

## NICHTS GENAUES WEISS MAN NICHT!?

### Über die Perzeption von Wahlprogrammen in der Öffentlichkeit\*

Daniel Rölle

*Zusammenfassung:* Was wissen die Wähler über Wahlprogramme und wie perzipieren sie die Programminhalte der von ihnen zu wählenden Parteien? Welche Rolle spielen Wahlprogramme bei der individuellen Wahlentscheidung? Trotz der zahllosen Untersuchungen über Parteien klafft bei der Beantwortung dieser Fragen bislang eine Lücke. Falls die politischen Parteien mit den Wahlprogrammen die Hoffnung verbinden, politische Einstellungen bzw. das Wahlverhalten beeinflussen zu können, müssten sie zumindest von der Prämisse ausgehen, dass die Bürger Wahlprogramme lesen oder zumindest deren (zentrale) Inhalte perzipieren und damit kennen. Ob und wie dies geschieht, ist jedoch weitgehend unklar. Der Beitrag zeigt anhand von bereits publizierten und eigenen Analysen, dass die Wähler relativ wenig über die Inhalte von Wahlprogrammen wissen. Gleichwohl genießen sie bei den Wählern einen höheren Stellenwert, als viele in der Politik(wissenschaft) vermuten. Zudem wird deutlich, dass Wahlprogramme und deren Inhalte eine Rolle bei der Wahlentscheidung spielen. Allerdings kann man – auf Grund der schlechten Datenlage – noch nicht von empirischen Belegen sprechen.

#### *I. Untersuchungsproblem*

Alle Wahljahre wieder ist es soweit: Die politischen Parteien in Bund und Ländern setzen Kommissionen ein, um für die kommende Wahl ein Wahlprogramm zu erarbeiten. Das meist über einen Zeitraum von mehreren Monaten entstandene Programm wird in (Teilen) der Partei diskutiert, dann auf Parteitag beschlossen, gedruckt und anschließend der Öffentlichkeit vorgestellt. Trotz des gewohnten Prozedere lautet die Gretchenfrage jedoch: Wie hält es der Wähler mit den Wahlprogrammen? Werden sie gelesen bzw. in breiten Teilen wahrgenommen oder interessiert sich außer „campaign junkies“<sup>1</sup> und einzelnen Parteifunktionären niemand für deren Inhalte?

Die Relevanz dieser Fragen ist nicht nur von demokratietheoretischer, sondern auch von wahlstrategischer Natur: Wenn die politischen Parteien mit den Wahlprogrammen über die reine Pflichterfüllung<sup>2</sup> hinaus auch die Hoffnung verbinden, politische Einstellungen bzw. das Wahlverhalten beeinflussen zu können, müssten die Bür-

---

\* Der Verfasser dankt Andreas Reichert, Frank Brettschneider und einem anonymen Gutachter für hilfreiche Kommentare zu einer früheren Version des Manuskripts.

1 Vgl. diesen Begriff bei Brettschneider (2000).

2 Nach dem Parteiengesetz § 6 müssen alle zur Wahl stehenden Parteien ein schriftliches Programm haben.

ger Wahlprogramme lesen oder zumindest deren (zentrale) Inhalte perzipieren und damit kennen. *Ob* bzw. *wie* dies geschieht, ist jedoch weit gehend unklar.<sup>3</sup>

Entgegen den (vermutlich) gehegten Erwartungen seitens der politischen Parteien scheint man sich dagegen in der Politikwissenschaft über die generelle Bedeutung(slosigkeit) von Wahlprogrammen für die Wähler relativ einig zu sein. Der Eindruck von Alemanns (1995: 50), wonach ein Wahlprogramm einer politischen Partei eher „in Schubladen und Info-Tischen der Parteien ... vergilbt“, als dass es von den Wählern gelesen wird, steht dabei exemplarisch für die pessimistische Einschätzung der Wahrnehmung von Wahlprogrammen durch die Bevölkerung (vgl. auch Raschke 1970: 16; Schönbohm 1974: 37; Steinseifer-Pabst und Wolf 1994: 63). Einen Schritt weiter geht Wolf (1990: 11), indem er sogar behauptet, „die Öffentlichkeit würde nicht einmal merken, wenn eine Partei, nachdem sie ihr Programm in einer provisorisch vervielfältigten Form der Presse vorgestellt hat, es dann gar nicht mehr drucken und verteilen würde“.

*Was wissen* die Wähler über Wahlprogramme bzw. *wie perzipieren* sie die Programminhalte der von ihnen zu wählenden Parteien? Welchen Einfluss haben Wahlprogramme auf das Wahlverhalten? Trotz der zahlreichen Untersuchungen über Wahlverhalten und Parteien klafft bei der Beantwortung dieser Fragen bislang eine Lücke in der politikwissenschaftlichen Forschung. Der vorliegende Beitrag bemüht sich, zumindest einen Teil dieser Lücke zu schließen.

## II. Funktion und Relevanz von Wahlprogrammen

Wahlprogramme stellen, im Gegensatz zu Grundsatz- oder Aktionsprogrammen, diejenige Programmform dar, die zum einen (neue) Wähler „werben“ und zugleich „aktiven Anhängern Rückhalt geben“, zum anderen Auskunft über die Zukunft der politischen Arbeit nach der Wahl geben soll (vgl. Schönbach 1977: 36). Die Parteien nehmen deshalb nach Czerwick (1984: 63) quasi eine normative „Aufgabenteilung“ zwischen Wahlprogrammen und den übrigen Programmformen vor: Während in Grundsatzprogrammen auch Programmelemente enthalten sind, die eher „utopischen Zielen“ in der Zukunft entsprechen, wird in Wahlprogrammen eher das politisch tatsächlich Erreichbare thematisiert. Den Wählern und den Medien kommen die Parteien zudem dadurch entgegen, dass sie im Laufe des Wahlkampfes verschiedene Einzelprogramme veröffentlichen, wie z.B. zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit oder zur Bildungs- bzw. Umweltpolitik. Auszüge aus diesen Programmen werden anschließend meist von den Medien veröffentlicht bzw. kommentiert.

Trotz des kaum vorhandenen Datenmaterials gehen viele Experten aus Wissenschaft und Praxis davon aus, dass außer politisch besonders interessierten Personen niemand Wahlprogramme liest bzw. deren Inhalte explizit kennt. Vertreter dieser Ansicht stellen an dieser Stelle die berechnete Frage nach dem Grund: Worin liegen die individuellen Anreize zur Lektüre von Wahlprogrammen? Und weiter: Warum sollten die

---

<sup>3</sup> Zum Zusammenhang von Parteiprogrammatik und Demokratie vgl. Volkens (1989: 116–119).

Wähler Wahlprogramme lesen, an deren Inhalte sich die Parteien nach der Wahl so wieso nicht mehr halten?

Dass diese Ansicht kein modernes Phänomen einer aufkeimenden Parteienverdrossenheit darstellt, belegt bereits eine 1966 durchgeführte Umfrage. Darin gaben knapp 70 Prozent der Befragten an, dass sie davon überzeugt sind, dass Wahlprogrammversprechungen nicht eingehalten werden (vgl. Raschke 1970: 16).

Entgegen der weit verbreiteten Skepsis konnten zahlreiche empirische Arbeiten die These, wonach das nachfolgende parlamentarische Handeln der Parteien mit den Wahlprogrammaussagen nicht übereinstimmt, *nicht* bestätigen. Vor allem die Arbeiten, die im Zusammenhang des Comparative Manifesto Projects entstanden sind, belegen, dass Wahlprogramme mehr sind als unverbindliche Absichtserklärungen. Sie stellen vielmehr einen guten Indikator für nachfolgendes parlamentarisches Handeln der Parteien dar (vgl. Hofferbert und Klingemann 1990; Hofferbert, Klingemann und Volkens 1992; und die Erweiterung des parlamentarischen Handelns auf die Oppositionsparteien bei Rölle 2000, 2001). Mit anderen Worten: Wer wissen will, welche Schwerpunkte das parlamentarische Handeln der Parteien im Bundestag umfasst, sollte einen Blick in ihre Wahlprogramme werfen.

