

# Asymmetrische Mobilisierung: Wahlkampf und ungleiche Wahlbeteiligung

*Sigrid Roßteutscher / Armin Schäfer*

## **Asymmetrical Mobilization: Election campaigns and unequal turnout**

**Abstract:** Electoral turnout in Germany has not only substantially declined over the last two decades, but also increasingly grown unequal among social groups. This paper makes use of a new dataset on the local variation in parties' mobilisation efforts. Looking at the city of Frankfurt, we show that parties concentrate their election campaign on urban quarters that are better-off and where past turnout was relatively high. At the same time, parties tend to neglect poorer parts of the city with low turnout-rates. An analysis of survey data supports these findings as it shows how parties overwhelmingly get in touch with their own supporters and politically highly interested citizens during election campaigns. Looking at both aggregate and individual data, there is no indication that parties make a particular effort to mobilize previous non-voters.

**Keywords:** Election Campaigns, Mobilization, Turnout, Political Inequality

**Schlagwörter:** Wahlkampf, Mobilisierung, Wahlbeteiligung, politische Ungleichheit

## **1. Einleitung**

Seit Ende der 1980er Jahre beobachten wir in Deutschland eine sinkende Wahlbeteiligung. Insbesondere bei der Bundestagswahl 2009 fand ein dramatischer Einbruch statt: Mit 70,8 Prozent erreichte die Wahlbeteiligung den niedrigsten Wert seit 1949. Zudem war der Rückgang mit 6,9 Prozentpunkten zwischen den beiden Bundestagswahlen 2005 und 2009 so hoch wie nie zuvor (Steinbrecher u. Rattinger 2011). Auch die Bundestagswahl 2013 änderte am Trend einer niedrigen Wahlbeteiligung nichts. Trotz einer im Vorfeld umfangreichen Diskussion über die Nichtwahl in den Medien stieg die Wahlbeteiligung nur marginal um 0,7 Prozent auf nun 71,5 Prozent. Dies ist nach 2009 die zweitniedrigste Beteiligungsrate aller Zeiten. Die Höhe der Wahlbeteiligung ist allerdings nur eine und nicht einmal die entscheidende Facette des Problems. Für die Demokratie schwerwiegender ist, dass die Nichtwahl nicht zufällig über die deutsche Gesellschaft verteilt ist, wie empirische Befunde eindeutig zeigen, sondern stark mit sozialer Schicht korreliert und zudem räumlich konzentriert auftritt. Auffällig sind massive Unterschiede in der Wahrscheinlichkeit des Wählens abhängig vom Bildungsstand, der Schichtzugehörigkeit oder auch dem Einkommen. Da der soziale Status nicht zufällig über die Gesellschaft verteilt ist, sondern Menschen mit höherem Status in der Regel in anderen Wohnbezirken leben als Menschen niedrigeren Status, kommt es zu einer zunehmenden Ballung von Hoch- bzw. Niedrigwahlbezirken. Dies war noch in den 1980er Jahren nicht der Fall. Doch seither hat die soziale und räumliche Ungleichheit der Beteiligung deutlich zugenommen (Schäfer

2012, 2015; Schäfer u. Roßteutscher 2015; Hajnal 2010; Leighley u. Nagler 2014; Gallego 2015; Armingeon u. Schädel 2015).

Dieser Beitrag nimmt diesen Befund der steigenden und räumlich konzentrierten Ungleichheit der Wahlbeteiligung zum Ausgangspunkt und fragt nach möglichen Ursachen. Während Standarderklärungen zu unterschiedlichen Wahlneigungen in der Regel beim Individuum, seinen Einstellungen und Ressourcen ansetzen, wird hier ein anderer Blickwinkel gewählt: politische Parteien als Akteure der Mobilisierung. Die Frage dieses Beitrags lautet somit, ob Muster der „asymmetrischen Mobilisierung“ festzustellen sind, weil die Parteien ihre Kampagnen auf Stadtteile mit hoher Beteiligung konzentrieren. Am Beispiel der Stadt Frankfurt am Main wird die räumliche Struktur der Wahlkampfaktivitäten sowie ihrer Intensität in Beziehung zur Sozialstruktur und Wahlbeteiligung in 40 Stadtteilen gesetzt.

Im Folgenden werden wir zunächst (*Abschnitt 2*) kurz die grundsätzliche Problematik einer sozial ungleichen Wahlbeteiligung diskutieren. Darauf folgt eine Darstellung gängiger Erklärungen für die Beteiligung an Wahlen (*Abschnitt 3*), bevor unter 3.3 der spezifische Beitrag von politischen Parteien im Wahlkampf diskutiert wird. Im *vierten Abschnitt* wird der dieser Untersuchung zugrunde liegende Datensatz vorgestellt – eine in Deutschland zum ersten Mal durchgeführte kleinräumige Erfassung von Wahlkampfaktivitäten. *Abschnitt 5* stellt die empirischen Ergebnisse dar. Zunächst wird gezeigt, dass Frankfurt am Main eine typische deutsche Stadt ist, die sich in der sozialen Streuung der Wahlbeteiligung nicht von anderen unterscheidet. Dargestellt wird auch, dass die politischen Parteien in einem sehr unterschiedlichen Ausmaß von einer niedrigen Wahlbeteiligung betroffen sind. Schließlich werden die zentralen Ergebnisse hinsichtlich der Konzentration der Wahlkampfanstrengungen in Frankfurter Stadtteilen diskutiert. Ergänzt wird dieser Abschnitt durch die Analyse von Individualdaten, mit denen überprüft werden kann, ob die Kampagnenaktivitäten der Parteien tatsächlich auch politikferne Wählergruppen erreichen oder – so unsere Annahme – vor allem diejenigen ansprechen, die politisch interessiert sind und einer Partei nahe stehen, bevor wir im letzten Abschnitt zum Fazit kommen.

## 2. Das Problem: Die soziale Ungleichheit der Wahlbeteiligung

Die Legitimität jedes demokratischen Gemeinwesens basiert auf der Annahme, dass gewählte Regierungen die politischen Vorstellungen und Interessen der Bürger\*innen repräsentieren und umsetzen. Allgemeine und freie Wahlen sind in repräsentativen Demokratien hierfür das zentrale Mittel. Wahlen kommunizieren die politischen Präferenzen der Bürger\*innen, sie generieren handlungsfähige Mehrheiten bzw. tragfähige Koalitionsoptionen und garantieren somit die Legitimität der Herrschenden und des politischen Systems. Um diese Legitimitäts- und Repräsentationsfunktion zu ermöglichen, sind zwei Bedingungen unumgänglich: Erstens, Wahlen müssen in regelmäßigem Abstand stattfinden, damit Regierungen abgewählt werden können, die es versäumen, den politischen Willen der Bürger\*innen zu repräsentieren. Zweitens, alle von den Entscheidungen der Repräsentanten Betroffenen sollten die Möglichkeit haben, sich an diesen Wahlen zu

beteiligen. Auf die Verwirklichung dieser zwei Bedingungen ist das demokratische Versprechen politischer Gleichheit bezogen. Die erste Bedingung ist in demokratischen Systemen (verfassungsrechtlich) garantiert. Die Realisierung der zweiten Bedingung gestaltet sich komplexer und wird von System zu System unterschiedlich gehandhabt. Es bestehen historischen Wandlungsprozessen unterworfenen Kriterien, die die teilnahmeberechtigten Bürger\*innen definieren. Die formale Beschränkung von Teilhaberechten hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts schrittweise verringert, auch wenn Migrationsprozesse dafür sorgen, dass ein Teil der Wohnbevölkerung über keine politischen Partizipationsrechte verfügt.

Numerisch bedeutsamer ist heute die Nicht-Partizipation von Bürger\*innen mit formal vollen Partizipationsrechten. Denn immer mehr Wahlberechtigte verzichten auf die Stimmabgabe bei Wahlen. Gravierendere Folgen als die schiere Anzahl der Wahlabsinenten hätte eine systematische Verzerrung des Wählerwillens, die sich aus der nicht zufälligen Verteilung der Nichtwähler\*innen unter den Wahlberechtigten ergeben könnte. Wenn politische Entscheidungsträger\*innen ein verzerrtes Bild von den Wünschen und Ansprüchen der Repräsentierten gewinnen, sind Repräsentation und politische Gleichheit nicht länger gewährleistet (Lijphart 1997; Verba 2003). Denn Wahlen beziehen ihre legitimatorische Funktion – gerade auch im Vergleich zu alternativen Partizipationsformen – aus der Tatsache, dass sie in der Lage sind, die Präferenzen der gesamten Bürgerschaft zu bündeln und im politischen System zu repräsentieren. Sobald sich Nichtwähler\*innen von Wähler\*innen in ihren Präferenzen unterscheiden, ist die Repräsentationsfunktion von Wahlen gefährdet (Lijphart 1997). Mit anderen Worten, wenn der Anteil der Wähler\*innen sinkt, mag zwar die Legitimität der Regierenden sinken (Dahl 2006), die Repräsentationsfunktion ist davon erst dann berührt, wenn sich die Partizipierenden von den Nichtpartizipierenden in ihren Vorstellungen und Ansprüchen an das politische Geschehen unterscheiden („representational distortion“, nach Verba et al. 1995).<sup>1</sup>

Der eindeutige Befund der sozialstrukturell bedingten räumlichen Verdichtung von Beteiligungs- bzw. Apathie-Syndromen beweist zwar nicht, dass Nichtwähler\*innen und Wähler\*innen unterschiedliche politische Präferenzen besitzen, weist aber doch darauf hin, dass das Versprechen politischer Gleichheit prekär geworden ist. Warum beteiligen sich so viele (wahlberechtigte) Bürger\*innen nicht länger an Wahlen? Warum weisen empirische Untersuchungen so deutlich aus, dass die Wahlbeteiligung in den letzten zwei Jahrzehnten zunehmend mit sozialem Status korreliert und sich zudem in kleinräumlichen Kommunikationszusammenhängen ballt?

---

1 Ob sich Nichtwähler\*innen von Wähler\*innen unterscheiden wird empirisch anhand der Frage untersucht, ob eine höhere Wahlbeteiligung zu einem anderen Wahlausgang führen würde. Studien, die Umfragedaten für eine Simulation der Ergebnisse bei höheren Beteiligungsraten nutzen, verneinen in der Regel, dass es einen Effekt gebe (z. B. Citrin et al. 2003; Kohler u. Rose 2010; Kohler 2011). Studien mit Aggregatdaten kommen zum Teil zum gegenteiligen Schluss (Radcliff 1994; Pacek u. Radcliff 1995; Schäfer 2012; siehe aber Fisher 2007).

### 3. Erklärungen

Nach Verba et al. (1995, S. 271) gibt es drei Standarderklärungen politischer Beteiligung: Motivation, Ressourcen und Rekrutierung. Dies haben die Autoren der „Civic Voluntarism“-Studie einschlägig formuliert. Menschen partizipieren nicht, „because they don't want to, because they can't, because nobody asked them“. Während sich die deutsche Politikwissenschaft lange auf die Motivation (they don't want to) beschränkte (s. 3.1), geraten in jüngerer Zeit erneut Ressourcen in den Blick (they can't, s. 3.2.). Im Fokus dieses Beitrags steht allerdings die Frage der Rekrutierung oder Mobilisierung (nobody asked, s. 3.3).

#### 3.1 Die Standarderklärung: Politische Entfremdung

Die politikwissenschaftliche Forschung hat eine Fülle von Faktoren identifiziert, die die Entscheidung zur Nichtwahl erklärt. Im Vordergrund stehen politische Einstellungen, die sich positiv auf die Partizipationswahrscheinlichkeit auswirken. So werden nicht nur politisches Interesse und die Parteiidentifikation, sondern auch das Vertrauen in die eigene politische Wirksamkeit (*political efficacy*) und die Akzeptanz „staatsbürgerlicher Pflichten“ als Determinanten der Wahlentscheidung identifiziert (Campbell et al. 1960 S. 87-98). Von zentraler Bedeutung ist zudem die Zufriedenheit mit der Demokratie. Wer diese Einstellungen und Orientierungen aufweist, nimmt auch mit hoher Wahrscheinlichkeit an Wahlen teil (Steinbrecher u. Rattinger 2011). Analysen zur Bundestagswahl 2013 belegen die Richtigkeit dieser Befunde: Politisch Desinteressierte, Personen, die keiner Partei nahe stehen, Menschen, die mit der Demokratie eher unzufrieden sind oder die nicht daran glauben, dass der Wahlakt eine Bürgerpflicht ist, sind mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit unter den Nichtwähler\*innen zu finden (Lamers u. Roßteutscher 2014).

