sich selbst in der politischen Mitte. Im Vorjahr war es noch etwa jeder neunte (11,1 Prozent). Das entspricht einer Zunahme um gut 14 Prozent gegenüber dem Wahljahr 2017. Verschärft wird dieser Populismus der politischen Mitte durch den gleichzeitig um etwas mehr als einem Fünftel abnehmenden Anteil explizit unpopulistischer Wähler und den sogar um fast ein Viertel steigenden Anteil immerhin „teils/teils“ populistisch eingestellter Wähler.

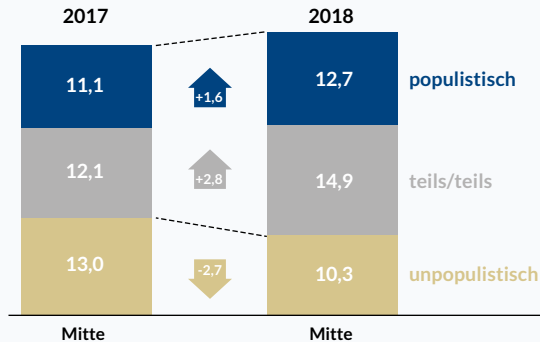


Aber nicht nur der zahlenmäßige Anteil populistisch eingestellter Wähler der Mitte ist gestiegen. Auch die durchschnittliche Populismusneigung hat in der politischen Mitte noch einmal stärker zugenommen als im Durchschnitt aller Wahlberechtigten. In der politischen Mitte finden sich aber nach wie vor auch die meisten explizit unpopulistisch eingestellten Wähler: Etwa jeder zehnte Wahlbürger (10,3 Prozent) ist vollkommen unpopulistisch, und weitere knapp 15 Prozent sind es immerhin zu einem Teil. Bei gut einem Viertel aller Wahlberechtigten handelt es sich damit um nicht populistisch eingestellte Wähler der politischen Mitte.

Aber die Warnsignale bleiben: In keinem anderen Wählersegment fällt die schleichende Zunahme des Populismus so deutlich aus wie in der politischen Mitte.

Populismus der Mitte

Veränderung der Anteile populistischer und unpopulistischer Wahlberechtigter aus der politischen Mitte in Prozent aller Wahlberechtigten



Grundgesamtheit: Wahlberechtigte deutsche Staatsbürger im Jahr 2018 (Fallzahl: 3.427).

Quelle: infratest dimap im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

Das zeigen auch die populistischen Mobilisierungserfolge der AfD in der Mitte: Liegt die Zunahme der Wahrscheinlichkeit, für die AfD zu stimmen, leicht links von der durchschnittlichen Populismusneigung noch bei etwa 4 Prozentpunkten, verdreifacht sie sich mit zunehmender Populismusneigung der Wähler in der politischen Mitte auf 13 Prozentpunkte. Rechte wählen die AfD, weil sie rechts ist, und Wähler aus der Mitte wählen AfD, weil sie populistisch ist. Die Mobilisierungsstrategie der AfD in der Mitte ist ihr Populismus. Damit ist der Populismus eine Art trojanisches Pferd der Rechtspartei AfD in der politischen Mitte. Die AfD-Wähler aus der Mitte wählen populistisch, bekommen aber gleichzeitig eine ideologisch weiter rechts stehende Partei, als es ihrem eigenen ideologi-

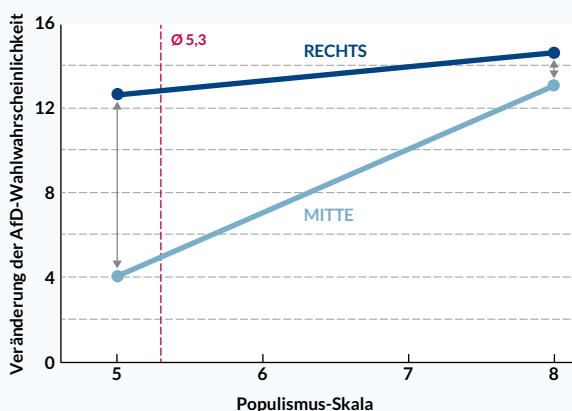
schen Standort entspricht, weil die „dünne Ideologie“ des Populismus durch die AfD ideologisch mit rechten Inhalten aufgeladen wird.