### III. Empirische Belege zur Beziehung Wähler – Wahlprogramm

#### 1. Die Rolle von Wahlprogrammen in Umfragen

Ein probates Mittel der empirischen Sozialforschung, die Beziehung der Bevölkerung zu Wahlprogrammen zu erforschen, wäre die kontinuierliche Integration von Fragen zu Wahlprogrammen in Bevölkerungsumfragen. Leider gibt es über die Einstellungen zu Wahlprogrammen bzw. die Wahrnehmung der Wahlprogramme durch die Wähler kaum empirische Studien, da Fragen hierzu in der Umfrageforschung bislang ein Schattendasein fristen. Aus diesem Grund müssen innerhalb empirischer Analysen meist alternative Fragen zur Perzeption von Programminhalten verwendet werden. Häufig werden dazu Fragen nach der Perzeption von Parteieigenschaften gestellt. Dabei gehen die Umfrageinstitute bei der Fragestellung allerdings meist sehr unterschiedlich vor.

Das Institut für Demoskopie in Allensbach beispielsweise fragt in seinen Umfragen nach wahrgenommenen Unterschieden zwischen den Parteien, nach Parteiprofilen oder nach Zielen der Parteien. Dabei werden den Befragten verschiedene Issues vorgelegt, um sie anschließend zu fragen, ob dieses Issue bzw. diese Eigenschaft auf die jeweilige Partei zutrifft.<sup>4</sup> Entsprechend geht INRA Deutschland vor, indem in ihren Umfragen die Befragten den Parteien verschiedene Eigenschaften zuordnen müssen. Die Forschungsgruppe Wahlen nimmt ebenfalls keine expliziten Fragen zu Wahlprogrammen

<sup>4</sup> Einzig im Jahre 1996 fragte das Allensbacher Institut die Bürger explizit nach der Programmatik von Parteien. Allerdings mussten die Bürger dabei lediglich ihre Einschätzungen abgeben, ob es für oder gegen eine Partei spricht, wenn sie programmatisch „liberal“, „konservativ“ etc. ist.

in ihren Umfragen auf. Sie fragt seit 1969 die Bürger zumeist lediglich nach den „guten“ und „schlechten Seiten“ der Parteien.

Auch im Rahmen der – von wechselnden Forschergruppen durchgeführten – Deutschen Nationalen Wahlstudien (DNW) werden zwar stets zahlreiche Fragen zum Themenkomplex „Parteien“ gestellt, aber nur selten Fragen, die sich direkt auf Wahlprogramme beziehen. Häufig wird stattdessen nach der wahrgenommenen Unterscheidbarkeit der Parteien durch die Wähler gefragt. Allerdings stellt die Frage nach der Unterscheidbarkeit der Parteien m.E. keine direkte Bewertung von Wahlprogrammen bzw. Programmatik im Allgemeinen dar, sondern vielmehr eine Bewertung des öffentlichen Auftretens der Partei als Ganzes bzw. der zugeschriebenen Performanz der Spitzenkandidaten beim Umgang mit bestimmten politischen Themen.<sup>5</sup> Dabei wäre die explizite Unterscheidung zwischen Fragen nach den zur Wahl stehenden Kandidaten und den vorgelegten Wahlprogrammen in Befragungen notwendig, da eine systematisch-inhaltliche Trennung zwischen Kandidaten und Programmen ohnehin schwierig ist, denn „hinter dem Programm stehen immer mehr oder weniger bekannte Persönlichkeiten, die der Bürger mitakzeptiert, wenn er sich für das Programm entscheidet“ (Flohr 1968: 42).

## 2. „Kenntnisse“ der Wähler von Wahlprogrammen

Wie viel der bzw. welche Wahlprogramm Inhalte kennen die Wähler wirklich? Die Vermutung, dass die Wähler – mit einem im Laufe der Jahrzehnte steigenden politischen Interesse und einem erweiterten Medienangebot an politischen Informationen ausgestattet – zentrale Inhalte von Wahlprogrammen kennen, scheint die Studie von Arzheimer und Klein (2000) zu widerlegen. Sie verglichen im Rahmen der Hamburger Bürgerschaftswahl 1997 die Standpunkte der politischen Parteien mit den Wahrnehmungen der Parteipositionen durch die Hamburger Wähler.<sup>6</sup>

Wie die Autoren zeigen konnten, hatte ein Großteil der Befragten keine Ahnung von den wahlprogrammatischen Positionen der Parteien. Besonders auffällig trat dies

---

5 Dass die Frage nach der Unterscheidbarkeit von Parteien zudem starken Schwankungen unterworfen ist, zeigt die Frage nach der Perzeption der Performanz von Parteien, die innerhalb zweier DNW-Studien verwendet wurde. In der Studie im Wahljahr 1980 stimmten mehr als 60 Prozent der Befragten der Aussage *nicht* zu, wonach die politischen Parteien einander so ähnlich geworden seien, dass es gleichgültig sei, welche man von ihnen wähle (vgl. Gabriel 1987: 59). Andere Ergebnisse brachte hingegen die DNW-Studie 1994 zu Tage. Demnach konnten sowohl im Westen als auch im Osten nur noch ca. 30 Prozent der Befragten der Aussage zustimmen, dass die Parteien sich unterscheiden (vgl. Falter 1996: 287). Ob dieser Unterschied jedoch die mangelnde Validität bzw. Reliabilität des Messinstruments oder eine tatsächliche veränderte Wahrnehmung der Parteien widerspiegelt, soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden.

6 Die programmatischen Positionen der Parteien wurden dabei sowohl durch eine Inhaltsanalyse der beiden Hamburger Tageszeitungen als auch durch eine Inhaltsanalyse der Wahlprogramme der Hamburger Parteien erfasst. Die wahrgenommenen Programmpositionen seitens der Wähler stammen aus einem repräsentativen Zwei-Wellen-Panel, das in Form einer schriftlich-postalischen Befragung unmittelbar nach der Wahl durchgeführt wurde (genauere Angaben zur Studie vgl. Arzheimer und Klein 2000: 403f.).

bei der – zum damaligen Zeitpunkt nicht mehr in der Bürgerschaft vertretenen – FDP zutage. Je nach Politikfeld konnten bis zu 45 Prozent der Befragten der FDP keinen Standpunkt des Wahlprogramms zuordnen.

Dabei wäre zumindest die Beschaffung von Wahlprogrammen mit einem nur geringem Aufwand für die Wähler verbunden. Nach § 6 Abs. 3 des bundesdeutschen Parteiengesetzes hat jeder Bürger die Möglichkeit, sich vom Bundeswahlleiter alle Programme der zur Wahl stehenden Parteien kostenlos zusenden zu lassen. Dies scheint jedoch kaum jemand zu wissen, bzw. es nimmt kaum jemand von dem Angebot Gebrauch.<sup>7</sup>

### 3. „Kenntnisse“ der Wähler von Parteiprogrammen

Möglicherweise ist die allgemeine Unkenntnis der Wahlprogramminhalte dadurch zu erklären, dass Wahlprogramme zu jeder Wahl neu formuliert werden und somit breite Wählerschichten den „Überblick“ über die Palette programmatischer Angebote der Parteien verlieren. Demnach könnten die Partei- bzw. Grundsatzprogramme auf Grund der eher seltenen Neuformulierung eine höhere Aufmerksamkeit bei den Wählern genießen. Dies ist umso wahrscheinlicher, je zeitlich näher die Befragung an der Veröffentlichung des Grundsatzprogramms durchgeführt wurde.