#### 3.2 Die Alternativerklärung: Politische Kommunikation im Nahumfeld

Empirische Arbeiten belegen jedoch auch, dass sich partizipationsfördernde Einstellungen in zunehmendem Maß ungleich über die Bevölkerung verteilen. So lässt sich eine wachsende Kluft in der Wahlteilnahme von Bildungs- und Berufsgruppen (Schäfer 2011), gerade unter jüngeren Altersgruppen feststellen (Abendschön u. Roßteutscher 2016). Wählten Angehörige aller Schichten noch in den siebziger Jahren mit ähnlich hoher Wahrscheinlichkeit, gaben nach der Bundestagswahl 2013 nur noch 65 Prozent derjenigen an, gewählt zu haben, die sich selbst zur Unterschicht zählten, während dies 97 Prozent der Oberschichtangehörigen für sich reklamierten. Dasselbe Bild ergibt sich, wenn die räumliche Verteilung der Wahlbeteiligung verglichen wird. Am Beispiel der Stadt Bremen lässt sich zeigen, dass in den siebziger Jahren nur zehn Prozentpunkte zwischen der höchsten und der niedrigsten Beteiligung eines Ortsteils lagen. Bei der Bundestagswahl 2013 ist der Abstand auf fast 40 Prozentpunkte angewachsen (Schäfer u. Roßteutscher 2015). Besonders niedrig fällt die Wahlbeteiligung in Problemgebieten mit geringem Durchschnittseinkommen, einem hohen Anteil von Erwerbslosen und Migrant\*innen aus. Diese Befunde der sozial bedingten Streuung der Nichtwahl

gelten für Großstädte und Kleingemeinden sowie für Ost- und Westdeutschland (Schäfer u. Roßteutscher 2015).

Eine Perspektive, die die Ursachen für die Nichtwahl alleine durch individuelle Einstellungen erklärt, läuft Gefahr, die „soziale Logik“ politischen Handelns zu übersehen (Huckfeldt 1979; Huckfeldt et al. 1993; Partheymüller u. Schmitt-Beck 2012; Zuckerman 2007). Für die Kommunalwahl 2004 in Duisburg können Schmitt-Beck, Mackenrodt und Faas (2008) nachweisen, dass sich der Kontakt mit Nichtwähler\*innen in der Familie und im Freundeskreis negativ auf die individuelle Wahlteilnahme auswirkt (ähnlich auf Basis nationaler Daten, Roßteutscher u. Stegmüller 2014).

Schäfer (2012) zeigt zudem, dass sowohl die Qualität der Wohnumgebung als auch die Wahrnehmung des Nichtwähler\*innenanteils in einem Stadtteil einen von individuellen Merkmalen unabhängigen Effekt auf die Wahlwahrscheinlichkeit ausüben. Der Umgang mit anderen Personen, die weder eine Parteibindung noch politisches Interesse aufweisen und die das Wählen nicht als staatsbürgerliche Pflicht auffassen, wirkt sich negativ auf eigene Einstellungen und Handlungen aus. Nichtwähler\*innen sind zudem in privaten Netzwerken involviert, in denen kaum oder gar nicht über Politik gesprochen wird. Nickerson (2008) spricht daher davon, dass das (Nicht-)Wählen „ansteckend“ sei. Diese auffällige räumliche Konzentration spricht für eine soziale, kommunikativ vermittelte Logik der Beteiligung. Politische Akteure, die Angebotsseite, spielen allerdings in einer solchen alternativen Perspektive genauso wenig eine Rolle wie in den traditionellen Erklärungsansätzen, die individualisierte politische Einstellungen in den Mittelpunkt stellen. Warum die räumliche Struktur der Nichtwahl Anreize für strategisches Handeln seitens der politischen Parteien setzt, wird im Folgenden erläutert.

### 3.3 Eine zusätzliche Erklärung: Wahlkampfaktivitäten vor Ort

Wie die Forschung wiederholt gezeigt hat, zeichnen sich Nichtwähler\*innen durch einen geringen Grad politischer Involvierung aus. Lokale, im Nahumfeld wahrnehmbare Aktivitäten der Parteien könnten daher ein Mittel sein, Bürger\*innen mit geringer Wahlneigung zu erreichen. Parteien sind die zentralen Mobilisierungsagenten, die vor Ort durch ihre Präsenz bzw. Nicht-Präsenz Einfluss auf das Beteiligungsverhalten ausüben können. Generell nimmt die Bedeutung des *grassroot campaigning* zu (Farrell u. Schmitt-Beck 2002; Zittel u. Gschwend 2007) und ist gerade für Bürger\*innen essentiell, die aufgrund ihres geringen (politischen) Medienkonsums und Interesses nicht durch nationale Kampagnen erreicht werden (Arceneaux u. Kolodny 2009). Gleichzeitig sind Parteien jedoch strategische Akteure, denen es neben Inhalten auch darum geht, ihren Stimmanteil zu maximieren. Auch finden Wahlkämpfe immer unter finanziellen und personellen Restriktionen statt. Parteien verfügen über eine nur begrenzte Anzahl aktiver Wahlkämpfer\*innen und materieller Ressourcen. Unter diesen beiden Annahmen – Stimmenmaximierung und Ressourcenknappheit – kann es für Parteien lohnen, ihre Kräfte dort zu bündeln, wo die meisten Stimmen zu gewinnen sind.

Um zwei idealtypische Stadtteile mit einer gleichgroßen Anzahl von 10.000 Wahlberechtigten als Beispiel zu nehmen: In Stadtteil A mit einer Wahlbeteiligung

von 80 Prozent, ergibt ein Stimmenanteil von fünf Prozent ein Plus an 400 Wähler\*innen. In Stadtteil B mit nur 40-prozentiger Wahlbeteiligung führen identische Prozentgewinne nur zu 200 zusätzlichen Wählern bzw. müsste der Stimmanteil um 10 Prozent gesteigert werden, um einen Gewinn wie in Stadtteil A zu erzielen. Zudem handelt es sich bei Niedrigbeteiligungsbezirken wie Stadtteil B in der Regel um schwieriges Terrain, sogenannte „innerstädtische Problembezirke“ mit hoher Arbeitslosendichte, geringem Bildungsstand und hohem Migrant\*innenanteil (Schäfer 2012) – Stadtteile also, wo vermutlich besonders viele Menschen leben, die mit der Demokratie unzufrieden sind, sich nicht für Politik interessieren und die Wahlnorm nicht internalisiert haben. Aus einer strategischen Perspektive sind Niedrigwahlbezirke für Wahlkämpfer\*innen daher zweifach unattraktiv: um im Vergleich zu Hochbeteiligungsbezirken einen identischen Gewinn in absoluten Stimmen zu erzielen, muss der prozentuale Stimmenanteil deutlich höher ausfallen. Zugleich muss mehr investiert werden, da sie sich Bürger\*innen gegenüber sehen, die politischen Fragen desinteressiert, wenn nicht sogar ablehnend gegenüber stehen. Daher ist es, so die These dieses Beitrags, selbst für Mitte-links-Parteien rational, Wahlkampfaktivitäten auf bürgerliche Stadtteile zu konzentrieren, in denen die Wahlbeteiligung hoch ist, obwohl diese Parteien historisch Hochburgen in Stadtteilen mit eher sozial benachteiligter Bevölkerungsstruktur besaßen. Um nochmal ein Beispiel zu nennen: Könnte eine Mitte-links-Partei wie die SPD in Stadtteil B ihren Stimmenanteil von 40 auf 42 Prozent steigern, wäre dies ein Nettogewinn von 80 Stimmen. Einen doppelten Nettogewinn von 160 Stimmen könnte sie in Stadtteil A erzielen, wenn sie statt 20 nun 22 Prozent der Stimmen erreichen würde – mit vermutlich geringerem Aufwand. Allerdings mögen nicht nur wahlkampfaktische Überlegungen Mitte-links-Parteien zu einer höheren Präsenz in Wählerhochburgen motivieren. So wird der SPD häufig unterstellt, dass sie spätestens seit der Regierungszeit Kanzler Schröders und seinen Arbeitsmarktreformen – Stichwort Hartz IV – auf der Suche nach der „Neuen Mitte“, die eigene Kernklientel vernachlässigte. Damit stand die SPD (wie auch CDU/CSU) vor dem Grundproblem moderner Wahlkämpfe, die in Zeiten abnehmender und flüchtiger Parteibindungen (Schmitt-Beck 2003) immer zweierlei leisten müssen: die *Rekrutierung* neuer Schichten, Gruppen und Wählersegmente, die notwendig sind, um einer Partei zum Wahlsieg zu verhelfen, gleichzeitig aber auch die *Mobilisierung* bestehender und im Prinzip loyaler Kernwählergruppen, die einen Sockel an Wählerstimmen garantieren (Lane u. Ersson 1997). „[H]ow parties chase voters and, simultaneously, appeal to their core clientele“ (Rohrschneider 2002 S. 374) – das ist eine Frage, auf die alle Parteien eine Antwort finden mussten (Przewoski u. Sprague 1986).

Sollten politische Parteien dieser Logik folgen, kann ein Teufelskreis entstehen. Denn Bürger\*innen in Nichtwahlhochburgen sind aufgrund ihrer Politikferne insbesondere auf die lokale, direkte Ansprache der politischen Parteien angewiesen. Nationale, über die Medien vermittelte Kampagnen erreichen sie kaum und ihre sozialen Netzwerke sind durch partizipationshemmende Eigenschaften geprägt, da Nichtwähler\*innen vor allem mit anderen kommunizieren, die selbst auch nicht wählen. Lokale, kleinräumliche Wahlkampagnen könnten dazu beitragen, diese Wahlberechtigten zu mobilisieren. Bleiben solche Mobilisierungsversuche

aus, weil selbst Mitte-links-Parteien ihre Anstrengungen auf Viertel mit hoher Wahlbeteiligung fokussieren – Stadtteile, in denen politikaffine Wähler\*innen leben, die wiederum meist mit anderen politikaffinen Wähler\*innen kommunizieren –, würden politische Parteien dazu beitragen, dass sich die räumliche Streuung der Wahlbeteiligung verfestigt oder sogar verstärkt. Wächst in der Folge der Abstand zu den besser gestellten Vierteln weiter an, steigt der Anreiz für die Parteien, dorthin zu gehen, wo es „sich lohnt“. In Niedrigwahlbezirken bliebe somit politische Mobilisierung aus. Damit liegen diesem Beitrag vier Hypothesen zugrunde:

*H1: Parteien sind strategische Akteure, die Stimmen maximieren wollen. Sie sind daher vor allem dort aktiv, wo (a) die Wahlbeteiligung hoch ist und (b) wo sie in der Vergangenheit viele Stimmen gewonnen haben.*

*H2: Auch Mitte-links-Parteien unterliegen dieser Logik und vernachlässigen daher ehemalige Hochburgen in benachteiligten Vierteln, da mit geringerem Aufwand ähnliche, wenn nicht sogar höhere absolute Zuwächse in Hochbeteiligungsbezirken zu erreichen sind.*

*H3: Parteien konzentrieren sich im Wahlkampf darauf, eigene Anhänger\*innen und Sympathisant\*innen zu mobilisieren.*

*H4: Desinteressierte und den Parteien fernstehende Wahlberechtigte werden durch Wahlkampagnen kaum erreicht.*

#### 4. Daten und Methode

In den sechs Wochen der heißen Wahlkampfphase vor der Bundestagswahl 2013 und der gleichzeitig in Hessen stattfindenden Landtagswahl wurden erstmalig in Deutschland unterschiedliche Printmedien mit Lokalberichterstattung (Frankfurter Rundschau, FAZ, Neue Presse, Bild Frankfurt, Frankfurter Stadtkurier, aber auch Stadtanzeiger und Lokalblätter wie etwa das Höchster Kreisblatt, Der Bergen-Enkheimer, der Fechenheimer Anzeiger etc.) auf Veranstaltungshinweise der Parteien hin ausgewertet. Da ein Pretest ergab, dass die Ankündigungen in den unterschiedlichen Frankfurter Printmedien fast 100 Prozent deckungsgleich waren, wurde bei der anschließenden Erfassung von Wahlkampfaktivitäten ausschließlich die Frankfurter Neue Presse herangezogen. Allerdings ergab derselbe Pretest, dass nur knapp die Hälfte aller lokalen Wahlkampfaktivitäten über die Printmedien beworben wurde. Daher wurden zusätzlich die Internetseiten der städtischen Parteizentralen sowie der Ortsvereine der Parteien (d. h. der 44 Frankfurter Ortsvereine der SPD, der 35 Stadtbezirksverbände der CDU sowie der 16 Stadtteilgruppen von Grünen und der Linken bzw. Ortsgemeinschaften der FDP) analysiert, um ein vollständigeres Bild der tatsächlichen Aktivitäten zu erhalten. Erfasst wurden im gesamten Beobachtungszeitraum insgesamt 762 Wahlkampfveranstaltungen. Diese wurden nach Parteiverantwortlichkeit, Veranstaltungsgröße, Veranstaltungstyp (etwa Podiumsdiskussion, themenoffenes *get-together*, Vorstellung des Direktkandidaten etc.), Prominenz der teilnehmen-

den Parteimitglieder und Veranstaltungsort (etwa Kneipe, Sporthalle) vercodet und auf Basis der Veranstaltungsadresse den Stadtteilen zugewiesen.<sup>2</sup>