CDU/CSU: Preisgabe der unpopulistischen Mitte?

Die CDU/CSU versteht sich selbst als die Volkspartei genau dieser Mitte. In der Rechts-Links-Orientierung ihrer Wähler liegt sie im Populismusbarometer 2018 mit einem Wert von 5,38 nahezu unverändert leicht rechts vom Durchschnitt (4,86). Signifikantere Veränderungen zeigen sich allerdings bei der Populismusneigung ihrer Wähler: Diese steigt sogar noch einmal leicht stärker an als im Durchschnitt aller Wahlberechtigten. Der schleichend zunehmende Populismus der Union zeigt sich auch bei den Wahlabsichten: Gegenüber dem Vorjahr hat sie in ihren wählerstärksten Segmenten der Nicht-Populisten an Zustimmung verloren – nicht erdrutschartig, aber spürbar. Daraus ergibt sich für die Union eine sehr klare Botschaft: Durch mehr Populismus würde sie ihren Markenkern als stärkste politische Kraft der unpopulistischen bürgerlichen Mitte preisgeben, ohne dadurch den an die AfD verlorenen rechtspopulistischen Rand wieder zurück zu gewinnen. Sie liefere Gefahr, ihren unpopulistisch-bürgerlichen Markenkern an die Grünen zu verlieren. Die Union befindet sich schon jetzt in einer Zangenbewegung zwischen zunehmend unpopulistisch-bürgerlichen Grünen aus der links-liberalen Mitte und der rechtspopulistischen AfD. Das passive Hinnehmen oder gar aktive Betreiben eines weiter anschwellenden Populismus in ihren Reihen wäre deshalb für die Union eine höchst riskante Strategie mit sehr ungewissem Ausgang.

Populistische Mobilisierung der Mitte

Veränderung der Wahlwahrscheinlichkeit für die AfD nach Populismusneigung in der politischen Mitte und Rechts (in Prozentpunkten).



Grundgesamtheit: Wahlberechtigte deutsche Staatsbürger im Jahr 2018.

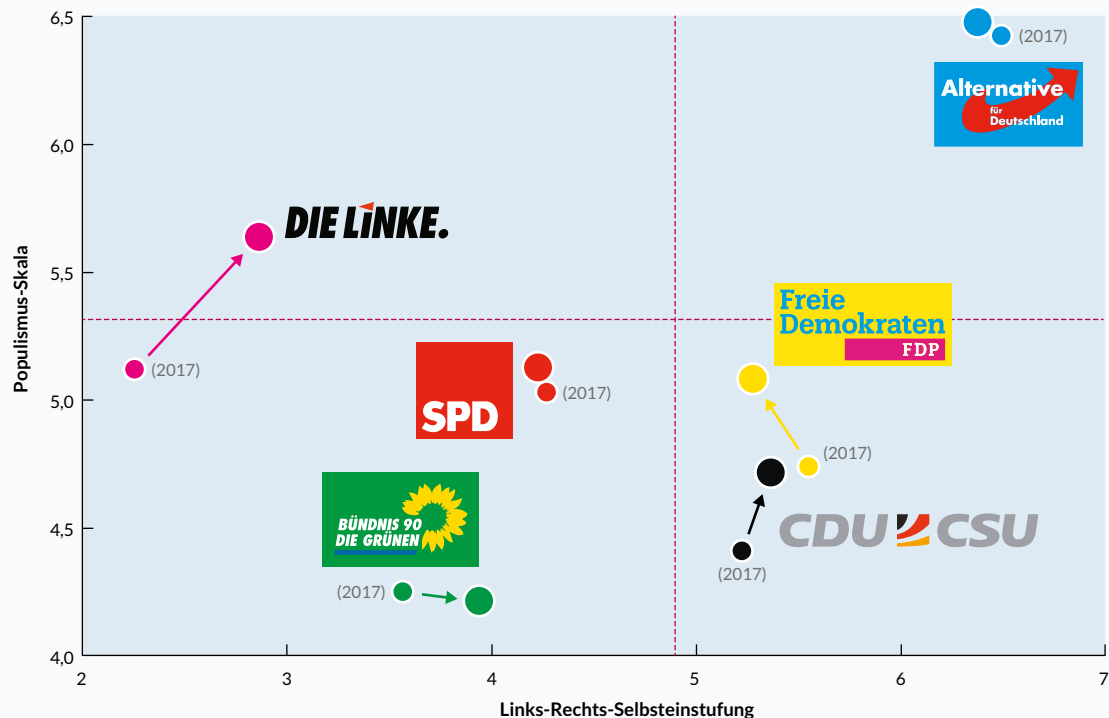
Quelle: infratest dimap im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