Dass dies jedoch nicht der Realität entspricht, konnte bereits eine EMNID-Studie vor 40 Jahren belegen, die zudem meines Wissens die erste Umfrage in Deutschland war, die explizit eine Frage nach der Perzeption von Parteiprogrammatik enthielt. Dabei wurden die Bundesbürger im Anschluss an die Bundestagswahl 1961 nach Einzelheiten bzw. zumindest generellen Tendenzen der Parteiprogramme befragt. Es stellte sich heraus, dass eine Mehrheit der Befragten keinerlei Tendenzen – geschweige denn Einzelheiten – innerhalb der Parteiprogramme kannte bzw. nur vage Vorstellungen von Parteizielen äußern konnte. Dabei zeigte sich zudem kein Unterschied zwischen Nicht-Mitgliedern und Mitgliedern politischer Parteien, denn auch die Mitglieder kannten das aktuelle Programm ihrer Partei mehrheitlich nicht bzw. konnten lediglich grobe „Parteilinien“ nennen (vgl. Blücher 1962: 40; Eberlein 1962: 240). Dies überrascht, zumindest bei den SPD-Anhängern, insofern, als die SPD mit dem knapp ein Jahr vor der Umfrage veröffentlichten Godesberger Programm einen tiefen programmatischen Schnitt vollzogen hatte, in dem sie sich als Volkspartei für breitere Wählerschichten öffnete. Offensichtlich nahmen dies weder die Mitglieder, noch ein Großteil der Wähler unmittelbar nach Godesberg wahr.<sup>8</sup>

Dass die Unkenntnis der Inhalte von Parteiprogrammen nicht nur in Deutschland, sondern auch im Nachbarland Österreich vorzufinden war, zeigt eine Umfrage Ende

<sup>7</sup> Eine Anfrage beim Bundeswahlleiter bestätigt diese Auffassung. Demnach gingen 1998 lediglich rund 1700 Bestellungen von Wahlprogrammen ein, etwa 550 davon im Wahlmonat September. Bei rund 60 Millionen Wahlberechtigten ein Anteil von lediglich 0,003 Prozent.

<sup>8</sup> Lediglich 33 Prozent der Wähler perzipierten eine Annäherung der Programme von SPD und CDU, während knapp 47 Prozent der Befragten angaben, es habe sich nichts verändert. Welche Faktoren bei dieser (falschen) Perzeption eine Rolle spielten, konnte mit den vorhandenen Daten jedoch nicht geklärt werden.

der 1970er Jahre (vgl. dazu Sozialwissenschaftliche Studiengesellschaft 1978; Fischer-Kowalksi und Bucek 1982). Trotz des im Verhältnis zu Deutschland (3 Prozent) traditionell sehr viel höheren Anteils an Parteimitgliedern in der österreichischen Bevölkerung (damals knapp 26 Prozent), lässt sich hier ein ähnlich niedriges Informationsniveau konstatieren. Dabei wurden die Befragten nach dem neuen Parteiprogramm der SPÖ gefragt. Etwa 2/3 der Befragten gaben an, bereits etwas von dem neuen Programm gehört zu haben. Von dieser Befragtengruppe konnten jedoch etwa 65 Prozent keinen einzigen Punkt des neuen Parteiprogramms nennen. Die übrigen 35 Prozent nannten am häufigsten das Thema „Arbeitsplatzsicherung“.

Ähnlich wie in der Untersuchung zur Hamburger Bürgerschaftswahl bleibt jedoch zu vermuten, dass bei den Befragten, die den Parteien Positionen zuordneten, weniger objektives Wissen, als vielmehr eine zufällige Anordnung der Parteipositionen für die (falsche) Zuordnung verantwortlich war bzw. wie im Falle Österreich eher „aus dem SPÖ-Image abgeleitet und dem Parteiprogramm aufgeprägt wurde“ (Sozialwissenschaftliche Studiengesellschaft 1978: 30). Alles in allem lassen die bisher dokumentierten Ergebnisse den vorläufigen Schluss zu, dass das *Wissen* in Deutschland sowohl über Parteiprogramme als auch über Wahlprogramme sehr schwach ausgeprägt ist.

#### 4. Gründe für mangelhafte Kenntnisse der Programminhalte in der Bevölkerung

Warum weiß die Mehrheit der Bevölkerung so wenig über die Programminhalte bzw. warum liest die Bevölkerung nicht die Programme der von ihnen zu wählenden Parteien? Eberlein (1962: 241) beantwortet diese Frage dahin gehend, dass Programme „der Masse des Volkes einerseits zu abstrakt, andererseits zu kompliziert in ihren Einzelheiten [sind]. Man simplifiziert sie auf wenige Grundzüge und hält sich im übrigen an die Persönlichkeiten, die als Vertreter der Parteien an die Öffentlichkeit treten.“ Die Parteien reagieren auf die „Probleme“ der Wähler mit Wahlprogrammen insofern, als sie „vielfach Kurzfassungen ihrer Programme als ‚Volksausgaben‘ erarbeiten lassen“ (Czerwick und Sarcinelli 1982: 126) bzw. ihre Programme so kurz wie möglich fassen.<sup>9</sup>

Allerdings kann man nicht von einem generellen Desinteresse gegenüber Wahlprogrammen ausgehen, wie zwei Studien Anfang der 1980er Jahre belegen. Auf einer Liste von neun Möglichkeiten kreuzten im Rahmen der Kieler Wahlstudien 1980 bzw. 1983 bei der Frage, wodurch sie sich über die Ziele von Politikern und Parteien informieren, jeweils knapp 28 Prozent der Befragten das Stichwort „Programme“ an.

Ein auf den ersten Blick plausibler Grund für die Unkenntnis der Wähler, wonach Programme von ihnen als unwichtig für das politische Geschehen bewertet werden,

<sup>9</sup> Eine Analyse von Walters (1990) für die USA kann diese Einschätzung stützen. Demnach hatten neben parteiinternen Debatten und dem schlechten Abschneiden der Demokraten bei der Präsidentschaftswahl 1984 auch die unzureichende Wahrnehmung der Wahlprogramme seitens der amerikanischen Öffentlichkeit Auswirkungen auf das Wahlprogramm der Demokraten im Präsidentschaftswahlkampf 1988 Dukakis vs. Bush. Der Umfang des demokratischen Wahlprogramms wurde durch die Programmkommission um 90(!) Prozent von ca. 35.000 Wörtern (1984) auf etwa 3.500 Wörtern (1988) reduziert.

konnte bislang ebenfalls nicht belegt werden. Auf die Frage nach den drei bis vier wichtigsten Forderungen an die Parteien nannten eine große Anzahl der Befragten im Rahmen der EMNID-Studie von 1961 vor allem das „Festhalten an ihrem Programm (bzw. Regierungsprogramm)“ (vgl. Eberlein 1962: 257).

Über weitere Gründe für die unterentwickelte Informiertheit der Wähler in Bezug auf Programminhalte kann auf Grund fehlender Daten nur spekuliert werden. Mehr als plausibel wäre es jedoch, wenn man die Ursachen für die geringe Informiertheit nicht nur beim Wähler, sondern sowohl bei den Parteien selbst als auch bei den Medien sucht. Den Parteien gelingt es offensichtlich nicht, die zentralen Inhalte ihrer Wahlprogramme im Wahlkampf zu positionieren bzw. zu artikulieren. Diese Einschätzung deckt sich mit einer Befragung nach der Bundestagswahl 1965 (Deutsche Nationale Wahlstudie). Dabei konnten nur knapp 5 Prozent derer, die Wahlkämpfe für notwendig betrachten, der Aussage zustimmen, dass der Wahlkampf u.a. über die Programme der Parteien informiert hat. Aber auch die Medien tragen durch eine knapp gehaltene bzw. irreführende Berichterstattung über die Wahlprogramminhalte der Parteien potenziell zur „Nichtinformiertheit“ der Wähler bei (vgl. die Berichterstattung über das Wahlprogramm von Bündnis '90/Die Grünen zur Bundestagswahl 1998 in *Abschnitt V*). Anzeichen für die Bestätigung dieser Vermutung liefert die Untersuchung von Schatz und Rettich (1998). Sie konnten exemplarisch zeigen, dass Wahlprogramme deutlich mehr Sachinformationen enthalten als die Berichterstattung der Medien über Parteien.