Da für die hier interessierenden abhängigen Variablen (Wahlbeteiligung, Wahlergebnisse) nur Informationen auf Stadtteilebene zur Verfügung stehen, wurden die Informationen zu Wahlkampfaktivitäten auf dieser Ebene aggregiert. Die Abteilung „Statistik und Wahlen“ des Frankfurter Bürgeramts stellt zudem eine Fülle von Indikatoren zu den Frankfurter Stadtteilen zur Verfügung. Zu ihnen zählen unter anderem Kennzahlen zur Bevölkerungsdichte und Demografie, zur Erwerbsstruktur und Arbeitslosigkeit, zu Einkommen und Bildung, zu Verkehrsanbindung, Infrastruktur und Anteil von Grünflächen, aber eben auch zur Wahlbeteiligung und den Wahlergebnissen von Bundestagswahlen. Diese Stadtteilinformationen – Wahlbeteiligung, parteispezifische Wahlergebnisse, Sozialstruktur und Wahlkampfveranstaltungen – wurden dann in einen Datensatz integriert.<sup>3</sup>

Die Durchsicht der Daten zeigt, dass es unter den Stadtteilen zwei extreme und zwei weitere, weniger extreme, aber immer noch auffällige Ausreißer gibt. In der Frankfurter Altstadt und Innenstadt befinden sich die großen, repräsentativen Räumlichkeiten der Stadt, in denen die zentralen Großveranstaltungen der Parteien stattfinden. Diese Veranstaltungen haben in der Regel keinen Bezug zum Stadtteil. Ähnliches gilt für das Bahnhofsviertel. Ein Großteil der hier notierten Veranstaltungen fand entweder im oder um den Bahnhof herum statt und richtete sich daher weniger an die örtliche Bevölkerung als an auswärtige Pendler\*innen. Eine echte Ausnahme stellt der Stadtteil Höchst dar. Hier kann davon ausgegangen werden, dass die Mehrzahl der Veranstaltungen tatsächlich einen lokal-räumlichen Bezug hat. Fast die Hälfte (20 von 46) der in Höchst registrierten Veranstaltungen ist von der SPD organisiert. Die Frankfurter SPD hat hier ganz offensichtlich einen Schwerpunkt ihres Wahlkampfs gelegt. Da aufgrund der insgesamt geringen Fallzahl diese Ausreißer einen starken Einfluss auf die Ergebnisse ausüben könnten, werden sie im Folgenden aus der Analyse entfernt. Die Zahl der tatsächlich in die Analyse eingehenden Fälle reduziert sich somit auf 40.<sup>4</sup> Zwischen diesen Stadtteilen bestehen deutliche Unterschiede in der Anzahl der Wahlveranstaltungen, wie *Abbildung 1* zeigt:

---

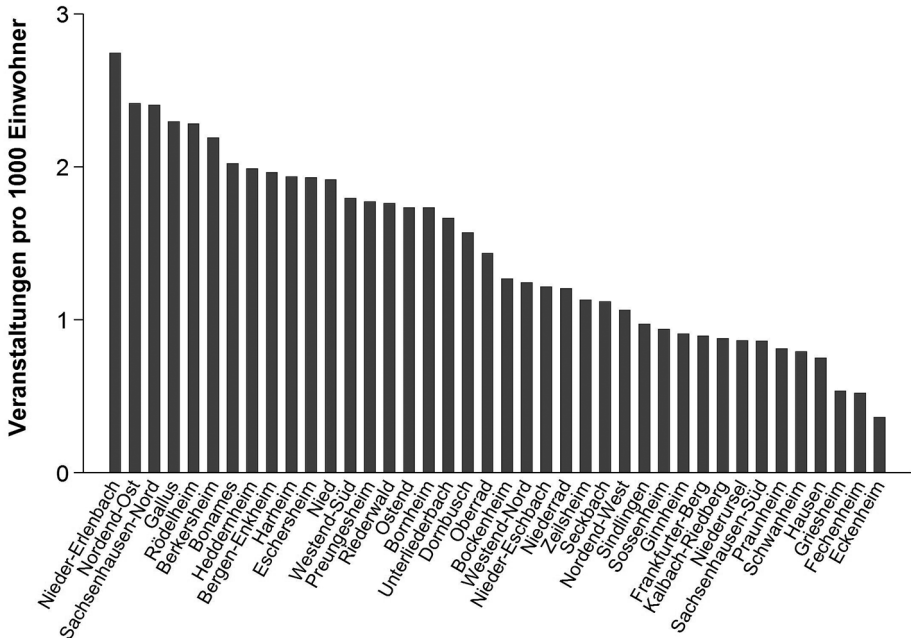
2 Hierfür gebührt Simon Henckel, ehemalige studentische Hilfskraft an der Goethe-Universität Frankfurt/Main, herzlicher Dank.

3 In *Tabelle A1* finden sich deskriptive Statistiken für die von uns untersuchten Stadtteile.

4 Alle vier aus der Analyse ausgeschlossenen Stadtteile sind Niedrigwahlbezirke, in denen aber aus vor allem repräsentativen und geografischen Gründen überproportional viele Wahlkampfveranstaltungen durchgeführt werden. Da die Abweichung zu „Normal“-Stadtteilen extrem ist, würde eine Einbeziehung dieser Ausreißer die Ergebnisse verzerren.



Abbildung 1: Zahl der Veranstaltungen pro Stadtteil per 1.000 Wahlberechtigten



Quelle: Eigene Erhebung.

Im Folgenden werten wir aus, inwiefern räumliche Unterschiede in den Wahlkampfaktivitäten mit sozialstrukturellen Indikatoren, aber auch mit der Wahlbeteiligung und den Parteiergebnissen zusammenhängen.

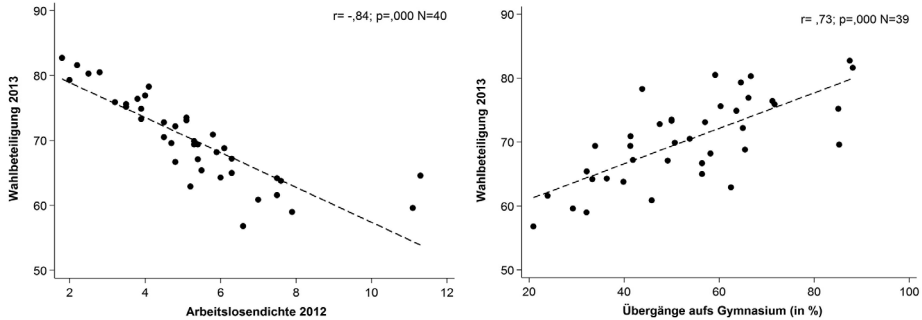
## 5. Ergebnisse

### 5.1 Frankfurt als typischer Fall

Inzwischen ist es weitgehend akzeptiert, dass die Wahlbeteiligung nicht überall im gleichen Umfang zurückgegangen ist. In allen deutschen Großstädten zeigt sich dasselbe Beteiligungsmuster: In ärmeren Stadtteilen fällt die Wahlbeteiligung besonders niedrig aus (Schäfer 2015, Kapitel 7). *Abbildung 2* zeigt den Aggregatzusammenhang zwischen zwei beispielhaften sozialstrukturellen Merkmalen der Frankfurter Stadtteile einerseits und der Wahlbeteiligung bei der Bundestagswahl 2013 andererseits. Jeder Punkt steht für einen der Stadtteile. Wie auch in früheren Studien zeigt sich ein enger Zusammenhang zwischen der sozialen Lage in einem Stadtteil und der dortigen Wahlbeteiligung (Schäfer 2012). Die Wahlbeteiligung ist dort hoch, wo die Arbeitslosenquote gering ist und wo ein hoher Anteil der Jugendlichen das Gymnasium besucht. Der Korrelationskoeffizient „r“ liegt jeweils deutlich über 0,7. Weitere Indikatoren ließen sich problemlos hinzufügen, ohne ein anderes Bild zu ergeben. Je geringer die sozialen Probleme in einem

Stadtteil, desto höher fällt die Wahlbeteiligung aus. Auch entspricht die Streuung dem bekannten Bild – denn es liegen fast 30 Prozentpunkte zwischen dem Stadtteil mit der höchsten und dem mit der niedrigsten Wahlbeteiligung. Frankfurt am Main ist somit in dieser Hinsicht eine typische deutsche Gemeinde und die Ergebnisse dieser Untersuchung können verallgemeinert werden.<sup>5</sup>

**Abbildung 2: Wahlbeteiligung und Sozialstruktur**



*Anmerkungen:* Für einen Stadtteil fehlt die Angabe für die Übergänge aufs Gymnasium, weshalb sich die Fallzahl auf 39 reduziert.

*Quelle:* Bürgeramt, Statistik und Wahlen (2013): Bundestagswahl 2013 in Frankfurt am Main: Eine erste Analyse. Frankfurter Wahlanalysen 58. Eigene Berechnung.

## 5.2 Wahlbeteiligung und Parteien: Benachteiligte und „Profiteure“

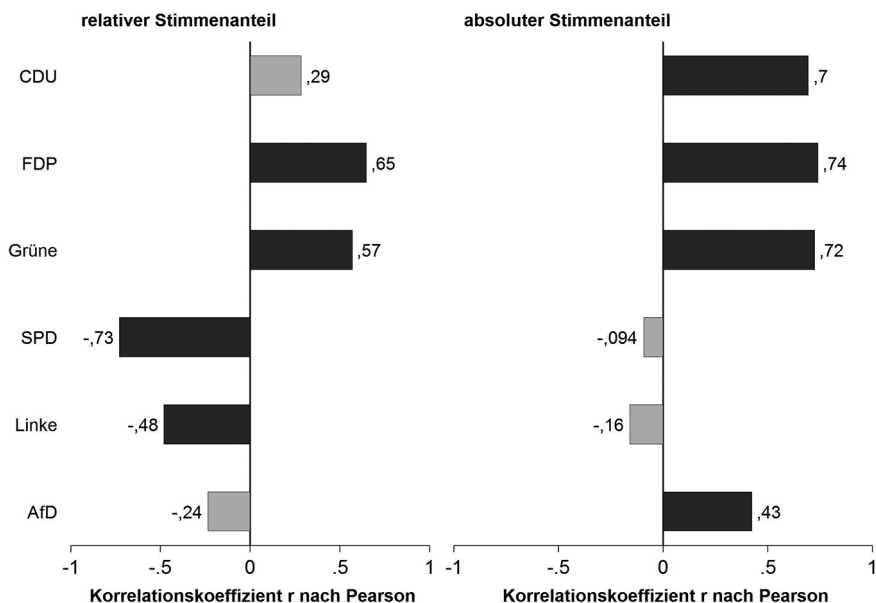
Nicht allein die Wahlbeteiligung unterscheidet sich systematisch zwischen den Stadtteilen, sondern auch die Parteiergebnisse. In Nichtwählerhochburgen schneiden SPD und Linkspartei in der Regel sehr viel besser ab als in Stadtvierteln mit hoher Beteiligung, wohingegen für Grüne, CDU und FDP das Gegenteil gilt. Es sind die ehemaligen Hochburgen der Sozialdemokratie, in denen die Wahlbeteiligung besonders drastisch zurückgegangen ist, während dies für intakte Wohnviertel, in denen bürgerliche Parteien besser abschneiden, nicht gilt – dort wählt weiterhin ein hoher Anteil der Wahlberechtigten (Schäfer 2012). Für die 40 Frankfurter Stadtteile zeigt *Abbildung 3* den Zusammenhang zwischen der Höhe der Wahlbeteiligung bei der Bundestagswahl 2013 und den Parteiergebnissen. Dabei setzen die Balken in der linken Teilgrafik den Stimmenanteil der Parteien in Bezug zu den gültigen Stimmen in einem Stadtteil, in der rechten Teilgrafik zu den dort lebenden Wahlberechtigten. Die Werte stehen demnach für relative und absolute Stimmengewinne.

5 Die Frankfurter Stadtteile fallen in zwei Wahlkreise (182 und 183). Innerhalb beider Wahlkreise streut die Wahlbeteiligung in ähnlichem Ausmaß. So betrug im Wahlkreis 182 die niedrigste Wahlbeteiligung 56,8 Prozent (Griesheim) und die höchste 81,6 Prozent (Westend-Süd). Ganz ähnlich war die Spannweite in Wahlkreis 183. Die niedrigste Wahlbeteiligung fand sich mit 59,6 Prozent in Fechenheim, die höchste in Nieder-Erlenbach mit 82,7 Prozent. In beiden Wahlkreisen gewann der Direktkandidat bzw. die Direktkandidatin der CDU mit deutlichem Abstand vor dem Kandidaten der SPD (siehe <https://www.bundestag.de/wk182> und <https://www.bundestag.de/wk183>). Die in *Abbildung 2* dargestellten Unterschiede lassen sich somit nicht auf Besonderheiten der beiden Wahlkreise zurückführen.