SPD: Durchschnittlich populistisch, aber standhaft

Die Wähler der SPD zeigen sich zwar nicht als Bollwerk gegen den grassierenden Populismus, aber als immerhin standhaft. Sie sind auch weiterhin lediglich durchschnittlich populistisch gesinnt. Die SPD zeigt damit auch beim Populismus ein ausgeprägt flaches Profil. Nach Populismusneigung unterscheiden sich die Wahlergebnisse der SPD nur wenig. Sie wird von unpopulistischen und populistischen Wählern in etwa gleichem Maße gewählt. Ihr Wählerprofil ist jedenfalls auf der Links-Rechts-Achse sehr viel deutlicher profiliert als auf der Populismusachse. Bei insgesamt deutlich abnehmenden Zustimmungswerten steht die SPD damit vor der Herausforderung, sich gleichzeitig um ihre eher populistisch sowie ihre unpopulistisch orientierte Wählergruppe zu kümmern. In diesem Spagat reibt sie sich derzeit zunehmend auf.

Wähler der Parteien nach Populismus und Links-Rechts-Orientierung

Signifikante Veränderungen zu 2017 sind durch Pfeile dargestellt.



Anmerkung: Punkte zeigen ungewichteten Durchschnitt für Wähler der Parteien; Gestrichelte rote Linien zeigen gewichteten Durchschnitt aller Wahlberechtigten.

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte deutsche Staatsbürger im Jahr 2018 (Fallzahl: 3.427). Quelle: infratest dimap im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

AfD: Populismus und rechter Rand

Ganz anders die AfD: Keine andere Partei hat ein so extrem konturiertes Populismusprofil. Und keine andere Partei steht nach der Selbsteinschätzung ihrer Wähler ideologisch so weit rechts wie die AfD. Mit einem Wert von 6,49 auf der Populismus-Skala und von 6,38 bezogen auf die Rechtsorientierung ist die AfD eine lupenrein rechtspopulistische Partei. An dieser Verortung hat sich auch seit der Bundestagswahl 2017 nichts verändert. Am ganz rechten Rand der Populisten in Deutschland liegt das Wahlergebnis der AfD bei 70 Prozent, das heißt, sieben von zehn Rechtspopulisten wählen AfD. Bei den unpopulistischen Wählern fällt die Zustimmung zur AfD deutlich geringer aus. Links von der Mitte wählt praktisch kein einziger unpopulistischer Wähler die AfD. Erst rechts von der Mitte gelingt es der AfD, auch unpopulistische Wähler für sich zu gewinnen. Im ganz rechten Spektrum dominiert dann jedoch auch bei den nicht populistischen Wählern ihre ideologisch deutliche Rechtsorientierung. Dadurch landet die AfD auch bei den stark rechten Nicht-Populisten bei durchschnittlich immerhin etwa 30 Prozent.

Die Grünen: Unpopulistischer Linksliberalismus als Markenkern

Die Grünen entwickeln sich in der deutschen Parteienlandschaft zur unpopulistischen Führungskraft leicht links von der Mitte. Schon zur Bundestagswahl 2017 zeigte ihre Wählerschaft ein eher unpopulistisches Profil, inzwischen liegen die Grünen auf der Populismusskala bei deutlich unterdurchschnittlichen 4,20 (-0,04). Gleichzeitig bewegen sich die Wähler der Grünen ideologisch weiter in Richtung Mitte. Zwar hat die Partei damit keinen Rechtsruck vollzogen, sich aber noch einmal signifikant in Richtung der politischen Mitte bewegt. Die unpopulistische linke Mitte wird damit zum neuen Alleinstellungsmerkmal und Markenkern der Grünen. Auch das insgesamt deutlich verbesserte Niveau der Wählerzustimmung liegt vor allem an der wachsenden Zustimmung bei den unpopulistischen Wählern. Hier erreichen die Grünen inzwischen bis zu 25 Prozent: Je unpopulistischer ein Wähler, umso eher wählt er grün.