#### IV. *Perzeption von Programmatik durch die Wähler*

Geht man davon aus, dass Sachthemen – trotz der weit verbreiteten These einer zunehmenden Personalisierung in der Politik – auch weiterhin eine wesentliche Rolle bei der individuellen Wahlentscheidung spielen, werfen die bislang vorgestellten Ergebnisse die Frage auf, *wie*, wenn nicht über Lektüre der Programme, die Wähler die programmatischen Positionen der Parteien perzipieren. Einen potenziellen Erklärungsansatz liefert Raschke (1970: 15), wonach die Parteien nicht in erster Linie auf Grund ihrer Programme unterschieden werden, „sondern aufgrund von ‚Images‘ und von politischen Führern, die diesen Images entsprechen sollen“. Demnach sind Images „Leitbilder, in die zwar auch Programmatisches einfließt ..., aber in einer sehr diffusen Art“. Sie setzen sich vor allem aus „Schlagworten, gefühlsmäßigen Einstellungen, sozialen Vorurteilen und Programmfetzen“ zusammen.<sup>10</sup>

In eine vergleichbare Richtung weisen die Ergebnisse von Klingemann (1983, 1986). Demnach werden die Parteien von den Wählern mit bestimmten programmatischen Stereotypen in Verbindung gebracht. Die Hauptaufgabe der Parteien im Wahlkampf besteht lediglich darin, diese Stereotypen durch verschiedene Aktionen und Reden ‚am Leben zu erhalten‘. Ähnlich argumentieren Czerwick und Sarcinelli (1982: 20). Demnach erreicht die „politische Programmatik im allgemeinen und Wahlpro-

<sup>10</sup> Einen empirischen Beleg für diesen Wahrnehmungsprozess der Programme durch die Wähler bleibt Raschke (Raschke 1970: 15) allerdings mit dem Hinweis darauf schuldig, dass Leitbilder „schwer rational zu überprüfen [sind]“.

grammatik im besonderen den Adressaten ‚Wähler‘ meist nur über Personalisierung und Reizwortbildung“ (ebenda; ähnlich auch bei Schulz 1998: 381).

Eine wichtige Rolle bei der individuellen Perzeption von programmatischen Parteipositionen spielt das Vorhandensein einer Parteiidentifikation. Diese, sich in der Phase der Sozialisation konstituierende langfristige affektive Parteibindung wirkt darauf hin, dass die politischen Einstellungen möglichst konsistent sind, d.h. sowohl die Perzeption als auch die Bewertung von Parteipositionen wird von der Parteiidentifikation beeinflusst. Die Parteiidentifikation wirkt dabei quasi als ein WahrnehmungsfILTER, indem der Wähler diejenigen Positionen wahrnimmt, die er „seiner“ Partei zuschreibt (Komplexitätsreduktion) und zudem positiver beurteilt (Konsistenz des persönlichen Einstellungssystems; vgl. Campbell et al. 1960; Gabriel 1997).

#### Die Rolle der Massenmedien

Eine, wenn nicht sogar *die* zentrale Rolle bei der Wahrnehmung programmatischer Positionen nehmen die Medien ein. Bereits Mitte der siebziger Jahre schrieb Schönbohm (1974: 18) den Medien die Funktion zu, die Grundlage der Urteilsbildung der Wähler über politische Programme zu schaffen. Auch Woyke (1994: 97) betont, dass das „Profil“, welches die Parteien in der Öffentlichkeit haben, zum einen von ihrer politischen Führung, zum anderen durch ihre Darstellung in den Medien und ihren Programmen erzeugt wird.

Empirische Belege für die Rolle der Massenmedien bei der Perzeption von Wahlprogrammen liefert die Studie von Sani und Segatti (1998) zum Wahlkampf zur italienischen Parlamentswahl 1996. Die Frage war, *ob* und wenn ja *inwiefern* Wahlkampfaktivitäten – insbesondere die Präsentation von Wahlprogrammen bzw. Wahlplattformen – das in Umfragen ausgemachte Kräftegleichgewicht zwischen den einzelnen Bewerbern der Parteilanzen verändern würde. Unter der Prämisse der Unkenntnis von Wahlprogramminhalten durch die italienischen Wähler schreiben die Autoren den Medien bei der Vermittlung von Programminhalten die Hauptrolle zu.<sup>11</sup>

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die vereinzelt Informationen über Programminhalte in der Bevölkerung eher einer *perzipierten Programmatik* bzw. einer oft beliebigen Zuordnung von politischen Inhalten entsprechen als einem fundierten Wissen über Programminhalte und deren parteienspezifische Herkunft.

#### V. Wahlprogramme und Wahlverhalten

Eine Frage, die sich aus den bisher vorgestellten Ergebnissen stellt, lautet: Wenn die Wähler sowieso kaum Wahlprogramminhalte kennen, „müssen“ dann deren Einstellungen überhaupt mit den Programmpositionen übereinstimmen, um den Parteien

---

11 Die Vermutung, dass Wahlkampfaktivitäten (wie z.B. die erneute Präsentation von Wahlprogrammen bzw. Auszügen daraus) auch in der „heißen Phase“ des Wahlkampfs, also 4–6 Wochen vor der Wahl, die Wahlabsichten der Bevölkerung noch beeinflussen, ließ sich allerdings empirisch nicht bestätigen.

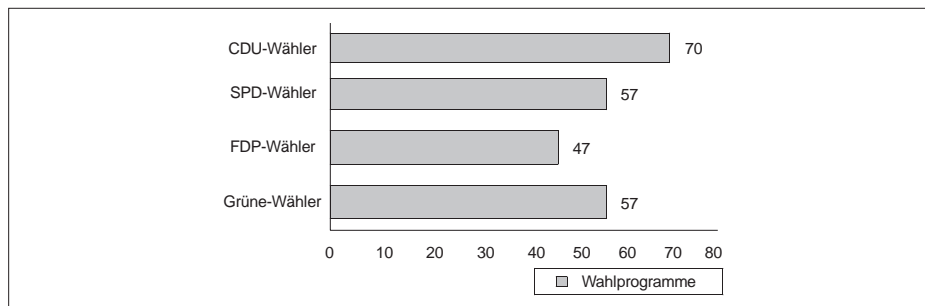


Wählerstimmen einzubringen? Oder anders formuliert: Beeinflusst die Wahrnehmung der Wahlprogramminhalte die Einstellungen bzw. das Wahlverhalten?

### 1. Einstellungen der Wähler zu Wahlprogrammen

Trotz der geringen Kenntnisse von Wahlprogramminhalten bildet sich innerhalb der einzelnen Wählerschaften eine unterschiedliche Einstellung gegenüber dem Wahlprogramm der präferierten Partei. Dies belegt eine Befragung im Rahmen der Wahlstudie zur Bundestagswahl 1987, bei der die Wähler explizit nach ihren Einstellungen zu den gesamten Wahlprogrammen der einzelnen Parteien befragt wurden (vgl. *Abbildung 1*).

*Abbildung 1:* Bewertung der Wahlprogramme nach Parteianhängerschaften, 1987  
(in gerundeten Prozent)



*Anmerkungen:* N = 1954; Hier dargestellt: Ausprägungen 6 und 7 (Skala: 1 „... schlechtes Programm“ bis 7 „... gutes Programm“); eta zwischen .75 (CDU) und .48 (FDP); eigene Berechnungen.

*Quelle:* DNW-Studie 1987 (ZA-Nr. 1537).