Betrachtet man beide Zusammenhänge, wird deutlich, wie viel schwieriger es für Mitte-links-Parteien ist, im Wahlkampf räumliche Schwerpunkte zu setzen. Denn FDP und Grüne erzielen in denselben Stadtteilen relativ und absolut die besten Ergebnisse, nämlich dort, wo die Wahlbeteiligung hoch ausfällt. Für die CDU gilt dies für den absoluten Stimmenanteil auch. Alle drei Parteien können sich im Wahlkampf auf die sozioökonomisch bessergestellten Stadtteile konzentrieren, denn dort gewinnen sie deutlich mehr Stimmen als in Gegenden mit geringerer Beteiligung. Ein interessanter Kontrast zeigt sich bei der Alternative für Deutschland. Gemessen an den gültigen Stimmen zeigt sich ein schwach negativer, statistisch nicht signifikanter Zusammenhang mit der Wahlbeteiligung. Doch setzt man den Stimmenanteil in Bezug zur Zahl der Wahlberechtigten, schneidet die AfD dort besser ab, wo die Wahlbeteiligung höher ausfällt. Für die Linkspartei und die SPD ist der Zusammenhang mit der Wahlbeteiligung weniger eindeutig. Zwar besteht eine signifikante, negative Korrelation zwischen der Wahlbeteiligung und dem relativen Stimmenanteil – je niedriger jene ist, desto höher fällt dieser aus – doch das bedeutet nicht, dass in diesen Stadtteilen auch absolut die meisten Stimmen gewonnen werden. Gerade weil die Wahlbeteiligung dort niedrig ist, kann ein hoher prozentualer Stimmenanteil mit weniger absoluten Stimmen einhergehen als ein niedriger prozentualer Stimmenanteil in einer Hochbeteiligungsgegend, wie das fiktive Beispiel oben erläutert hat.

Die nur schwache Korrelation zwischen der Höhe der Wahlbeteiligung und dem Stimmenanteil an den Wahlberechtigten weist darauf hin, dass die Wähler\*innen der beiden Mitte-links-Parteien sich sehr viel gleichmäßiger über die Stadtteile verteilen als dies bei den anderen drei Parteien der Fall ist. Daraus ergibt sich die strategische Schwierigkeit, wo knappe Ressourcen im Wahlkampf eingesetzt werden sollen. Während Grüne und Mitte-rechts-Parteien deutliche Anreize haben, räumliche Schwerpunkte zu setzen, ist die Abwägung, wo mobilisiert werden sollte, für SPD und Linkspartei sehr viel schwieriger. Beide Parteien müssen abschätzen, ob es ihnen eher gelingt in Hochbeteiligungsquartieren anderen Parteien Wähler\*innen abzuwerben oder Nichtwähler\*innen in Stadtteilen mit unterdurchschnittlicher Beteiligung zu mobilisieren.

**Abbildung 3: Korrelation zwischen der Wahlbeteiligung und dem Stimmenanteil der Parteien bei der Bundestagswahl 2013 in den 40 Frankfurter Stadtteilen**



*Anmerkungen:* Dargestellt ist der Zusammenhang zwischen der Höhe der Wahlbeteiligung und dem Stimmenanteil der Parteien, der zum einen in Bezug auf die Wähler (relativ) und zum anderen mit Bezug auf die Wahlberechtigten (absolut) ermittelt wird. Dunkelgraue Balken bedeuten, dass die Korrelation statistisch signifikant ist ( $p < 0,05$ ).

*Quelle:* Bürgeramt, Statistik und Wahlen (2013): Bundestagswahl 2013 in Frankfurt am Main: Eine erste Analyse. Frankfurter Wahlanalysen 58. Eigene Berechnung.

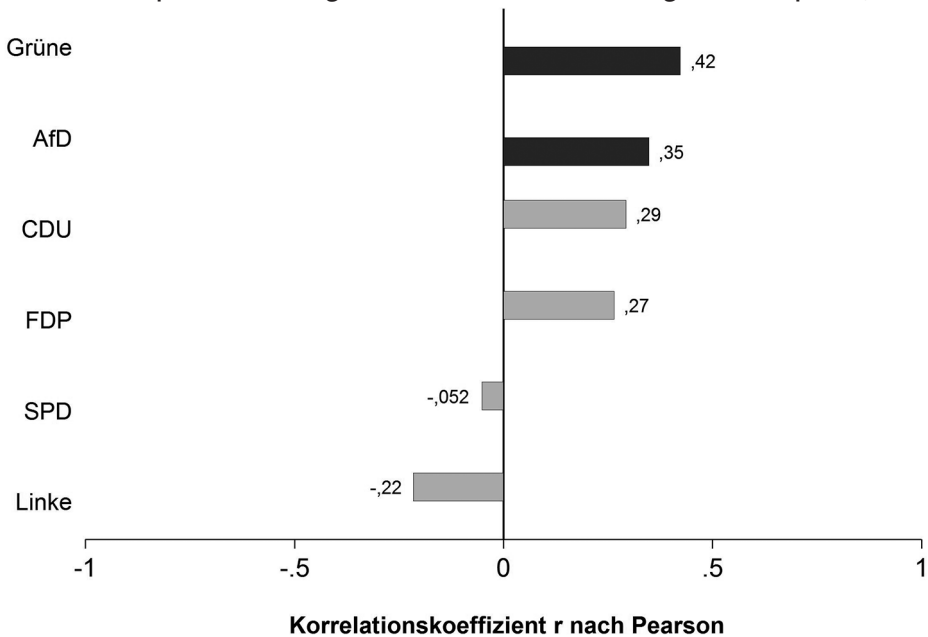
### 5.3 Die Wahlkampfaktivitäten der politischen Parteien

Insbesondere die SPD hat im Wahlkampf 2013 immer wieder betont, dass sie für eine höhere Wahlbeteiligung kämpfen und einen engagierten Wahlkampf dort führen würde, wo die Wahlbeteiligung niedrig ausfällt. Parteichef Sigmar Gabriel vertrat mehrfach die These, ein Erfolg für die SPD sei nur möglich, wenn die Wahlbeteiligung auf 80 Prozent angehoben werden könne. Vor dem Hintergrund der im vorherigen Abschnitt geschilderten Muster erschien es für die CDU/CSU und für Bundeskanzlerin Angela Merkel dagegen rational, eine starke Polarisierung im Wahlkampf zu vermeiden, da ihnen nahestehende Gruppen ohnehin in größerer Zahl als die Angehörigen jener Milieus wählen, die traditionell für Mitte-links-Parteien gestimmt haben. Wir prüfen nun, ob sich diese Überlegungen in der Schwerpunktsetzung der Wahlkämpfe widerspiegeln.

Da Wahlkampfstrategien und Veranstaltungskalender lange vor einer Wahl geplant werden, müssen politische Parteien – falls sie strategisch handeln wollen – frühere Wahlergebnisse zu Grunde legen. Im Folgenden werden daher die Zahl der Veranstaltungen im Kontext der Bundestagswahl 2013 mit den Ergebnissen der

Bundestagswahl 2009 in Beziehung gesetzt. *Abbildung 4* zeigt zunächst den Zusammenhang zwischen der Wahlbeteiligung 2009 und den Wahlkampfaktivitäten der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013. Für Bündnis 90/Die Grünen und die AfD zeigt sich ein statistisch signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der Höhe der Wahlbeteiligung einerseits und der Intensität des eigenen Wahlkampfs in den Frankfurter Stadtteilen andererseits, so wie es sich aufgrund der Wahlergebnisse vermuten lässt. Auch für CDU und FDP ist die Korrelation positiv, aber nicht signifikant. Alle vier Parteien konzentrieren den Wahlkampf in der Tendenz auf Stadtteile, in denen die Wahlbeteiligung höher ausfällt. Sie sind dagegen in (beteiligungs-)armen Stadtteilen weniger aktiv. Anders verhält es sich bei SPD und Linkspartei. Bei beiden besteht ein nur schwacher negativer Zusammenhang zwischen der Wahlbeteiligung und den eigenen Wahlkampfaktivitäten. Insbesondere für die SPD lässt sich von einer räumlichen Schwerpunktsetzung kaum sprechen – ihre Wahlkampfveranstaltungen verteilen sich ohne Muster weitgehend gleichmäßig über die Frankfurter Stadtteile. Dies stimmt mit dem oben gezeigten Muster überein, dass sich gemessen am Stimmenanteil der Wahlberechtigten keine klaren Wählerhochburgen der SPD benennen lassen. Eine dezidierte Mobilisierungsstrategie in Nichtwahlhochburgen lässt sich unseren Daten nicht entnehmen.

**Abbildung 4: Korrelation zwischen der Höhe der Wahlbeteiligung und der Anzahl von Wahlkampfveranstaltungen der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013**

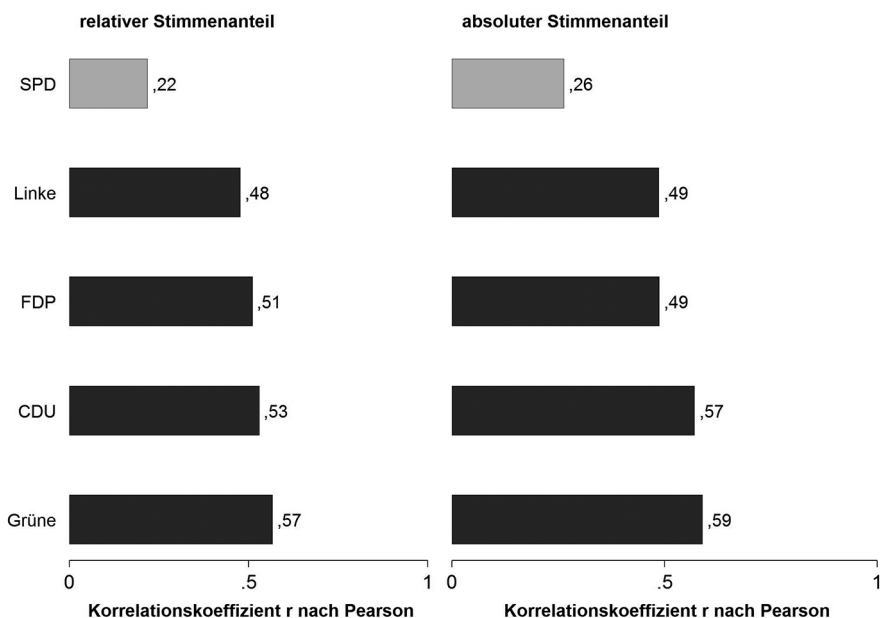


*Anmerkungen:* Korreliert wird die Anzahl der Wahlkampfveranstaltungen pro 1.000 Einwohner in einem Stadtteil mit der Wahlbeteiligung in diesen Stadtteilen 2009. Dunkelgraue Balken geben an, dass die Korrelation statistisch signifikant ist.

*Quelle:* Eigene Erhebung.

Im nächsten Schritt wird nun gefragt, ob es andere Muster gibt, die den Wahlkampfaktivitäten der Parteien zugrunde liegen. Um dies zu prüfen, werden die von den Parteien in den Stadtteilen durchgeführten Veranstaltungen in Beziehung zum jeweils eigenen Wahlergebnis bei der Bundestagswahl 2009 gesetzt. Auch hier werden wieder beide Indikatoren, relativer und absoluter Stimmenanteil, untersucht. Bei allen Parteien – mit Ausnahme der SPD – besteht ein enger, überzufälliger Zusammenhang der Wahlkampfaktivitäten vor der Bundestagswahl 2013 und dem Abschneiden vier Jahre zuvor, wie sich *Abbildung 5* entnehmen lässt. Bei der Entscheidung, in welchem Stadtviertel der Wahlkampf besonders intensiv geführt werden soll, orientieren sich die Parteien daran, wo sie bei der letzten Wahl gut abgeschnitten haben. Der Wahlkampf dient stärker als der Abwerbung von anderen Parteianhänger\*innen oder der Mobilisierung von früheren Nichtwähler\*innen vor allem dazu, dort für sich zu werben, wo in der Vergangenheit viele Wahlberechtigte für die eigene Partei abgestimmt haben. Knappe Ressourcen werden dort konzentriert, wo es sich lohnt. Nur die Sozialdemokratie weicht von diesem Muster ab, da weder in den relativen Stimmenhochburgen noch in den absoluten besonders viele Wahlkampfveranstaltungen stattfinden.