Die Linke: Populistische Versuchung am linken Rand

Im Gegensatz dazu kann oder will das Lager der Linkspartei der Versuchung einer stärker populistischen

Orientierung nicht widerstehen. Ihre Wähler haben sich nach Populismusneigung und ideologischer Orientierung gegenüber der Bundestagswahl 2017 signifikant verändert: Sie erweisen sich im Populismusbarometer 2018 populistischer und gleichzeitig etwas weniger links als im Vorjahr. Dennoch bleiben sie auch im Jahr 2018 noch deutlich weniger populistisch eingestellt als die Wähler der AfD.

Die Linke zeigt damit tendenziell eine ähnliche Reaktion auf die populistische Herausforderung der AfD wie die CDU/CSU und die FDP: Sie sucht und findet ganz offenbar ihren zusätzlichen Wählerzuspruch vor allem in eher populistischen Segmenten der Wählerschaft. Im Gegensatz zur Union und zur FDP scheint der Linken das bisher jedoch im Saldo eher genützt zu haben. Ihr Zustimmungsniveau hat sich gegenüber dem Vorjahr jedenfalls verbessert. Ob eine stärkere populistische Ausrichtung der Linken sich jedoch auch künftig auszahlt, bleibt fraglich. Auch sie riskiert die Unterstützung ihrer ideologisch linken Nicht-Populisten, die im Vergleich zu den populistisch eingestellten Wählern der Linken zwar zahlenmäßig unter den Wählern der Linken weniger sind, aber als große, und bei den Mitgliedern und Funktionären der Partei eher überrepräsentierte Wählergruppe unverzichtbar bleiben.

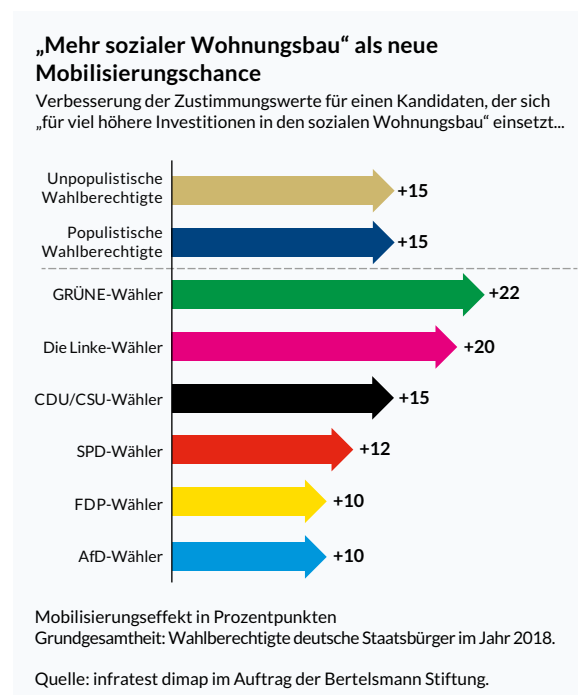
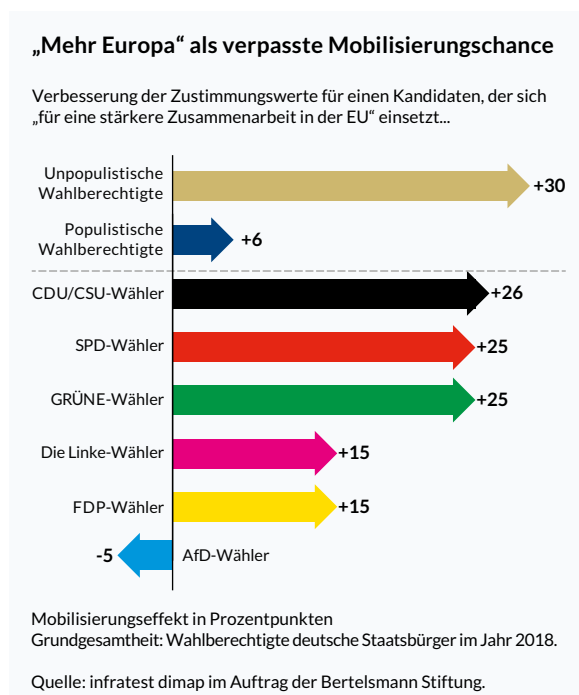
FDP: Zunehmender Populismus der bürgerlichen Mitte