Wenn auch in dieser Befragung nicht explizit nach Programminhalten bzw. -kenntnissen gefragt wurde, so zeigt sich doch, dass die einzelnen Parteianhängerschaften das Wahlprogramm recht unterschiedlich bewerten und keineswegs den perzipierten Programminhalten ihrer Parteien „blind“ folgen. Während knapp 70 Prozent der CDU-Wähler das Programm ihrer gewählten Partei als gut bewerten, können dies nur jeweils über die Hälfte der SPD bzw. Grünen Wähler ebenso bestätigen. Bei den FDP-Anhängern kann hingegen nicht einmal jeder zweite das FDP-Programm als gut bezeichnen.

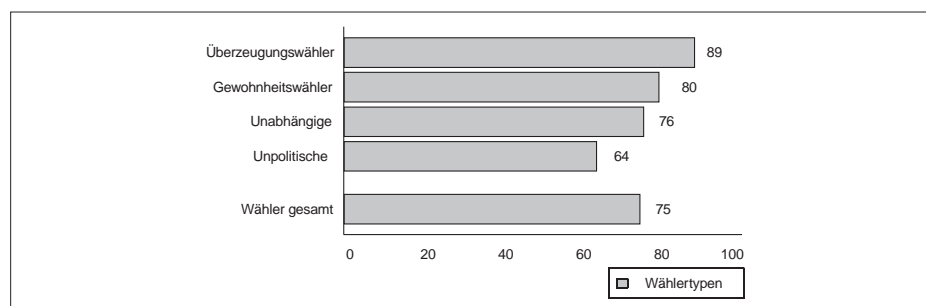
Den Zusammenhang zwischen Einstellungen zu Wahlprogrammen und nachfolgendem Wahlverhalten belegt eine englische Studie in den siebziger Jahren. Danach zeigte sich sowohl 1970 als auch 1979, dass die Wahlprogramme der britischen Parteien in unterschiedlichem Maße mit den Vorstellungen ihrer Wähler übereinstimmten. Dabei entsprachen die Einstellungen der Wähler der siegreichen Konservativen Partei in 12 von 15 Issues den Standpunkten des Wahlprogramms, während bei Labour nur vier von 15 Parteistandpunkten mit den Einstellungen ihrer Wähler kongruent waren (vgl. Kavanagh 1981: 12).

## 2. Welche Rolle spielen Wahlprogramme bei der Wahlentscheidung?

„Wahlprogramme entscheiden in der Regel keine Wahlen“, da „sie für das konkrete Entscheidungsverhalten des Bürgers am Wahltag ... nur ein Faktor unter vielen“ sind (zitiert nach Kriechbaumer 1990: 33; vgl. Schönbach 1977: 360). Wenn diese These zutrifft, müssten die subjektiv perzipierten Wahlprogramminhalte für die individuelle Wahlentscheidung eine untergeordnete Rolle spielen. Die wenigen Umfragen, die sich mit dieser Fragestellung beschäftigt haben, kommen zu keinem einheitlichen Bild.

a) *Bundestagswahlen.* Bei der DNW-Befragung im Jahre 1994 beispielsweise bezeichneten drei von vier Wählern Wahlprogramme als wichtig für die eigene Wahlentscheidung (vgl. *Abbildung 2*). Es zeigt sich, dass die Einschätzung der Wichtigkeit von Wahlprogrammen umso größer ist, je enger die Bindung an die zu wählende Partei ist bzw. je größer die Überzeugung ist, diese Partei zu wählen. Dieses Ergebnis legt die Einschätzung nahe, dass insbesondere Stammwähler programmorientiert wählen.

*Abbildung 2:* Bedeutsamkeit der Wahlprogramme für die Wahlentscheidung, 1994 (in gerundeten Prozent)



*Anmerkungen:* N = 1267; Angegeben sind die Ausprägungen 1 „sehr wichtig“ und 2 „wichtig“ (4er-Skala);  $\eta = .14$  (zwischen „Wahlabsicht“ und „Bedeutung der Wahlprogramme“); eigene Berechnungen.

*Quelle:* nach Schulz (1998); Daten: Deutsche Nationale Wahlstudie 1994 (ZA Nr. 2599);

Bereits knapp zwanzig Jahre zuvor spielte die Programmatik der Parteien für die Wahlentscheidung der Wähler eine Rolle. Bei einer Umfrage im Rahmen der Bundestagswahl 1976 (Kieler Wahlstudie), konnten die Befragten auf einer Liste von über 50 Möglichkeiten wählen, welcher der wichtigste Grund für ihre Wahl- bzw. Parteientcheidung ist. Die häufigsten Nennungen gab es bei dem Item „Programmatik der Partei, Ziele ihrer Politik“ (15 Prozent), noch vor der „Bewertung der bisherigen Leistung“ (13 Prozent) bzw. „Sympathie, Vertrauen für Partei und deren Politiker“ (10 Prozent).

Ähnliche Ergebnisse brachte auch eine Umfrage zu Tage, die im Rahmen der Arbeitsgruppe Wahlen an der Sektion Sozial- und Politikwissenschaften (Universität Jena) entstanden ist. Besondere Aufmerksamkeit verdient diese Studien zudem, weil sie in einer besonderen Transformationsphase der deutsch-deutschen Vereinigung ent-

stand, nämlich im Vorfeld der ersten freien Volkskammerwahl der ehemaligen DDR im März 1990.<sup>12</sup> Dies impliziert wiederum eine Situation, wie sie in ähnlicher Form in Westdeutschland 1949 vorzufinden war: Eine erste demokratische Wahl nach einem totalitären Regime und somit auch eine erste direkte Konfrontation mit Wahlprogrammen der zur Wahl angetretenen Parteien bzw. Bündnisse. Welchen Einfluss Wahlprogramme auf die Wahlabsicht bei der Volkskammerwahl 1990 in Jena hatten, verdeutlichen die Zahlen in *Tabelle 1*.<sup>13</sup>

*Tabelle 1:* Einfluss der Wahlprogramme auf das Wahlverhalten bei der Volkskammerwahl in Jena, 1990 (gerundete Prozentangaben)

<i>Die Inhalte des Programms meiner Partei hat einen ... Einfluss auf meine Wahlentscheidung.</i>	<i>Wahlabsicht</i>					
	CDU	SPD	BDF*	B'90	PDS	Gesamt
(sehr) stark	72	58	50	72	83	69
teils/teils	20	27	34	21	10	20
keinen Einfluss	9	15	16	8	7	9

\* BDF (Bund Freier Demokraten); N = 841, eta = .11 (eigene Berechnungen).

*Quelle:* Soziale Situation und politische Orientierungen der Jenaer Bevölkerung vor der Volkskammerwahl (ZA-Nr. 6349).

Mehr als 2/3 der Wählerinnen und Wähler gaben an, dass sie sich (sehr) stark von den Wahlprogramminhalten ihrer präferierten Partei bei der Wahlentscheidung beeinflussen ließen. Es zeigt sich zudem, dass die subjektiv wahrgenommene Beeinflussung nicht bei allen Parteianhängern gleich groß war. Während etwa 3 von 4 Wählern der CDU, PDS und Bündnis '90/Die Grünen angaben, sich von den Wahlprogrammen ihrer Partei beeinflussen zu lassen, konnte dies nur knapp jeder zweite Wähler von SPD bzw. BDF bestätigen.

Aber auch für Unentschlossene, bei denen die Wahlabsicht zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht feststand, können Wahlprogramme für die Wahlentscheidung eine Rolle spielen. Bei der Kieler Wahlstudie 1980 gaben die Befragten als Gründe für ihr Zögern neben der Person des CDU/CSU-Kanzlerkandidaten Strauß (16 Prozent) und dem Wahlkampfstil der Parteien bzw. Politikern (14 Prozent), die Inhalte der Wahlprogramme (9 Prozent) als dritt wichtigsten Grund an.<sup>14</sup>

Einen deutlichen Einfluss von Wahlprogramminhalten auf die Wahlabsicht konn-

12 Genauere Information zur Datenerhebung vgl. Bluck und Kreikenbom (1991: 495).

13 Plausibel wäre auch – an Stelle der Wahlabsicht – die Parteineigung zu verwenden. Auf Grund der Vergleichsfrage nach dem Einfluss auf die *Wahlentscheidung* schien jedoch die Frage nach der Wahlabsicht die passendere Variable zu sein.