**Abbildung 5: Korrelation zwischen dem Wahlergebnis einer Partei bei der Bundestagswahl 2009 und den Wahlkampfaktivitäten 2013**



*Anmerkungen:* Die Skala reicht von 0 bis 1, da keine negative Korrelation vorhanden ist. Der relative Stimmenanteil bemisst sich am Stimmenanteil einer Partei im Verhältnis zu den Wählern, während der absolute Stimmenanteil den Stimmenanteil ins Verhältnis zu den Wahlberechtigten setzt. Dunkelgraue Balken geben an, dass die Korrelation statistisch signifikant ist.

*Quelle:* Eigene Erhebung.

Die bisherigen Ergebnisse deuten insbesondere für die SPD entgegen ihrer Äußerungen im Vorfeld der Wahl nicht darauf hin, dass Wahlkampfveranstaltungen geeignet waren, Nichtwähler\*innen zu mobilisieren, was durch drei weitere Beobachtungen untermauert wird: (1) Während die Höhe der Wahlbeteiligung der letzten und der vorletzten Bundestagswahl in den Frankfurter Stadtteilen nahezu perfekt miteinander korreliert ( $r=0,98$ ;  $p=0,000$ ;  $N=40$ ), besteht kein Zusammenhang zwischen der Veränderung der Wahlbeteiligung und dem Ausgangswert im Jahr 2009. Wenn es den Parteien gelungen wäre, in Nichtwahlhochburgen zu mobilisieren, müsste sich dies aber in diesen Daten niederschlagen. (2) Die Anzahl der Wahlkampfveranstaltung weist keinen statistisch signifikanten oder substanziellen Zusammenhang mit der Veränderung der Wahlbeteiligung auf. Doch nicht das Wollen, sondern das Können könnte die Ursache für die Abwesenheit einer klaren Strategie der SPD sein, wie eine letzte Beobachtung nahelegt. (3) Für 28 der 40 Stadtteile liegen uns die Mitgliederzahlen der SPD-Ortsvereine vor.<sup>6</sup> Zwischen der Anzahl der Mitglieder und der Anzahl der Wahlkampfveranstaltung besteht ein überzufälliger Zusammenhang ( $r=0,67$ ;  $p=0,000$ ;  $N=28$ ). Allerdings besteht weder ein Zusammenhang mit der Größe von Ortsvereinen und den Wahlergebnissen noch mit der Wahlbeteiligung. Wo Wahlkampf gemacht wurde, hängt weniger mit strategischen Überlegungen als vielmehr mit der Personaldecke in einem Stadtteil zusammen.

#### 5.4 Wen mobilisieren die Parteien? – Die Auswertung von Individualdaten

Im vorherigen Abschnitt haben wir die Wahlkampfveranstaltungen der politischen Parteien bei der Bundestagswahl 2013 in Frankfurt am Main untersucht. Die Analyse hat allerdings zwei blinde Flecken. Zum einen haben moderne Wahlkämpfe mehr Facetten als die klassische Ansprache über Parteiveranstaltung oder Wahlkampfstände vor Ort. Dies ist insbesondere im Fall der SPD von Bedeutung, die sich in den bisherigen Analysen als Ausnahme erwiesen hat. Immerhin gab es im Bundestagswahlkampf 2013 den Versuch, über einen klassischen Haustürwahlkampf dort zu mobilisieren, wo die SPD in der Vergangenheit einen hohen relativen Stimmenanteil hatte, die Wahlbeteiligung jedoch niedrig ausfiel.<sup>7</sup> Zum anderen haben wir zwar eine Vollerhebung der lokal durchgeführten Wahlkampfveranstaltungen, aber keinen Einblick darüber, ob diese Aktivitäten von den Bürger\*innen überhaupt wahr- und angenommen werden. Diese beiden blinden Flecke hinsichtlich direkter, individualisierter Parteiansprache einerseits und der Wahlkampf-wahrnehmung der Wahlberechtigten wollen wir mit einem Blick auf Individualdaten adressieren, die allerdings auf einer für Gesamtdeutschland repräsentativen Stichprobe basieren und nicht länger Frankfurt in den Blick neh-

6 Für die anderen Parteien ist eine solche Überprüfung nicht möglich, da der räumliche Zuschnitt der Parteiuntergliederungen zu sehr von den Stadtteilgrenzen abweicht, für die Wahlkampf- und Wahldaten zur Verfügung stehen.

7 Siehe: [https://mitmachen.spd.de/uploads/tx\\_news/Wegweiser\\_Tuer-zu-Tuer.pdf](https://mitmachen.spd.de/uploads/tx_news/Wegweiser_Tuer-zu-Tuer.pdf) (zugegriffen am 03.07.2016). So heißt es in diesem Flyer, S. 5: „Zielsetzung der Tür-zu-Tür-Aktionen ist vor allem, BürgerInnen zu mobilisieren und an die Wahlurnen zu bekommen, die der SPD nahe stehen, jedoch nicht regelmäßig wählen gehen.“

men. Eine direkte Kombination mit den Stadtteildaten ist, obwohl wünschenswert, nicht möglich.

In der *German Longitudinal Election Study*<sup>8</sup> wird erfasst, auf welche Weise die Interviewten während des Wahlkampfs mit den Parteien Kontakt hatten. Insgesamt wurden zehn Möglichkeiten abgefragt, bei denen entweder die Aktivität von den Befragten selbst oder von den Parteien ausgeht. Für alle Befragten wird dabei erhoben, mit welcher Partei sie in Kontakt standen. Zwei Items fragen, ob jemand an einer Wahlkampfveranstaltung teilgenommen oder einen Wahlkampfstand besucht hat. Diese zwei Abfragen spiegeln somit Wahlkampfaktivitäten wider, wie wir sie im vorherigen Abschnitt auf Basis von Medien- und Internetberichten der Parteien untersuchten:

- (1) *Haben Sie Wahlveranstaltungen oder Kundgebungen von Parteien besucht?*
- (2) *Haben Sie einen Wahlkampfstand oder mehrere Wahlkampfstände hier im Ort besucht?*

Fünf weitere Items thematisieren die direkte, individualisierte Ansprache durch die Parteien. Diese Aktivitäten sind direkte Ansprachen, die durch unsere Studie nicht abgedeckt sind, aber möglicherweise einen anderen Blick auf die Wahlkampfaktivitäten der politischen Parteien erlauben:<sup>9</sup>

- (1) *Haben Sie E-Mails oder SMS von Parteien erhalten?*
- (2) *Haben Sie E-Mails oder SMS von Wahlkreiskandidaten erhalten?*
- (3) *Wurden Sie direkt von einer Person angesprochen, z. B. auf der Straße oder an Ihrer Wohnungs- bzw. Haustür?*
- (4) *Wurden Sie telefonisch von Parteien kontaktiert?*
- (5) *Wurden Sie über ein soziales Netzwerk im Internet, wie z. B. Facebook, von Parteien kontaktiert?*

Für die folgende Analyse wird aus diesen zwei bzw. fünf Items je eine dichotome Variable erstellt, die angibt, ob Befragte klassische Vor-Ort-Wahlkampfaktivitäten besucht haben bzw. auf eine oder mehrere der fünf möglichen Arten von einer Partei direkt und persönlich kontaktiert wurden oder nicht.<sup>10</sup>

Ausgehend von den obigen Befunden ergeben sich folgende Erwartungen an die Individualdatenanalyse: Da deutlich mehr Parteiaktivitäten dort stattfinden, wo die Wahlbeteiligung hoch ist, erreichen Wahlkampfaktivitäten eher Wähler\*innen als ehemalige Nichtwähler\*innen und eher Personen mit hohem sozioökonomischem Status. Da davon auszugehen ist, dass Parteien eher dort Gehör finden, wo sie mit politisch interessierten und mit ihnen sympathisierenden Bürger\*innen in Kontakt treten, ist generell zu erwarten, dass mit der Parteisympathie die Wahrscheinlichkeit der Kontaktaufnahme und Wahrnehmung steigt.

8 Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Wolf, Christof (2014): Vor- und Nachwahl-Querschnitt (Kumulation) (GLES2013). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5702 Datenfile Version 1.0.0, DOI:10.4232/1.11891.

9 Nicht berücksichtigt werden folgende Wahlkampfaktivitäten, da sie weder die Frankfurter Studie spiegeln noch die Alternative direkter, persönlicher Mobilisierung erfassen: Informationsmaterial gelesen, Wahlanzeigen in Zeitungen, Wahlkampfplakate gesehen, Werbesendungen im Fernsehen.

10 *Tabelle A4* enthält deskriptive Statistiken für die von uns verwendeten Variablen.



Um zu überprüfen, wodurch die Wahrscheinlichkeit beeinflusst wird, durch den Wahlkampf der Parteien erreicht zu werden, wird nun für jede der beiden abhängigen Variablen für sechs Parteien (Die Linke, Bündnis 90/Die Grünen, SPD, CDU, FDP, AfD) ein logistisches Regressionsmodell geschätzt, das neben soziodemografischen Basisinformationen (Alter, Bildung, Geschlecht, Ost-West-Herkunft) auch eine Variable zur Wahlbeteiligung bei der Bundestagswahl 2009 enthält. Zudem werden in einem zweiten Schritt das politische Interesse sowie für jede Partei das sogenannte „Skalometer“ eingeschlossen, das auf einer Skala von eins bis elf angibt, wie Befragte die Partei beurteilen. Der niedrigste Wert steht für diejenigen, die „überhaupt nichts“ von der Partei halten, der höchste bedeutet, dass jemand „sehr viel“ von einer Partei hält.

Zunächst wenden wir uns der Frage zu, wer von den Befragten selbst aktiv Angebote der Parteien wahrnimmt, indem er oder sie Wahlkampfveranstaltungen oder Wahlkampfstände besucht. In den ersten Modellen werden nur sozioökonomische Variablen sowie die Rückerinnerung an die Wahlbeteiligung bei der Bundestagswahl 2009 eingeschlossen (*Tabelle A3*). Die Regressionskoeffizienten beinhalten nur wenige Hinweise, dass typische Nichtwähler\*innen die Angebote der Parteien nutzen: Wer von sich selbst sagt, dass er oder sie 2009 nicht gewählt hat, nutzte 2013 die Wahlkampfangebote mit geringerer Wahrscheinlichkeit als frühere Wähler\*innen. Für alle sechs von uns untersuchten Parteien ist das Vorzeichen des Koeffizienten negativ, wenngleich es nur für CDU, FDP und SPD statistisch signifikant ist. Dagegen weisen Höhergebildete eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit auf, sich im Wahlkampf zu informieren. Nur für AfD und Linkspartei weisen die Ergebnisse darauf hin, dass der Wahlkampf von Menschen mit geringerem Einkommen wahrgenommen wurde, wohingegen das Haushaltseinkommen einen signifikant positiven Effekt bei der CDU hat. Im nächsten Schritt schließen wir zusätzlich zu den bisherigen Variablen das politische Interesse sowie das Skalometer für die jeweilige Partei ein (unterer Abschnitt in *Tabelle A3*). Dadurch ändern sich die Ergebnisse nicht grundlegend, obwohl der Koeffizient für die Bildung an Bedeutung einbüßt und sich nicht länger ein signifikanter Unterschied für die Wahlbeteiligung 2009 findet. Jedoch sind beide neu eingefügten Variablen für alle sechs Parteien signifikant und positiv, und durch ihre Hinzunahme erhöht sich die Erklärungskraft des Gesamtmodells deutlich. Sowohl das politische Interesse als auch die positive Bewertung einer Partei führen zu einer höheren Bereitschaft, Wahlkampfangebote aktiv zu nutzen. Nun ist es wenig überraschend, dass Wahlkampfveranstaltungen vor allem von Personen besucht werden, die politisch interessiert sind und der jeweiligen Partei nahe stehen. Wie aber verhält es sich mit der direkten Kontaktierung durch die Parteien, die ja die Möglichkeit haben, den Prozess der Selbstselektion zu unterbinden und gezielt Menschen erreichen könnten, die geringeres politisches Interesse besitzen und ihrer Partei skeptischer gegenüber stehen?