Auch bei den Wählern der FDP zeigt sich im Jahr 2018 eine stärker ausgeprägte Populismusneigung

als noch im Jahr der Bundestagswahl. In der Rechts-Links-Orientierung ihrer Wähler bleibt die FDP jedoch leicht rechts vom Durchschnitt der ideologischen Mitte verortet, nahezu gleichauf mit der CDU/CSU. Im Gesamtbild gilt auch für die FDP, dass ihre Wählerschaft ein vergleichsweise flaches Populismusprofil aufweist, sich also sowohl populistisch eingestellte Wähler für die FDP entscheiden als auch explizit unpopulistische Wähler. Ähnlich wie für die SPD wäre auch für die FDP mehr Populismus riskant und würde ihren unpopulistischen Kern der bürgerlichen Wähler leicht rechts von der Mitte gefährden. Aber mit welchen Themen und Sachpositionen könnten die Parteien den Brückenschlag schaffen und unpopulistisch eingestellte Wähler ebenso erreichen und mobilisieren wie populistische Wähler?

„Mehr Europa“ als verpasste Mobilisierungschance

Ein Beispiel dafür ist die Europapolitik: „Mehr Europa“ mobilisiert! Kein anderes Thema hat derzeit ein ähnlich hohes positives Mobilisierungspotenzial wie die Forderung nach einer stärkeren Zusammenarbeit in der Europäischen Union (EU). Im Durchschnitt aller Wähler erhöhen sich durch die Forderung nach einer „Verstärkung der Zusammenarbeit in der EU“ gegenüber einem „Austritt aus der EU“ die Zustimmungswerte für einen Kandidaten um 18 Prozentpunkte. Bei den unpopulistischen Wählern erhöht das die Zustimmungswerte um fast 30 Prozentpunkte. Sogar bei populistischen Wählern könnte ein Kandidat mit „mehr Europa“ seine



Zustimmungswerte leicht verbessern. Am stärksten wäre der Zustimmungsgewinn im Wählerlager der CDU/CSU, dicht gefolgt von der SPD und Bündnis 90/Die Grünen. Auch die Linkspartei und die FDP könnten von einer „mehr Europa“-Programmatik profitieren, allerdings in deutlich geringerem Umfang. Einzige Ausnahme bleibt mit einem leicht negativen Effekt die AfD.

Das Gesamtbild zeigt: „Mehr Europa“ ist eine starke und positive Mobilisierungschance, vor allem im Lager der unpopulistischen Wähler, ohne dabei eine negative Gegenmobilisierung aus dem populistischen Lager fürchten zu müssen. Der Verzicht aller Parteien auf eine explizit proeuropäische Kampagnenführung war schon im Bundestagswahlkampf 2017 eine besonders fahrlässig verpasste positive Mobilisierungschance. Vor allem wohl für die SPD und ihren Kanzlerkandidaten Martin Schulz. Daran hat sich bis heute nichts geändert. „Mehr Europa“ wäre ein Erfolgsrezept unpopulistischer Wählermobilisierung – und zwar ohne das Risiko einer mit dem Flüchtlingsthema vergleichbaren populistischen Gegenmobilisierung. Es müsste sich nur jemand trauen. Mit „mehr Europa“ lassen sich auch in Deutschland Wahlen gewinnen – nicht nur in Frankreich!

„Mehr sozialer Wohnungsbau“ als neue Mobilisierungschance

Erstmals analysiert wurde im Populismusbarometer 2018 auch die Wohnungsbaupolitik. Und am Beispiel der Forderung nach „mehr sozialem Wohnungsbau“ zeigt sich exemplarisch die starke Mobilisierungskraft sozialpolitischer Themen, bis weit in die populistischen Segmente der deutschen Wählerschaft. Auffallend und politisch interessant ist beim Thema sozialer Wohnungsbau nämlich die fast vollständige Übereinstimmung zwischen dem populistischen und unpopulistischen Wählerlager. Die Forderung „viel höherer Investitionen in den sozialen Wohnungsbau“ erhöht die Zustimmung bei Populisten und Nicht-Populisten um jeweils 15 Prozentpunkte.