14 Die subjektive Einschätzung des Wahlprogramms spielt jedoch für die eigene Wahlentscheidung nicht vor jeder Wahl eine Rolle. So gaben bei einer Umfrage vor der Bundestagswahl 1969 auf die Frage, warum die Befragten eine bestimmte Partei wählen wollen, nur knapp 5 Prozent an, dass der Wahlentscheid auf Grund der Übereinstimmung des Parteiprogramms mit den eigenen Vorstellungen getroffen wurde. Eine wesentlich wichtigere Rolle stellt die Einschätzung, die Partei „habe alles gut gemacht“ (29 Prozent) bzw. die generelle Einschätzung dieser Partei als „beste Partei“ (22 Prozent).

ten Arzheimer und Klein (1999) belegen. In dieser Studie wird zudem deutlich, welche Rolle die Massenmedien beim Transport von politischen Inhalten spielen (können).

Untersuchungsgegenstand der Analyse war der Entstehungsprozess des Wahlprogramms von Bündnis '90/Die Grünen, das im Vorfeld der Bundestagswahl 1998 beschlossen und vorgestellt wurde. Dieses Programm beinhaltete einen Katalog von Maßnahmen, darunter – im zweiten Entwurf – auch die berühmt gewordene Forderung, den Benzinpreis auf 5 DM pro Liter zu erhöhen. Als die Printmedien diese verkürzte Forderung auf die Titelseiten brachten und breite öffentliche Proteste die Folge waren, schob die Partei eine korrigierte Kurzfassung des Programms nach. Arzheimer und Klein konnten zeigen, dass – nach der Präsentation des Wahlprogramms – die Wahlbereitschaft zu Gunsten der Grünen in der Bevölkerung, sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland, rapide zurückging. Es zeigte sich also, dass – zumindest im vorliegenden Fall – „die programmatische Ausrichtung der GRÜNEN einen ganz wesentlichen Einfluß auf das Wahlverhalten zugunsten der Partei hat“ (Arzheimer und Klein 1999: 41). Mit anderen Worten: Die Wähler nahmen die politischen Forderungen des Programms bzw. die Berichterstattung über einen Programmpunkt wahr und wendeten sich anschließend von den Grünen ab.

*b) Landtagswahlen.* Auch auf Ebene der Landtagswahlen können Wahlprogramme eine Rolle für die Wahlentscheidung spielen. Dies verdeutlicht eine Umfrage, die vor der ersten Landtagswahl in Thüringen im Oktober 1990 erneut in Jena durchgeführt wurde.<sup>15</sup> Auch hier bezeichnet eine deutliche Mehrheit der Befragten Wahlprogramminhalte als sehr wichtig bzw. wichtig für die eigene Wahlabsicht (vgl. *Tabelle 2*).

*Tabelle 2:* Einfluss der Wahlprogramme auf das Wahlverhalten bei der Thüringer Landtagswahl in Jena, 1990 (gerundete Prozentangaben)

<i>Die Inhalte des Programms meiner Partei hat einen ... Einfluss auf meine Wahlentscheidung.</i>	<i>Wahlabsicht</i>					
	CDU	SPD	BDF*	B'90	PDS	Gesamt
(sehr) stark	86	58	50	72	83	84
teils/teils	10	27	34	21	10	9
keinen Einfluss	4	15	16	8	7	7

\* BDF (Bund Freier Demokraten); N = 247; eta = .16 (eigene Berechnungen).

*Quelle:* „Soziale Situation und politische Orientierungen der Jenaer Bevölkerung vor der Landtagswahl“ (ZA-Nr. 6348).

Die Programminhalte werden bei der Landtagswahl durchweg wichtiger für die individuelle Wahlentscheidung eingeschätzt als die Programminhalte bei der Volkskammerwahl. Vier von fünf Wählern gaben an, dass die Wahlprogramminhalte einen (sehr) starken Einfluss auf ihre Wahlentscheidung haben. Auf der Ebene der Parteianhängerschaften lassen sich zudem erhebliche Unterschiede erkennen. Während mehr als 80 Prozent der Wähler am rechten (CDU) und am linken Spektrum (PDS) angaben, sich von Wahlprogramminhalten stark beeinflussen zu lassen, bestätigten dies nur drei von

<sup>15</sup> Genauere Information zur Datenerhebung vgl. Bluck und Kreikenbom (1991: 495).

vier Anhängern von Bündnis '90/Die Grünen. Den geringsten wahrgenommenen Einfluss auf das Wahlverhalten gaben hingegen die SPD-Wähler in Jena an (58 Prozent).

Dass Wahlprogramme zu einer Landtagswahl aber nicht nur in einer jungen Demokratie für die Wähler eine Rolle spielen, sondern auch in Bayern eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen, zeigt die Studie der Forschungsgruppe Wahlen zur Landtagswahl 1994 in Bayern. Dabei gaben knapp 74 Prozent der Befragten an, dass für ihre Wahlentscheidung die Programme wichtiger waren als die Spitzenkandidaten der Parteien (auf tabellarische Nachweise wird verzichtet).<sup>16</sup>

Die Frage, die über rein deskriptive Befunde bei der Analyse des Zusammenhangs zwischen Wahlprogrammen und Wahlverhalten von Interesse ist, lautet: Was kennzeichnet den programmatischen Wähler bzw. welche Faktoren beeinflussen ein programmorientiertes Wahlverhalten? *Tabelle 3* gibt darüber – zusammengefasst für beide Jenaer Studien zur Landtags- bzw. Volkskammerwahl – Aufschluss.

*Tabelle 3:* Einflussfaktoren auf programmorientiertes Wahlverhalten in Jena, 1990  
(standardisierte Regressionskoeffizienten)

<i>Einflussfaktoren</i>	<i>Volkskammerwahl '90</i>	<i>Landtagswahl '90</i>
Wahlabsicht	.07ns	.03ns
Sicherheit der Wahlentscheidung	.11*	.18*
Parteisympathie	.03ns	.23* (Sympathie für PDS)
Bildung	.04ns	.06ns
Mediennutzung Zeitung	.10*	–
Mediennutzung Radio & TV	.01ns	–
Parteimitgliedschaft	–.09ns	–
Information über Programm der eigenen Partei	.31**	–
Information über Programme aller Parteien	.02ns	–
R <sup>2</sup>	.20	.10

*Anmerkungen:* Abhängige Variable: angegebene Beeinflussung der Wahlentscheidung durch Programminhalte; \* =  $p < .05$ ; \*\* =  $p < .001$ ; ns: nicht signifikant; – (wurde nicht abgefragt).

*Quellen:* Vgl. *Tabellen 1* und *2*.

Zunächst wird deutlich, dass – auf Grund der unterschiedlichen Verwendung von Fragen in den verwendeten Umfragen – die Ergebnisse zwischen Volks- und Landtagswahl nur teilweise vergleichbar sind. Bezogen auf die Volkskammerwahl lässt sich dennoch sagen, dass offensichtlich das subjektive Gefühl, gut über das Programm der eigenen Partei informiert zu sein, den deutlich größten Einfluss auf die programmorientierte Wahlabsicht hat. Darüber hinaus liefert die Sicherheit der Wahlentscheidung (vgl.

<sup>16</sup> An dieser Stelle sei angemerkt, dass – wie so häufig in Umfragen – auch das Phänomen der sozialen Erwünschtheit beim Antwortverhalten der Befragten sicherlich nicht auszuschließen ist. Nur wenige Befragte antworten möglicherweise „ehrlich“, wenn sie nach dem Einfluss von Wahlprogramminhalten auf ihr Wahlverhalten gefragt werden. Dennoch bleibt es auch hier – angesichts der unzureichenden Datenlage – dabei, dass sich Belege hierfür nur schwer finden lassen.