Der direkten, individualisierten Mobilisierung durch die Parteien wenden wir uns im Folgenden zu. Wen erreichen sie durch die oben genannten Formen der direkten Kontaktaufnahme – und lassen sich unterschiedliche Muster zwischen den Parteien erkennen? Erneut gehen wir in zwei Schritten vor, sodass zunächst demografische und sozioökonomische Faktoren sowie die Nichtwahl 2009 berücksich-

tigt werden, bevor dann auch das politische Interesse sowie das Parteienskalometer eingeschlossen werden. Das Alter und der Bildungsgrad haben – wie *Tabelle A4* zu entnehmen ist – einen signifikanten Effekt auf die Wahrscheinlichkeit, durch Parteien mobilisiert zu werden. Für alle Parteien ist das Vorzeichen der Altersvariablen negativ, was darauf hinweist, dass jüngere Befragte häufiger angesprochen wurden. Dies überrascht nicht, da die Nutzungsintensität sozialer Medien und elektronischer Kommunikation mit dem Alter zusammenhängt. Höhergebildete werden durchweg mit höherer Wahrscheinlichkeit von den Parteien im Wahlkampf kontaktiert, wenngleich für AfD und FDP kein signifikanter Effekt vorliegt. In der Tendenz zeigt sich jedoch auch hier dasselbe Bild wie bei den vorangegangenen Analysen zu aktiver Wahlkampfteilnahme. Im letzten Schritt schließen wir erneut das politische Interesse sowie die Bewertung der Parteien in die sechs Regressionsmodelle ein. Alle Parteien erreichen signifikant häufiger politisch interessierte Befragte und solche, die ein positives Bild der jeweiligen Partei haben.<sup>11</sup> Die Wirkung der anderen Variablen verändern sich nicht wesentlich, wobei Befragte mit mittlerer und hoher Bildung signifikant häufiger angeben, von der SPD persönlich kontaktiert worden zu sein, als Niedriggebildete. Bei keiner anderen Partei ist dieses Muster so deutlich. Auch in diesem Fall verbessert sich die Modellgüte durch den Einschluss der zusätzlichen Erklärungsfaktoren deutlich.

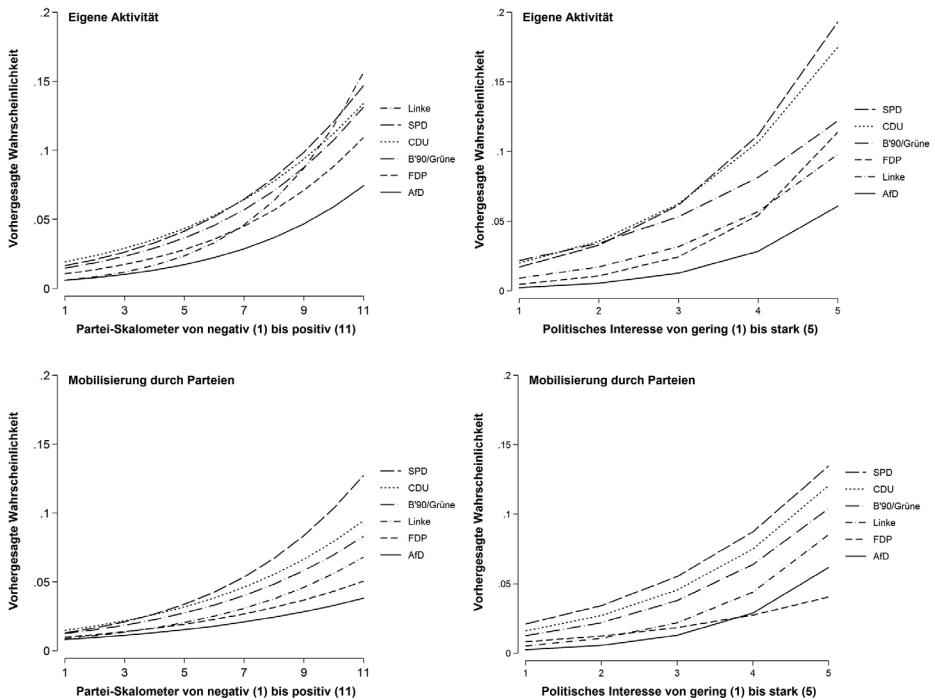
Die Bewertung einer Partei und das politische Interesse üben einen substantiell bedeutsamen Effekt auf die Kontaktwahrscheinlichkeit aus, wie sich *Abbildung 6* entnehmen lässt. Sowohl mit Wahlkampfständen und -veranstaltungen als auch mit der persönlichen Kontaktaufnahme erreichen die Parteien einen höheren Anteil der Befragten, von denen sie positiv beurteilt werden, als von denen, die ein negatives Bild haben. Interessant ist, dass es kaum einen Unterschied hinsichtlich der beiden Typen der Wahlkampfaktivitäten gibt. Schließlich hätte man erwarten können, dass die direkte Ansprache durch die Parteien eher in der Lage ist, Selektionsprozesse zu vermeiden als Wahlkampfaktivitäten, bei denen die Wähler\*innen selbst aktiv werden müssen. Dies ist aber nicht der Fall. Weniger als fünf Prozent der Befragten berichten beispielsweise von persönlichen Wahlkampfkontakten durch eine Partei, wenn sie diese negativ oder neutral beurteilen. Dieser Anteil steigt im Fall eines positiven Urteils deutlich an – wobei die Unterschiede zwischen den Parteien beachtenswert sind. Besonders ausgeprägt ist der Zusammenhang zwischen der Skalometer-Variable und dem Wahlkampfkontakt bei SPD und CDU, gefolgt von den Grünen und der Linkspartei, während der Zusammenhang bei der FDP und der AfD geringer ausfällt. Dasselbe Muster zeigt sich beim politischen Interesse. Je stärker sich jemand für Politik interessiert, desto wahrscheinlicher ist der Kontakt durch eine Partei. Gerade die SPD, die besonders viel Hoffnung auf die Mobilisierung von Nichtwähler\*innen setzte, hat im letzten Bundestagswahlkampf vor allem ihr nahe stehende sowie politisch interessierte Bürger\*innen erreicht. Auch diese Analysen sprechen dafür, dass Parteien sehr viel besser darin sind, diejenigen zu erreichen, die ohnehin eine höhere Wahrscheinlichkeit zu wäh-

---

11 Nun könnte es sein, dass nur diejenigen sich in der Befragungssituation an einen Kontakt erinnern, die diese beiden Merkmale aufweisen. Doch auch in diesem Fall muss der Versuch, durch direkten Kontakt zu mobilisieren, als gescheitert angesehen werden.

len haben. Typische Nichtwähler\*innen, von denen wir wissen, dass ihr politisches Interesse eher gering ist und die den Parteien mit sehr viel weniger Sympathie begegnen (Steinbrecher u. Rattinger 2011; Lamers u. Roßteutscher 2014), so lässt sich schlussfolgern, werden dagegen sehr viel seltener erreicht.

Abbildung 6: Wahrscheinlichkeit von Wahlkampfkontakten



**Anmerkungen:** Dargestellt sind in den beiden oberen Teilgrafiken die Wahrscheinlichkeiten, dass Befragte selbst aktiv Wahlkampfangebote der sechs Parteien wahrgenommen haben. In den beiden unteren Teilgrafiken ist die vorhergesagte Wahrscheinlichkeit abgetragen, dass sie durch eine der Parteien persönlich kontaktiert wurden (durch Hausbesuche, E-Mail, SMS, Telefon oder soziale Netzwerke). Die abgebildeten Werte wurden jeweils aus Modell II in *Tabelle A3* und *Tabelle A4* ermittelt. Die Reihenfolge der Legende entspricht der Rangfolge der Parteien beim maximalen Wert der unabhängigen Variablen. *Quelle:* GLES 2013, Vor- und Nachwahlquerschnitt, ZA5702.

Auch die Analyse von Individualdaten zum Bundestagswahlkampf 2013 bestätigt damit das Bild der vorherigen Abschnitte, denn es finden sich keine Hinweise darauf, dass die Parteien Wahlunwillige im Wahlkampf erreichen. Stattdessen sind es die ohnehin politisch Interessierten sowie Personen, die einer Partei nahestehen oder sie zumindest positiv beurteilen. Dies muss nicht allein auf strategische Überlegungen zurückzuführen sein, obwohl andere Studien zeigen, dass die Anzahl der Wahlkampfkontakte mit dem Bildungsgrad und dem Einkommen der Befragten zunimmt (Rosenstone u. Hansen 1993, S. 163-168) und Parteien ihre Anstren-

gungen auf diejenigen konzentrieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit wählen (Karp et al. 2007, S. 102). Doch zumindest sprechen die gezeigten Muster für eine sehr begrenzte Fähigkeit der Parteien, politikferne Personen zu erreichen und dort zu mobilisieren, wo die Beteiligung gering ausfällt. Zumindest für Bündnis 90/Die Grünen und alle Mitte-rechts-Parteien gilt, dass sie gezielt dort ihren Wahlkampf-schwerpunkt setzen, wo die Beteiligung in der Vergangenheit überdurchschnittlich ausfiel und wo sie relativ und absolut viele Stimmen gewinnen. Wenn politische Mobilisierung die Wahlbeteiligung anhebt – und dafür spricht eine Vielzahl von experimentellen Studien –, kann asymmetrische Mobilisierung bestehende Beteiligungsunterschiede vergrößern (Enos et al. 2014).

## 6. Schlussfolgerungen

In diesem Aufsatz haben wir die Wahlkampfaktivitäten der Parteien vor dem Hintergrund einer zunehmend ungleichen Wahlbeteiligung untersucht. Untersuchungsgegenstand waren die Wahlkampfveranstaltungen während des Bundestagswahlkampfes 2013 in Frankfurt am Main. Wie in allen deutschen Großstädten, bestehen dort erhebliche Beteiligungsunterschiede zwischen den Stadtteilen, die einem klaren Muster folgen: Nichtwahlhochburgen sind immer sozial benachteiligte Viertel, die durch überdurchschnittliche Armut und Arbeitslosigkeit, aber auch einen hohen Migrantenanteil gekennzeichnet sind. In diesen Stadtteilen liegt die Wahlbeteiligung bei Bundestagswahlen 30 bis 40 Prozentpunkte unter der in wohlhabenden Stadtteilen. Diese großen Beteiligungsunterschiede gehen mit sehr unterschiedlichen Parteiergebnissen einher. Wo die Wahlbeteiligung hoch ausfällt, schneiden CDU, FDP und Bündnis 90/Die Grünen gut ab, wo sie besonders niedrig ist, erzielen SPD und Linkspartei die besten Ergebnisse – zumindest wenn die Stimmen ins Verhältnis zu den gültigen Stimmen gesetzt werden. Bei den absoluten Stimmgewinnen bleibt das Muster der „bürgerlichen“ Parteien gleich oder gewinnt sogar an Deutlichkeit, während es sich für Mitte-links-Parteien abschwächt. Da gerade in ihren Hochburgen die Wahlbeteiligung unterdurchschnittlich ist, verteilen sich die absoluten Stimmen sehr viel gleichmäßiger über die Stadt. Bislang wissen wir jedoch wenig darüber, wie die Parteien auf diese Muster der (Nicht-)Beteiligung reagieren und ob sich ihre Schwerpunktsetzung im Wahlkampf daran orientiert.

Um sich einer Antwort auf diese Fragen zu nähern, haben wir eine Datenbank erstellt, die für alle Frankfurter Stadtteile Informationen enthält, ob und wenn ja, welche Parteien dort Wahlkampfveranstaltungen durchgeführt haben. Insgesamt konnten mehr als 750 Veranstaltungen erfasst werden, die sich durchaus ungleich über die Stadtteile verteilen. Hierbei stechen zwei Muster insbesondere ins Auge: Erstens, Parteien konzentrieren ihre Wahlkampfanstrengungen auf Viertel, in denen sie in der Vergangenheit gut abgeschnitten haben. Diese Vorgehensweise lässt sich für alle Parteien mit Ausnahme der SPD eindeutig belegen. Zweitens gehen „bürgerliche“ Parteien in der Tendenz dorthin, wo die meisten Stimmen zu holen sind, nämlich in Stadtteile mit überdurchschnittlicher Beteiligung. Dies gilt von der AfD über FDP und CDU bis hin zu den Grünen, die in dieser Hinsicht eindeutig diesem Lager zuzuordnen sind. Im Gegensatz dazu lassen sich für Linkspartei und

SPD keine ähnlich eindeutigen Schwerpunktsetzungen feststellen. Ihre Kampagnen verteilen sich gleichmäßiger über die Stadt, was aufgrund der ebenfalls weniger eindeutigen Identifizierbarkeit von Hochburgen verständlich erscheint. Dennoch spricht nichts aus den Frankfurt-Daten dafür, dass Mitte-links-Parteien einen Wahlkampf geführt haben, der besonders intensiv frühere Nichtwähler\*innen mobilisieren wollte oder konnte – es ist eher die Abwesenheit von Mustern, die ins Auge sticht, als eine benennbare Strategie. Insgesamt bestätigt sich unsere erste Hypothese, während die zweite Hypothese weder abgelehnt noch untermauert werden kann. Parteien sind strategische Akteure, die Stimmen maximieren wollen. Sie sind daher vor allem dort aktiv, wo die Wahlbeteiligung hoch ist und wo sie in der Vergangenheit viele Stimmen gewonnen haben (H1). Mitte-links-Parteien unterliegen dieser Logik nur bedingt (H2), allerdings lässt sich auch nicht zeigen, dass sie besonders in ihren ehemaligen Hochburgen, die heute von niedriger Wahlbeteiligung gekennzeichnet sind, aktiv sind. Für die SPD scheint die Größe der Ortsvereine die Wahlkampftintensität zu bestimmen, die jedoch ihrerseits in keinem Zusammenhang mit der Höhe der Wahlbeteiligung oder den Wahlergebnissen steht. Die dezentrale Wahlkampfpfplanung läuft dem Ziel zuwider, strategisch zu handeln.