Das bedeutet: Mit dem sozialpolitischen Verteilungsthema „Mehr sozialer Wohnungsbau“ verfügen die Parteien über die Chance einer lagerübergreifenden Ansprache und Wählermobilisierung. Mit größeren Anstrengungen im sozialen Wohnungsbau lassen sich – wie bei anderen sozialpolitischen Umverteilungsthemen auch – Populisten und Nicht-Populisten gleichermaßen stark mobilisieren und gewinnen.

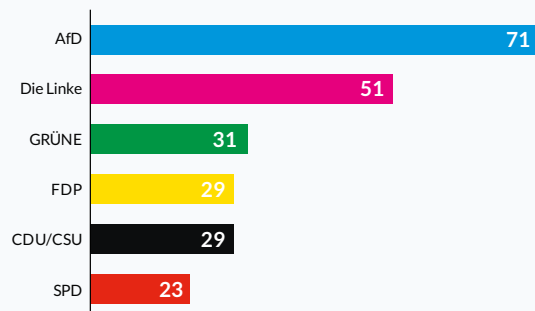
Eine Chance, die von den etablierten Parteien genutzt werden sollte, bevor es die Populisten tun.

Keine Alternative für Deutschland

Parteilpolitisch profitieren vom zunehmenden Populismus der Wähler derzeit vor allem die politischen Ränder. Abgeschwächt gilt das für die Linke am linken Rand und noch sehr viel stärker für die AfD am rechten Rand. Das zeigen ihre scheinbar stetig weiter steigenden Wahlergebnisse und Umfragewerte. Häufig übersehen wird dabei jedoch, dass die Ablehnung der AfD bei der übergroßen Mehrheit aller Wahlberechtigten mindestens so intensiv ist wie die Zustimmung ihrer Anhänger. Das zeigen die dazu im Populismusbarometer 2018 erstmals erhobenen negativen Wahlabsichten der Wähler in Deutschland.

Keine Alternative für Deutschland

Negative Wahlabsicht („würde die Parteien auf keinen Fall wählen“) in Prozent aller Wahlberechtigten



Grundgesamtheit: Wahlberechtigte deutsche Staatsbürger im Jahr 2018 (Fallzahl: 3.323).

Quelle: infratest dimap im Auftrag der Bertelsmann Stiftung.

Danach würden 71 Prozent aller Wahlberechtigten in Deutschland die AfD „auf keinen Fall wählen“. Mehr als sieben von zehn Wahlberechtigten lehnen die AfD also sehr deutlich ab. Bei den anderen Parteien liegt diese Abneigung auf deutlich geringerem Niveau. Lediglich die Linkspartei liegt mit 51 Prozent etwas näher an der AfD, aber ebenfalls noch immer weit unterhalb der Ablehnungswerte der AfD. Keine andere Partei wird also so sehr von den Wählern abgelehnt wie die AfD. Sie liegt mit dieser massiven Wählerablehnung in etwa auf dem Niveau der rechtsextremen NPD. Für eine übergroße Mehrheit aller Wähler gilt sie als unwählbar. Auch für die AfD gibt es in der Wählermobilisierung deshalb so etwas wie eine „gläserne Decke“ – und die hängt sehr viel tiefer und ist sehr viel massiver als bei allen anderen im Bundestag vertretenen Parteien.

Fazit: Brauchen wir einen neuen „Antipopulismus“?

Die bisherigen Bemühungen der etablierten Parteien, den Rechtspopulismus der AfD einzudämmen, sind vorerst gescheitert. Das zeigen auch die Befunde des Populismusbarometer 2018: Populistische Einstellungen bleiben weit verbreitet und nehmen in Umfang und Intensität vor allem in der politischen Mitte sogar noch einmal spürbar zu. Davon profitiert vor allem die AfD. Aber was bedeutet das für den Umgang mit der AfD und dem anschwellenden Rechtspopulismus in Deutschland? Brauchen auch die etablierten Parteien mehr Populismus? Oder sollten sie eher auf einen „antipopulistischen“ Strategiewechsel setzen? Und wenn ja, wie könnte der aussehen?