DNW-Studie 1994) und die Zeitungslektüre im Wahlkampf einen ebenfalls signifikanten Erklärungsbeitrag zur programmorientierten Wahlabsicht. Offensichtlich nutzen die Zeitungen bei der Veröffentlichung von Wahlprogramminhalten hier ihren Vorteil gegenüber anderen Medien aus, auf engem Raum eine Vielzahl an Informationen zu platzieren. Interessanterweise hat die Mitgliedschaft in Parteien – zumindest im Vorfeld der Volkskammerwahl – einen negativen Einfluss auf die programmorientierte Wahlabsicht. Eine Erklärung ist möglicherweise, dass (die wenigen) Parteimitglieder in Jena im Wendezeitraum noch keine besonders enge Bindung an das Programm ihrer Partei hatten.

Bei der Landtagswahl zeigt sich vergleichbar mit der Volkskammerwahl, dass die Sicherheit der Wahlentscheidung einen signifikanten Erklärungsbeitrag zum programmorientierten Wahlverhalten liefert. Vergleichbar mit der Volkskammerwahl spielt die Parteiensympathie hingegen keine Rolle – mit signifikanter Ausnahme der PDS, die es offensichtlich in Jena geschafft hatte, ihre Sympathisanten im Zeitraum eines halben Jahres zwischen Volkskammer- und Landtagswahl hinter sich zu scharen.

Trotz des potenziellen Unsicherheitsfaktors „soziale Erwünschtheit“ beim Antwortverhalten zu Wahlprogrammen und aller – auf Grund der Datenlage – gebotenen Vorsicht, von empirischen *Belegen* zu sprechen, kann man m.E. resümierend festhalten, dass es Hinweise dafür gibt, dass ein Zusammenhang zwischen Pogramminhalten und angegebenen Wahlverhalten der Wähler besteht.<sup>17</sup>

#### VI. Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

Legt man die im Zusammenhang von Parteiprogrammatik häufig zitierte Definition von Flechtheim (1968: 415) zu Grunde, stellt ein politisches Programm generell eine „schriftliche Bekanntmachung der Vorhaben eines politisch Handelnden oder einer politischen Institution“ dar, welches wiederum „über Charakter und Ziele einer politischen Gruppe, Partei oder Bewegung Aufschluß geben soll“. Dass die Inhalte von Wahlprogrammen tatsächlich von dem Wahlvolk wahrgenommen würden bzw. wahlentscheidend wären, glauben jedoch die wenigsten aus der Zunft der Wahlforscher.

Der Beitrag versuchte im Kontext dieser Thematik, Antworten auf folgende Fragen zu geben. Zum einen: Was wissen die Wähler über Wahlprogramme bzw. wie perzipieren sie deren Inhalte? Zum anderen wurde untersucht, inwiefern Wählereinstellungen mit Programmpositionen der Parteien übereinstimmen (müssen), um Wählerstimmen für die Parteien zu sichern, bzw. inwiefern subjektive Kenntnisse über Wahlprogramminhalte individuelles Wahlverhalten beeinflussen kann.

Zunächst sei angemerkt, dass auf Grund der geringen Anzahl von empirischen Daten, die sich mit Wahlprogrammen beschäftigen, der vorliegende Aufsatz eher eine Bestandsaufnahme sein, als einen – wie es wünschenswert wäre – Beitrag dazu leisten kann, neue Antworten auf die Frage nach der Wahrnehmung programmatischer Positionen zu leisten. Die wenigen Studien, die sich – wenn überhaupt – mit Hilfe von

---

<sup>17</sup> Einschränkung sei hierzu erwähnt, dass die häufig hierbei verwendete Frage nach der Wahlabsicht nicht das nachfolgende Wahlverhalten widerspiegeln muss.

Umfragedaten empirisch mit Wahlprogrammen auseinandergesetzt haben, lassen jedoch folgende vorläufige Schlussfolgerungen zu:

1. Wahlprogramme haben einen eher hohen Stellenwert bei den Wählern. Die Wähler verlangen von den Parteien, dass sie an ihren Programmen festhalten und ihr parlamentarisches Handeln danach ausrichten.
2. Gleichzeitig wird aber auch deutlich, dass die Wähler meist weniger über die Wahlprogramme der Parteien wissen, als sie glauben. Bei der Zuordnung konkreter Programminhalte zu den einzelnen Parteien schwanken die Befragten meist zwischen Ahnungslosigkeit und ausgesprochenen Zufallstreffern. Trotzdem ist zu betonen, dass sich die von weiten Teilen der Literatur konstatierte These der Unkenntnis der Wähler bzgl. Parteiprogramminhalte lediglich auf eine handvoll Umfragedaten stützt und deshalb – trotz aller Plausibilität – nicht den Anspruch erheben kann, empirisch *belegt* zu sein.
3. Obwohl viele Wähler kaum Programminhalte kennen, scheinen sie doch die für sie zentralen programmatischen Positionen der Parteien (über die Medien) wahrzunehmen und am Wahltag entsprechende Konsequenzen zu ziehen, auch wenn die Zuordnung objektiv falsch ist.
4. Verschiedene Analysen weisen zudem darauf hin, dass Wahlprogramme sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene Wahlverhalten beeinflussen können. Allerdings basieren diese Hinweise (noch) auf einer dünnen Datenbasis.

Obwohl auf Grund der geringen Anzahl von empirischen Daten ein Zusammenhang zwischen Einstellungen zu Wahlprogrammpositionen und dem nachfolgenden Wahlverhalten nicht zweifelsfrei belegt werden kann, verdeutlichen die vorgestellten Ergebnisse zumindest, dass Parteien darum bemüht sein müssen, ihre Wahlprogramme in Einklang mit den Einstellungen breiter Schichten ihrer Wähler zu bringen, um ein hohes Maß an Unterstützung am Wahltag zu erhalten.

Zudem ist eines wichtig zu betonen: Jedem, der sich in der empirischen Analyse mit Wahlverhalten beschäftigt, sollte sich einer „Binsenwahrheit“ stets bewusst sein: Wahlverhalten ist nie eindimensional. Deshalb ist kein Faktor denkbar, der Wahlverhalten isoliert beeinflusst. Gleichwohl schien man die Rolle, welche die Programmatik bei der Wahlentscheidung spielt, bislang eher unterschätzt zu haben.

Eine umfassende Analyse des Zusammenhangs zwischen Wahlprogrammatik und Wahlverhalten müsste hingegen weitere Dokumente erfassen, da nach Wolf (1990: 111) der Wahlentscheidungsfaktor „Programmatik“ nicht nur aus den jeweiligen Wahlprogrammen der Parteien besteht, „sondern auch aus ihren Lösungsvorschlägen zu einzelnen wichtigen politischen Aufgaben und aus den Stellungnahmen der Parteien zu politischen Ereignissen, die während der Wahlkampagne gewollt oder ungewollt das Geschehen mitprägen oder gar beherrschen“.

Darüber hinaus wäre eine Integration des Faktors „Perzeption von Wahlprogrammen“ in bereits bestehende wahlsoziologische Erklärungsmodelle – wie dem Ann-Arbor-Modell der Michigan-School – vonnöten, um die vermuteten Interaktionseffekte, beispielsweise zwischen Programmpositionen und Themenbewertungen, zu lokalisieren.

Die Beantwortung dieser und anderer Fragen hängt jedoch entscheidend davon ab, ob Fragen zu Wahl- und Parteiprogrammen viel häufiger als bisher in Umfragen gestellt werden, was bislang in der Umfrageforschung in hohem Maße vernachlässigt

wurde. Die Fragen der Umfrageinstitute in Bezug auf Parteien sind meist nicht geeignet, die Kenntnisse der Befragten über Programminhalte zu erforschen. Wenn Fragen nach Parteiprogrammatik jedoch auch weiterhin den Zustand eines Mauerblümchens in der empirischen Parteienforschung spielen werden, so muss das Fazit bezüglich der Wahrnehmung von politischer Programmatik seitens der Wähler weiterhin lauten: Nichts genaues weiß man nicht!