Diese Befunde auf Aggregatebene haben wir durch die Auswertung einer Wahlumfrage ergänzt, in der abgefragt wird, welche Wahlkampfaktivitäten von den Interviewten wahrgenommen und ob sie gezielt durch die Parteien angesprochen wurden. Auch diese Auswertung deutet nicht darauf hin, dass es den Parteien gelingt Politik- und Parteiferne anzusprechen, um sie zur Stimmabgabe zu motivieren (H4). Im Gegenteil, nur wer sich bereits besonders stark für Politik interessiert oder ein positives Urteil über eine Partei fällt, wird von dieser im Wahlkampf auch erreicht (H3). Da Nichtwähler\*innen jedoch ein besonders negatives Bild der Parteien haben und sich im Durchschnitt in geringerem Maß für Politik interessieren, geht der Wahlkampf im besten Fall an ihnen vorbei und ändert an den bekannten Beteiligungsmustern nichts. Im für die Demokratie ungünstigsten Fall vergrößert „asymmetrische Mobilisierung“ diese Beteiligungsunterschiede noch. Die dritte und vierte Hypothese können daher ohne Abstriche bestätigt werden: Desinteressierte und den Parteien fernstehende Wahlberechtigte werden von Wahlkampagnen kaum erreicht.

## Literatur

- Abendschön, Simone, und Sigrid Roßteutscher. 2016: Wahlbeteiligung junger Erwachsener. Steigt die soziale und politische Ungleichheit? In *Bürger und Bürgerinnen im Wandel der Zeit. 25 Jahre Wahl- und Einstellungsforschung in Deutschland*, Hrsg. Sigrid Roßteutscher, Thorsten Faas und Ulrich Rosar, 67-91. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-11276-9\_4.
- Arceneaux, Kevin, und Robin Kolodny. 2009. Educating the Least Informed: Group Endorsements in a Grassroots Campaign. *American Journal of Political Science* 53: 755-770. DOI: 10.1111/j.1540-5907.2009.00399.x.
- Armingeon, Klaus, und Lisa Schädel. 2015. Social Inequality in Political Participation: The Dark Sides of Individualisation. *West European Politics* 38: 1-27. DOI: 10.1080/01402382.2014.929341.

- Bürgeramt, Statistik und Wahlen. 2013. Bundestagswahl 2013 in Frankfurt am Main: Eine erste Analyse. *Frankfurter Wahlanalysen* 58.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, und Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Citrin, Jack, Eric Schickler, und John Sides. 2003. What if Everyone Voted? Simulating the Impact of Increased Turnout in Senate Elections. *American Journal of Political Science* 47: 75-90. DOI: 10.1111/1540-5907.00006.
- Dahl, Robert A. 2006. *On Political Equality*. New Haven/London: Yale University Press.
- Enos, Ryan, D., Anthony Fowler, und Lynn Vavreck. 2014. Increasing Inequality: The Effect of GOTV Mobilization on the Composition of the Electorate. *Journal of Politics* 76: 273-288. DOI: 10.1017/S0022381613001308.
- Farrell, David, und Rüdiger Schmitt-Beck (Hrsg.). 2002. *Do Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. London: Routledge.
- Fisher, Stephen D. 2007. (Change in) Turnout and (Change in) the Left Share of the Vote. *Electoral Studies* 26: 598-611. DOI: 10.1016/j.electstud.2006.10.006.
- Gallego, Aina. 2015. *Unequal Political Participation Worldwide*. New York: Cambridge University Press.
- Hajnal, Zoltan L. 2010. *America's Uneven Democracy. Race, Turnout, and Representation in City Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huckfeldt, Robert. 1979. Political Participation and the Neighborhood Social Context. *American Journal of Political Science* 23: 579-592. DOI: 10.2307/2111030.
- Huckfeldt, Robert, Eric Plutzer, und John Sprague. 1993. Alternative Contexts of Political Behavior: Churches, Neighborhoods, and Individuals. *Journal of Politics* 55: 365-381. DOI: 10.2307/2132270.
- Karp, Jeffrey A., Susan A. Banducci, und Shaun Bowler. 2007. Getting Out the Vote: Party Mobilization in a Comparative Perspective. *British Journal of Political Science* 38: 91-112. DOI: 10.1017/S0007123408000057.
- Kohler, Ulrich. 2011. Estimating the Potential Impact of Nonvoters on Outcomes of Parliamentary Elections in Proportional Systems with an Application to German National Elections from 1949 to 2009. *Electoral Studies* 30: 497-509. DOI: 10.1016/j.electstud.2011.01.008.
- Kohler, Ulrich, und Richard Rose. 2010. Under What Circumstances Could Maximising Turnout Alter an Election Result? *Representation* 46: 119-138. DOI: 10.1080/00344893.2010.485507.
- Lamers, Patrick, und Sigrid Roßteutscher. 2014. Die Wahlbeteiligung. In *Zwischen Fragmentierung und Konzentration. Die Bundestagswahl 2013*, Hrsg. Rüdiger Schmitt-Beck, Hans Rattinger, Sigrid Roßteutscher, Bernhard Weißels und Christof Wolf, 119-131. Baden-Baden: Nomos. DOI: 10.5771/9783845250090-119.
- Lane, Jan-Erik, und Svante Ersson. 1997. Parties and Voters. What Creates the Ties? *Scandinavian Political Studies* 20 (2): 179-196. DOI: 10.1111/j.1467-9477.1997.tb00191.x.
- Leighley, Jan E., und Jonathan Nagler. 2014. *Who Votes Now? Demographics, Issues, Inequality, and Turnout in the United States*. Princeton: Princeton University Press.
- Lijphart, Arend. 1997. Unequal Participation: Democracy's Unresolved Dilemma. *American Political Science Review* 91: 1-14. DOI: 10.2307/2952255.
- Nickerson, David W. 2008. Is Voting Contagious? Evidence from Two Field Experiments. *American Political Science Review* 102: 49-57. DOI: 10.1017/S0003055408080039.

- Pacek, Alexander, und Benjamin Radcliff. 1995. Turnout and the Vote for Left-of-Centre Parties: A Cross-National Analysis. *British Journal of Political Science* 25: 137-143. DOI: 10.1017/S0007123400007109.
- Partheymüller, Julia, und Rüdiger Schmitt-Beck. 2012. A “Social Logic” of Demobilization: The Influence of Political Discussants on Electoral Participation at the 2009 German Federal Election. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 22: 457-478. DOI: 10.1080/17457289.2012.720576.
- Przeworski, Adam, und John Sprague. 1986. *Paper Stones: A History of Electoral Socialism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Radcliff, Benjamin. 1994. Turnout and the Democratic Vote. *American Politics Quarterly* 22: 259-276. DOI: 10.1177/1532673X9402200301.
- Rattinger, Hans; Sigrid Roßteutscher; Rüdiger Schmitt-Beck, Bernhard Weßels, und Christof Wolf, 2014. *Vor- und Nachwahl-Querschnitt (Kumulation) (GLES2013)*. GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5702 Datenfile Version 1.0.0. DOI:10.4232/1.11891.
- Rohrschneider, Robert. 2002. Mobilizing versus chasing: how do parties target voters in election campaigns? *Electoral Studies* 21: 367-382. DOI: 10.1016/S0261-3794(00)00044-5.
- Rosenstone, Steven J., und John Mark Hansen. 1993. *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. New York: Macmillan.
- Roßteutscher, Sigrid, und Daniel Stegmüller. 2014. Network Politicization and Political Integration. From Grand Cleavages to Private Network Structures. In *Voters on the Move or on the Run? Information-processing and Vote Choice in a Complex World*, Hrsg. Bernhard Weßels, Hans Rattinger, Sigrid Roßteutscher und Rüdiger Schmitt-Beck, 167-192. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199662630.003.0008.
- Schäfer, Armin. 2011. Der Nichtwähler als Durchschnittsbürger. Ist die sinkende Wahlbeteiligung eine Gefahr für die Demokratie? In *Der unbekannte Wähler? Mythen und Fakten über das Wahlverhalten der Deutschen*, Hrsg. Evelyn Bytzek und Sigrid Roßteutscher, 133-154. Frankfurt am Main: Campus.
- Schäfer, Armin. 2012. Beeinflusst die sinkende Wahlbeteiligung das Wahlergebnis? Eine Analyse kleinräumiger Wahldaten in deutschen Großstädten. *Politische Vierteljahresschrift* 53: 240-264. DOI: 10.5771/0032-3470-2012-2-240.
- Schäfer, Armin. 2015. *Der Verlust politischer Gleichheit. Warum die sinkende Wahlbeteiligung der Demokratie schadet*. Campus: Frankfurt am Main.
- Schäfer, Armin, und Sigrid Roßteutscher. 2015. Die soziale Topografie der Nichtwahl. In *Die Bundestagswahl 2013: Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung*, Hrsg. Karl-Rudolf Korte, 99-118. Wiesbaden: Springer VS. DOI: 10.1007/978-3-658-02915-9\_5.
- Schmitt-Beck, Rüdiger. 2003. Kampagnenwandel und Wählerwandel. „Fenster der Gelegenheit“ für einflussreichere Wahlkämpfe. In *Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zur Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung*, Hrsg. Ulrich Sarcinelli und Jens Tenscher, 199-218. Baden-Baden: Nomos.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, Christian Mackenrodt, und Thorsten Faas. 2008. Hintergründe kommunaler Wahlbeteiligung. Eine Fallstudie zur Kommunalwahl 2004 in Duisburg. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 39: 561-580. DOI: 10.5771/0340-1758-2008-3-561.
- Steinbrecher, Markus, und Hans Rattinger. 2011. Die Wahlbeteiligung. In *Zwischen Langeweile und Extremen: Die Bundestagswahl 2009*, Hrsg. Hans Rattinger, Sigrid Roß-

- teutscher, Rüdiger Schmitt-Beck und Bernhard Weißels, 77-90. Baden-Baden: Nomos. DOI: 10.5771/9783845229782.
- Verba, Sidney. 2003. Would the Dream of Political Equality Turn out to Be a Nightmare? *Perspectives on Politics* 1: 663-679. DOI: 10.1017/S1537592703000458.
- Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman, und Henry E. Brady. 1995. *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Zittel, Thomas, und Thomas Gschwend. 2007. Individualisierte Wahlkämpfe im Wahlkreis. Eine Analyse am Beispiel des Bundestagswahlkampfes von 2005. *Politische Vierteljahresschrift* 48: 293-321. DOI: 10.1007/s11615-007-0048-z.
- Zuckerman, Alan S. 2007. The Social Logic of Political Choice: Picking a Political Party in the Context of Immediate Social Circles. *Politische Vierteljahresschrift* 48: 633-649. DOI: 10.1007/s11615-007-0125-3.