Zunächst: Anschwellender Populismus ist in Demokratien immer ein Symptom. Er ist nie ohne Grund erfolgreich. Er hat Ursachen. Auch in Deutschland! Ebenso klar ist aber auch: Feuer bekämpft man nicht mit Brandbeschleunigern. Populismus mit Populismus zu bekämpfen birgt zumindest die Gefahr, das Problem zu vergrößern anstatt es zu lösen. Fundament jedes „Antipopulismus“ muss deshalb das Erkennen und Bekämpfen seiner eigentlichen Ursachen sein. Und die liegen tiefer als die populistischen Symptome alleine es anzeigen. Soziale Spaltung, gesellschaftliche Desintegration und Segmentierung, neue kulturelle und

soziale Konfliktlinien sowie die noch immer unvollendete Einheit sind dafür nur einige Stichworte. Andere Ursachen betreffen den Zustand der Demokratie selbst: Die Erosion der Volksparteien, Repräsentationslücken und Responsivitätsdefizite und ein zunehmend selbstbezüglicher kosmopolitischer Elitendiskurs, der kommunitaristische Werte und Problemlösungsstrategien weitgehend negiert. Populisten haben darauf erkennbar keine eigenen Antworten und Lösungen. Aber sie profitieren von diesem Zustand, solange auch die etablierten Parteien keine Antworten haben.

Erfolgreicher „Antipopulismus“ muss also neue Lösungen finden, Brücken schlagen und Konfliktlinien überwinden. Voraussetzung dafür ist, bestehende Responsivitätsdefizite zu erkennen und zu verringern. Mehr soziale Gerechtigkeit und die Überwindung der sozialen und kulturellen Spaltungen der Gesellschaft, stehen dabei im Mittelpunkt. Aber so notwendig solche Politikwechsel auch sind: Allein hinreichend sind sie noch nicht. „Antipopulismus“, muss die Menschen ansprechen, sie in ihrer Sprache erreichen, in ihrer Lebenswelt abholen und anerkennen und die entstandene Distanz zwischen etablierter Politik und ihren Bürgern verringern. Dazu muss „Antipopulismus“ nicht selbst populistisch werden. Aber „populär“ muss er sein, sonst gewinnt er keine Mehrheiten in der Demokratie, die es aber braucht um Veränderungen zu erreichen.

Autoren:



Dr. Robert Vehrkamp
robert.vehrkamp@bertelsmann-stiftung.de
Tel. +49 5241 81 81526

Robert Vehrkamp ist Senior Advisor im Programm „Zukunft der Demokratie“ der Bertelsmann Stiftung und derzeit Gastwissenschaftler der Abteilung „Demokratie und Demokratisierung“ am Wissenschaftszentrum Berlin (WZB).



Prof. Dr. Wolfgang Merkel
wolfgang.merkel@wzb.eu
Tel. +49 30 25491 330

Wolfgang Merkel ist Direktor der Abteilung „Demokratie und Demokratisierung“ am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und Professor für Vergleichende Politikwissenschaft und Demokratieforschung an der Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für Sozialwissenschaften.

Weiterführende Literatur:

Vehrkamp, Robert, und Christopher Wratil (2017). Die Stunde der Populisten? Populistische Einstellungen bei Wählern und Nichtwählern vor der Bundestagswahl 2017. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.

Merkel, Wolfgang, und Felix Scholl (2018). „Illiberalism, Populism and Democracy in East and West“. Czech Journal of Political Science 25 (1). 28–44.

Vi.S.d.P.

Bertelsmann Stiftung · Carl-Bertelsmann-Straße 256
D-33311 Gütersloh · www.bertelsmann-stiftung.de

Dr. Robert Vehrkamp, Christina Tillmann

Redaktionsassistentin und Anfragen:
gaelle.beckmann@bertelsmann-stiftung.de
Tel. +49 5241 81 81105

Oktober 2018 | ISSN: 2197-5256

EINWURF – Ein Policy Brief der Bertelsmann Stiftung

Der EINWURF ist ein Policy Brief des Programms »Zukunft der Demokratie« der Bertelsmann Stiftung. Er beschäftigt sich mit aktuellen Themen und Herausforderungen einer Demokratie. Schwerpunkte sind Fragen der politischen Teilhabe, der Zukunft von Parteien und Parlamenten, der Nachhaltigkeit demokratischer Politik sowie neue Formen der direkten Demokratie und Bürgerbeteiligung. Der EINWURF erscheint unregelmäßig in 6-8 Ausgaben pro Jahr.