### Literatur

- Alemann, Ulrich von*, 1995: Parteien. Hamburg: Reinbek.
- Arzheimer, Kai*, und *Markus Klein*, 1999: Die Grünen und der Benzinpreis. Die Wählerschaft von Bündnis '90/Die Grünen im Vorfeld der Bundestagswahl 1998, ZA-Information 45: 20–43.
- Arzheimer, Kai*, und *Markus Klein*, 2000: Die Conjoint-Analyse als Instrument der empirischen Wahlforschung. Eine Projektbeschreibung. S. 385–410 in: *Jan van Deth*, *Hans Rattinger* und *Edeltraud Roller* (Hg.): Die Republik auf dem Weg zur Normalität? Wahlverhalten und politische Einstellungen nach acht Jahren Einheit. Opladen: Leske + Budrich.
- Bluck, Carsten*, und *Henry Kreikenbom*, 1991: Die Wähler in der DDR: Nur issue-orientiert oder auch parteigebunden?, Zeitschrift für Parlamentsfragen 3: 495–502.
- Blücher, Viggo Graf*, 1962: Der Prozeß der Meinungsbildung – dargestellt am Beispiel der Bundestagswahl 1961. Bielefeld: EMNID.
- Bretschneider, Frank*, 2000: Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? S. 477–505 in: *Markus Klein*, *Wolfgang Jagodzinski*, *Ekkehard Mochmann* und *Dieter Obr* (Hg.): 50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Campbell, Angus*, *Philip E. Converse*, *Warren E. Miller* und *Donald E. Stokes*, 1960: The American Voter. New York: Wiley.
- Czerwick, Edwin*, 1984: Parteiprogramme und politisches Handeln. S. 59–75 in: *Ulrich Sarcinelli* (Hg.): Wahlen und Wahlkampf in Rheinland-Pfalz. Opladen: Leske + Budrich.
- Czerwick, Edwin*, und *Ulrich Sarcinelli*, 1982: Außenpolitik und Wahlkampf. Eine Analyse zur Rolle der Außenpolitik im Bundestagswahlkampf 1979/1980. Forschungsgruppe Parteiendemokratie. Analysen und Berichte Nr. 1. Koblenz: Seminar für Politikwissenschaft.
- Downs, Anthony*, 1968: Ökonomische Theorie der Politik. Tübingen: Mohr.
- Eberlein, Klaus D.*, 1962: Die Wahlentscheidung vom 17. September 1961, ihre Ursachen und Wirkungen, Zeitschrift für Politik 9: 237–257.
- Falter, Jürgen W.*, 1996: Ein Staat, zwei Politikulturen? Politische Einstellungsunterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland fünf Jahre nach der Wiedervereinigung, German Studies Review 19: 279–301.
- Fischer-Kowalski, Marina*, und *Josef Bucek*, 1982: Lebensverhältnisse in Österreich. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.
- Flechtheim, Ossip K.*, 1968: Parteiprogramme. S. 415–432 in: *Kurt Lenk* und *Franz Neumann* (Hg.): Theorie und Soziologie der politischen Parteien, Bd. 2. Neuwied/Berlin: Luchterhand.
- Flohr, Heiner*, 1968: Parteiprogramme in der Demokratie. Ein Beitrag zur Theorie der rationalen Politik. Göttingen: Otto Schwartz.
- Gabriel, Oscar W.*, 1987: Parteien auf dem Prüfstand: Leistungsfähig, aber unbeliebt? S. 52–60 in: *Peter Haungs* und *Eckhard Jesse* (Hg.): Parteien in der Krise? In- und ausländische Perspektiven. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Gabriel, Oscar W.*, 1997: Parteiidentifikation, Kandidaten und politische Sachfragen als Bestimmungsfaktoren des Parteienwettbewerbs. S. 233–254 in: *Oscar W. Gabriel*, *Oskar Niedermayer* und *Richard Stöss* (Hg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Opladen: Westdeutscher Verlag.



- Hofferbert, Richard I., und Hans-Dieter Klingemann*, 1990: The Policy Impact of Party Programmes and Government Declarations in the Federal Republic of Germany, *European Journal of Political Research* 18: 277–304.
- Hofferbert, Richard I., Hans-Dieter Klingemann und Andrea Volkens*, 1992: Wahlprogramme, Regierungserklärungen und Politisches Handeln. Zur „Programmatik politischer Parteien“. S. 383–392 in: *Hans-Jürgen Andreß, Johannes Huinink et al.* (Hg.): *Theorie, Daten, Methoden. Neue Modelle und Verfahrensweisen in den Sozialwissenschaften*. München: Oldenbourg Verlag.
- Kavanagh, Dennis*, 1981: The Politics of Manifestos, *Parliamentary Affairs* 34: 7–27.
- Klingemann, Hans-Dieter*, 1983: Die Einstellung zur SPD und CDU/CSU 1969–80. S. 478–537 in: *Max Kasse und Hans-Dieter Klingemann* (Hg.): *Wahlen und politisches System*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Klingemann, Hans-Dieter*, 1986: Der vorsichtig abwägende Wähler: Einstellungen zu den politischen Parteien und Wahlabsicht. Eine Analyse anlässlich der Bundestagswahl 1983. S. 385–426 in: *Ders. und Max Kaase* (Hg.): *Wahlen und politischer Prozeß: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1983*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kriechbaumer, Robert*, 1990: Parteiprogramme im Widerstreit der Interessen. Die Programmdiskussion und die Programme von ÖVP und SPÖ 1945–1986. Wien: Verlag für Geschichte und Politik.
- Raschke, Joachim*, 1970: Parteien, Programme und „Entideologisierung“. Zur Analyse von Parteiprogrammen, *Aus Politik und Zeitgeschichte (Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament)* B 8/70: 3–23.
- Rettich, Andreas, und Roland Schatz*, 1998: Amerikanisierung oder die Macht der Themen. Bundestagswahl 1998: Die MEDIEN TENOR-Analyse der Berichterstattung und ihrer Auswirkung auf das Wählervotum. Bonn: InnoVatio.
- Rölle, Daniel*, 2000: Wahlprogramme als Richtschnur parlamentarischen Handelns, *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 31: 821–833.
- Rölle, Daniel*, 2001: Wahlprogramme und parlamentarisches Handeln. S. 5–90 in: *Ders., Petra Müller und Ulrich W. Steinbach* (Hg.): *Politik und Fernsehen. Empirische Inhaltsanalysen*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Sani, Giacomo, und Paolo Segatti*, 1998: Platforms, Media and Voters, *European Journal of Political Research* 34: 105–119.
- Schönbach, Klaus*, 1977: Wahlprogramme und Wählermeinung 1976. S. 360–407 in: *Max Kaase* (Hg.): *Wahlsoziologie heute. Politische Vierteljahresschrift 18 (Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1976)*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schönbohm, Wulf*, 1974: Funktion, Entstehung und Sprache von Parteiprogrammen, *Aus Politik und Zeitgeschichte (Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament)* B 34–35: 17–37.
- Schulz, Winfried*, 1998: Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen, *Media Perspektiven* 8: 378–391.
- Sozialwissenschaftliche Studiengesellschaft*, 1978: Das neue SPÖ-Programm: Inhalt wenig bekannt, *Journal für angewandte Sozialforschung* 18: 29–30.
- Steinseifer-Pabst, Anita, und Werner Wolf*, 1994: *Wahlen und Wahlkampf in der Bundesrepublik Deutschland*. Heidelberg: Hüthig.
- Wolf, Werner*, 1990: *Wahlkampf und Demokratie*. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Woyke, Wichard*, 1994: *Stichwort: Wahlen*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Korrespondenzanschrift*: Daniel Rölle, M.A., Institut für Energiewirtschaft der Universität Stuttgart, Heßbrühlstraße 49a, D-70565 Stuttgart  
*E-Mail*: dr@ier.uni-stuttgart.de