### **Autorenangaben**

Prof. PhD Sigrid Roßteutscher  
Goethe-Universität Frankfurt am Main  
Fachbereich Gesellschaftswissenschaften  
Campus Westend – PEG-Gebäude  
Theodor-W.-Adorno-Platz 6  
60323 Frankfurt am Main  
rossteutscher@soz.uni-frankfurt.de

Prof. Dr. Armin Schäfer  
Universität Osnabrück  
Fachbereich Sozialwissenschaften  
Seminarstraße 33  
49069 Osnabrück  
armin.schaefer@uos.de



## Tabellenanhang

Tabelle A1: Deskriptive Statistik der Aggregatdaten aus den Frankfurter Stadtteilen

	Fälle	Durchschnitt	Standard- abweichung	Minimum	Maximum
<b>2013</b>					
Wahlbeteiligung 2013	40	70	6,7	57	83
CDU 2013	40	35	5,1	21	46
SPD 2013	40	27	3,8	17	41
FDP 2013	40	6,5	2,4	3	16
GRÜNE 2013	40	13	3,4	7	24
LINKE 2013	40	8,3	2,2	3	14
AFD 2013	40	5,3	0,7	4	7
<i>Stimmenanteil / Wahlberechtigte</i>					
CDU 2013_wbr	40	24	5,0	14	38
SPD 2013_wbr	40	19	1,8	14	26
FDP 2013_wbr	40	4,7	2,1	2	13
GRÜNE 2013_wbr	40	9,3	3,0	4	19
LINKE 2013_wbr	40	5,8	1,4	3	9
AFD 2013_wbr	40	3,7	0,6	3	6
<b>2009</b>					
Wahlbeteiligung 2009	40	72	6,2	57	83
CDU 2009	40	29	4,5	19	38
SPD 2009	40	23	3,0	15	31
FDP 2009	40	17	3,8	10	30
GRÜNE 2009	40	16	4,1	9	29
LINKE 2009	40	11	2,9	6	21
<i>Stimmenanteil / Wahlberechtigte</i>					
CDU 2009_wbr	40	21	4,0	12	31
SPD 2009_wbr	40	16	1,5	12	20
FDP 2009_wbr	40	12	3,6	6	25
GRÜNE 2009_wbr	40	11	3,6	6	22
LINKE 2009_wbr	40	7,5	1,6	5	13
<b>Wahlkampfveranstaltungen in den Frankfurter Stadtteilen</b>					
<i>Veranstaltungen pro Stadtteil</i>					
SPD	40	4,7	4,3	0,0	16,0
CDU	40	4,2	2,3	0,0	11,0
Bündnis 90/Die Grünen	40	2,3	3,3	0,0	13,0
Die Linke	40	2	2,4	0,0	10,0
FDP	40	,53	1,3	0,0	7,0
AfD	40	,15	0,4	0,0	1,0
<i>Veranstaltungen pro 1.000 Einwohner eines Stadtteils</i>					
SPD	40	,46	0,4	0,0	1,4
CDU	40	,49	0,3	0,0	1,3
Bündnis 90/Die Grünen	40	,18	0,2	0,0	0,9

	Fälle	Durchschnitt	Standard- abweichung	Minimum	Maximum
Die Linke	40	,18	0,2	0,0	0,9
FDP	40	,06	0,2	0,0	0,9
AfD	40	,02	0,1	0,9	0,3

*Anmerkungen:* Bei den Wahlergebnissen unterscheiden wir den Anteil an den gültigen Stimmen (z.B. CDU 2013) und den Stimmenanteil gemessen an den Wahlberechtigten (z.B. CDU 2013\_wbr).

*Quelle:* Abteilung Statistik und Wahlen des Frankfurter Bürgeramts sowie eigene Erhebung.

**Tabelle A2: Deskriptive Statistik der Umfragedaten**

	Befragte	Durchschnitt	Standard- abweichung	Minimum	Maximum	Parteien- kontakt
<i>Eigene Initiative</i>						
CDU	3.858	0,04	0,20	0	1	163
SPD	3.858	0,05	0,22	0	1	189
FDP	3.858	0,02	0,13	0	1	63
Die Linke	3.858	0,02	0,14	0	1	82
Bündnis 90/Die Grünen	3.858	0,03	0,17	0	1	117
AfD	3.714	0,00	0,06	0	1	15
<i>Parteiinitiative</i>						
CDU	3.858	0,06	0,24	0	1	241
SPD	3.858	0,06	0,24	0	1	239
FDP	3.858	0,03	0,16	0	1	99
Die Linke	3.858	0,03	0,18	0	1	132
Bündnis 90/Die Grünen	3.858	0,04	0,20	0	1	169
AfD	3.858	0,01	0,11	0	1	44
<i>Weitere Variablen</i>						
Alter	3.858	56,62	18,10	18	99	
Anteil Frauen	3.858	0,50	0,50	0	1	
Haushaltseinkommen	3.301	4,73	1,56	1	13	
Bildung	3.824	1,85	0,78	1	3	
Nichtwahl 2009	3.571	0,13	0,34	0	1	
Politisches Interesse	3.853	2,86	1,00	1	5	
<i>Parteiskalometer</i>						
CDU	3.792	6,78	2,93	1	11	
SPD	3.784	6,75	2,35	1	11	
FDP	3.706	4,58	2,54	1	11	
Die Linke	3.728	4,96	2,86	1	11	
Bündnis 90/Die Grünen	3.748	5,72	2,64	1	11	
AfD	2.625	4,07	2,72	1	11	

*Anmerkungen:* 163 Befragte geben an, einen Wahlkampfstand oder eine Wahlkampfveranstaltung der CDU besucht zu haben, was einem Anteil von 4 Prozent der Befragten entspricht. Dagegen sagen 241 Befragte, dass sie direkt durch die CDU kontaktiert wurden (durch Hausbesuche, E-Mail, SMS, Telefon oder soziale Netzwerke), was einem Anteil von 6 Prozent der Befragten entspricht.

*Quelle:* GLES 2013.

Tabelle A3: Erklärungsfaktoren für die aktive Inanspruchnahme von Wahlkampfangeboten

<i>Modell I</i>	AFD	CDU	FDP	Grüne	SPD	Linke
Alter	-0,01 (0,01)	0,00 (0,00)	0,00 (0,01)	-0,02*** (0,01)	0,00 (0,00)	-0,01 (0,01)
Geschlecht (RK: weiblich)	1,13* (0,44)	0,31+ (0,17)	0,09 (0,24)	0,03 (0,19)	0,53** (0,17)	0,27 (0,23)
Gewichteres Haushaltseinkommen	-0,20* (0,09)	0,12* (0,05)	0,07 (0,06)	-0,03 (0,05)	-0,03 (0,05)	-0,19** (0,07)
Bildung (RK: geringe Bildung)						
<i>Mittlere Bildung</i>	0,57 (0,59)	0,22 (0,23)	0,57 (0,36)	0,07 (0,28)	0,44+ (0,23)	0,82* (0,34)
<i>Hohe Bildung</i>	1,92*** (0,53)	0,80*** (0,24)	1,28*** (0,36)	0,91** (0,28)	1,11*** (0,23)	1,40*** (0,35)
Nichtwahl 2009	-0,21 (0,55)	-0,80* (0,34)	-0,97+ (0,54)	-0,52 (0,35)	-0,89* (0,36)	-0,40 (0,43)
Konstante	-4,61*** (0,83)	-3,63*** (0,41)	-4,45*** (0,59)	-1,99*** (0,48)	-3,27*** (0,39)	-2,88*** (0,57)
Pseudo-R <sup>2</sup>	0,10	0,04	0,05	0,05	0,05	0,05
N	3045	3045	3045	3045	3045	3045
<i>Modell II</i>	AFD	CDU	FDP	Grüne	SPD	Linke
Alter	-0,02 (0,01)	-0,01+ (0,00)	-0,01 (0,01)	-0,02*** (0,01)	-0,00 (0,00)	-0,01+ (0,01)
Geschlecht (RK: weiblich)	0,58 (0,44)	0,12 (0,18)	-0,23 (0,26)	-0,09 (0,20)	0,32+ (0,18)	-0,04 (0,25)
Gewichteres Haushaltseinkommen	-0,22* (0,11)	0,04 (0,05)	-0,00 (0,06)	-0,07 (0,05)	-0,08 (0,05)	-0,15* (0,07)
Bildung (RK: geringe Bildung)						
<i>Mittlere Bildung</i>	0,13 (0,64)	0,01 (0,24)	0,25 (0,38)	-0,21 (0,29)	0,27 (0,24)	0,48 (0,35)

Modell II	AFD	CDU	FDP	Grüne	SPD	Linke
Hohe Bildung	1,25* (0,55)	0,36 (0,25)	0,65+ (0,39)	0,34 (0,31)	0,64** (0,24)	0,87* (0,36)
Nichtwahl 2009	0,46 (0,57)	-0,22 (0,35)	-0,34 (0,53)	-0,08 (0,36)	-0,24 (0,36)	0,03 (0,44)
politisches Interesse (1-5)	0,86*** (0,22)	0,60*** (0,10)	0,85*** (0,17)	0,48*** (0,12)	0,67** (0,10)	0,65*** (0,13)
Skalometer (parteispezifisch)	0,27** (0,09)	0,21*** (0,04)	0,26*** (0,05)	0,23*** (0,04)	0,23*** (0,05)	0,35*** (0,05)
Konstante	-7,56*** (1,16)	-5,95*** (0,54)	-7,40*** (0,78)	-4,56*** (0,61)	-6,34*** (0,58)	-6,62*** (0,71)
Pseudo-R <sup>2</sup>	0,20	0,11	0,14	0,10	0,12	0,18
N	2154	3010	2946	2975	3004	2961

Anmerkungen: Standardfehler in Klammern; + p<0,1 \* p<0,05 \*\* p<0,01 \*\*\* p<0,001.

In der Tabelle sind die Koeffizienten eines logistischen Regressionsmodells abgetragen, dessen abhängige Variable erfasst, ob Befragte Wahlkampfstände oder eine Wahlkampfveranstaltung einer Partei besucht hat, sodass für jede der sechs von uns untersuchten Parteien ermittelt werden kann, welche Gruppen die Wahlkampfangebote aktiv wahrgenommen haben.

Quelle: GLES 2013.

**Tabelle A4: Erklärungsfaktoren für die direkte Mobilisierung durch Parteien im Wahlkampf**

Modell I	AFD	CDU	FDP	Grüne	SPD	Linke
Alter	-0,04+ (0,02)	-0,00 (0,01)	-0,02+ (0,01)	-0,04*** (0,01)	-0,01 (0,01)	-0,02* (0,01)
Geschlecht (RK: weiblich)	1,05 (0,73)	0,20 (0,20)	0,45 (0,31)	0,10 (0,23)	0,31+ (0,18)	0,50+ (0,30)
Gewichtetes Haushalts- einkommen	0,07 (0,23)	0,08 (0,06)	0,11 (0,09)	0,08 (0,07)	-0,02 (0,06)	-0,09 (0,09)
Bildung (RK: geringe Bildung)						
<i>Mittlere Bildung</i>	0,31 (0,80)	0,56* (0,28)	0,17 (0,46)	0,52 (0,38)	0,66* (0,27)	0,49 (0,43)
<i>Hobe Bildung</i>	0,72 (0,96)	1,03*** (0,30)	0,58 (0,52)	1,20** (0,41)	1,20*** (0,29)	0,97* (0,47)
Nichtwahl 2009	0,57 (0,92)	-0,08 (0,34)	-1,21 (0,86)	0,02 (0,37)	-0,27 (0,31)	-0,06 (0,46)
Konstante	-4,90*** (1,41)	-3,90*** (0,54)	-3,86*** (0,78)	-2,36*** (0,60)	-3,05*** (0,45)	-3,08*** (0,67)
Pseudo-R <sup>2</sup>	0,08	0,03	0,05	0,10	0,04	0,04
N	2928	3045	3045	3045	3045	3045
Modell II	AFD	CDU	FDP	Grüne	SPD	Linke
Alter	-0,05+ (0,03)	-0,01 (0,01)	-0,03* (0,01)	-0,04*** (0,01)	-0,01* (0,01)	-0,03** (0,01)
Geschlecht (RK: weiblich)	0,90 (0,85)	0,02 (0,20)	0,30 (0,33)	-0,06 (0,24)	0,15 (0,19)	0,20 (0,31)
Gewichtetes Haushalts- einkommen	0,08 (0,21)	0,01 (0,06)	0,06 (0,09)	0,05 (0,07)	-0,06 (0,06)	-0,08 (0,09)
Bildung (RK: geringe Bildung)						
<i>Mittlere Bildung</i>	0,16 (0,99)	0,36 (0,29)	0,28 (0,52)	0,22 (0,38)	0,51+ (0,28)	0,12 (0,43)
<i>Hobe Bildung</i>	0,24 (1,07)	0,62+ (0,32)	0,48 (0,60)	0,59 (0,42)	0,81** (0,30)	0,34 (0,48)
Nichtwahl 2009	1,49 (1,00)	0,47 (0,35)	-0,73 (0,88)	0,51 (0,40)	0,32 (0,31)	0,47 (0,48)
politisches Interesse (1-5)	0,93* (0,41)	0,54*** (0,12)	0,41* (0,21)	0,58*** (0,14)	0,51*** (0,12)	0,74*** (0,18)
Skalometer (parteispezifisch)	0,17+ (0,10)	0,19*** (0,04)	0,17* (0,08)	0,19** (0,06)	0,24*** (0,05)	0,21*** (0,06)
Konstante	-7,94*** (2,32)	-5,97*** (0,68)	-5,43*** (1,27)	-4,87*** (0,85)	-5,79*** (0,68)	-5,95*** (0,83)
Pseudo-R <sup>2</sup>	0,17	0,08	0,08	0,15	0,09	0,12
N	2058	3010	2946	2975	3004	2961

**Anmerkungen:** Standardfehler in Klammern; +  $p < 0,1$  \*  $p < 0,05$  \*\*  $p < 0,01$  \*\*\*  $p < 0,001$ .

In der Tabelle sind die Koeffizienten eines logistischen Regressionsmodells abgetragen, dessen abhängige Variable erfasst, ob Befragte durch eine Partei im Wahlkampf kontaktiert wurden, sodass für jede der sechs von uns untersuchten Parteien ermittelt werden kann, welche Gruppen durch Mobilisierungsanstrengungen erreicht wurden.

Quelle: GLES 2013.