



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

Institut für Soziologie
Werner Fröhlich

Nachwahlbefragung der Münchner*innen zur Bundestagswahl 2017

Fragestellungen, Ergebnisse und
Handlungsempfehlungen



- Hintergrund und Eckdaten der Untersuchung
- Gründe für die Nichtwahl-Entscheidung
- Nichtwahl: (Regressionsanalytische) Zusammenhänge im Gesamtmodell
- Stadtspezifische Themen und deren Beurteilung
- Mobilisierung von Nichtwähler*innen
- Informationsquellen zum kommunalpolitischen Geschehen
- Fazit
- Handlungsempfehlungen

Hintergrund und Eckdaten der Untersuchung

- Nachwahlbefragung von Wähler*innen und Nichtwähler*innen
- Fokus der Untersuchung:
 - ✓ Unterschiede zwischen Wähler*innen und Nichtwähler*innen (hinsichtlich demografischer und sozio-ökonomischer Merkmale bzw. sozialpsychologischer Einstellungskonstellationen)
 - ✓ Welche Maßgaben können dazu beitragen, Nichtwähler*innen zur Wahl zu motivieren
- Knüpft an eine Reihe von Nichtwähler*innenstudien an und greift deren Fragestellungen zum Teil auf
- Zudem: Berücksichtigung der Ergebnisse der bereits durchgeführten qualitativen Untersuchung (Kooperationsprojekt Prof. Lessenich)

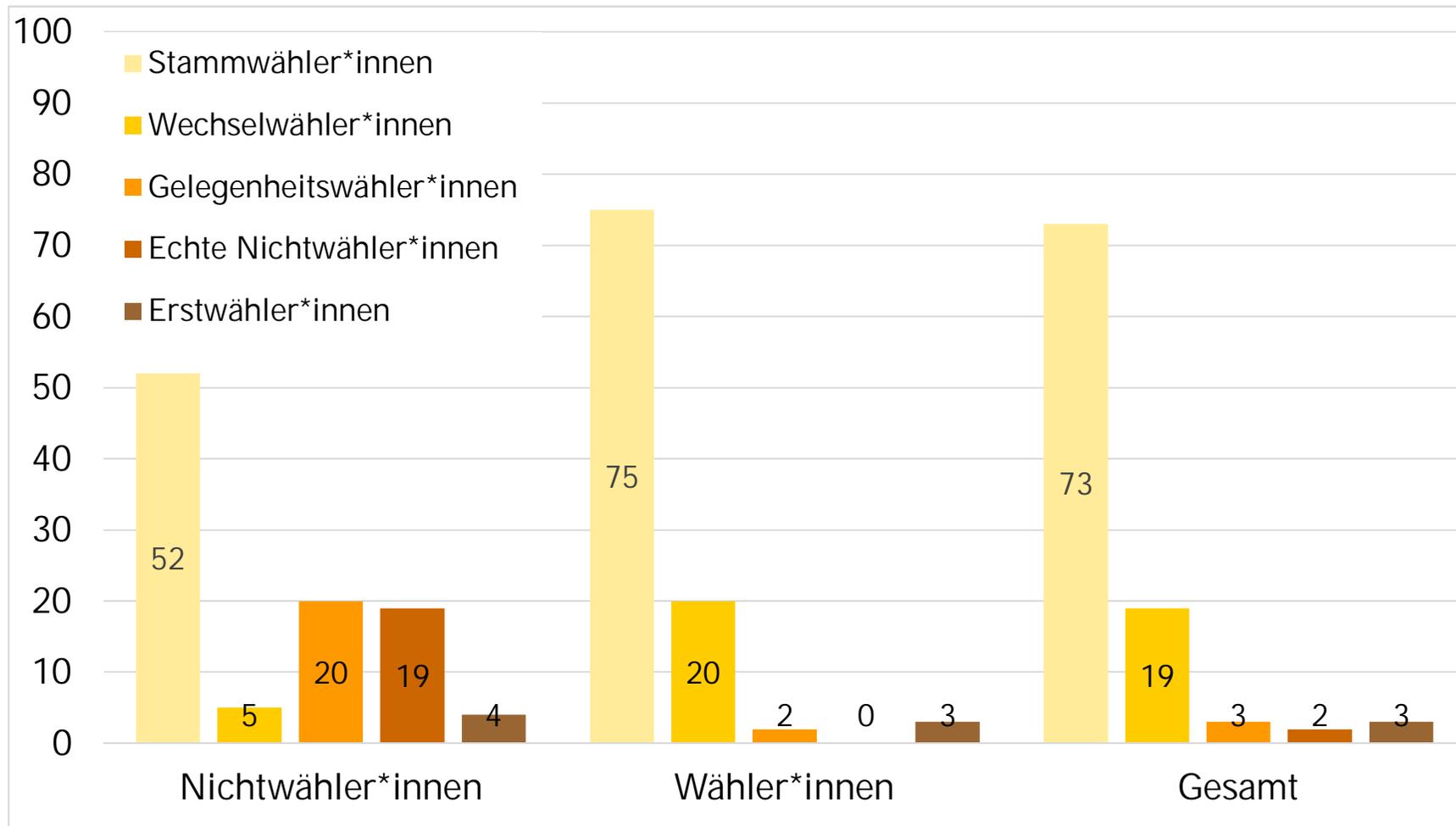


Für die Untersuchung fanden die zwei wesentlichen theoretischen Ansätze Berücksichtigung:

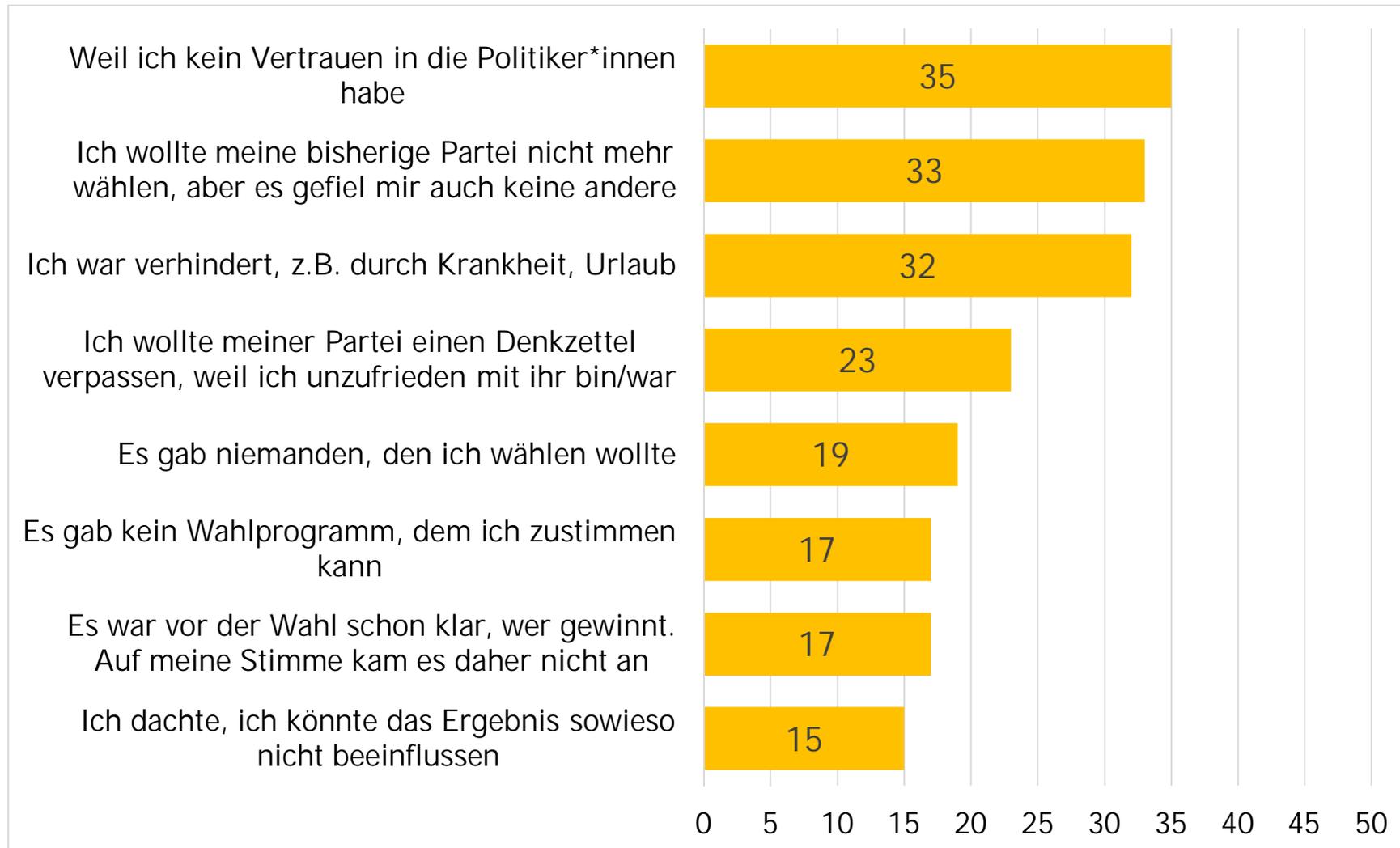
- Sozialpsychologischer Ansatz von besonderer Relevanz, weil ihm die „fundamental equation of political behavior“ (Einstellungen bestimmen das Verhalten) zugrunde liegt (Aldrich/Simon, 1986)
 - ➔ Zur Erklärung von Wahlverhalten werden sowohl
 - ✓ kurzfristig variable Einstellungen zu bestimmten politischen Themen als auch
 - ✓ langfristig stabile Einstellungen (wie z.B. Akzeptanz der Wahlnorm, Formen der politischen Zufriedenheit usw.) herangezogen
- Soziologische Ansätze nehmen die Zusammenhänge von sozialstrukturellen Merkmalen mit dem Wahlverhalten in den Blick, und zwar sowohl
 - ✓ auf mikro- (Umfragen) als auch auf
 - ✓ makrosoziologischer Ebene (Aggregatdaten, Sozialstruktur)

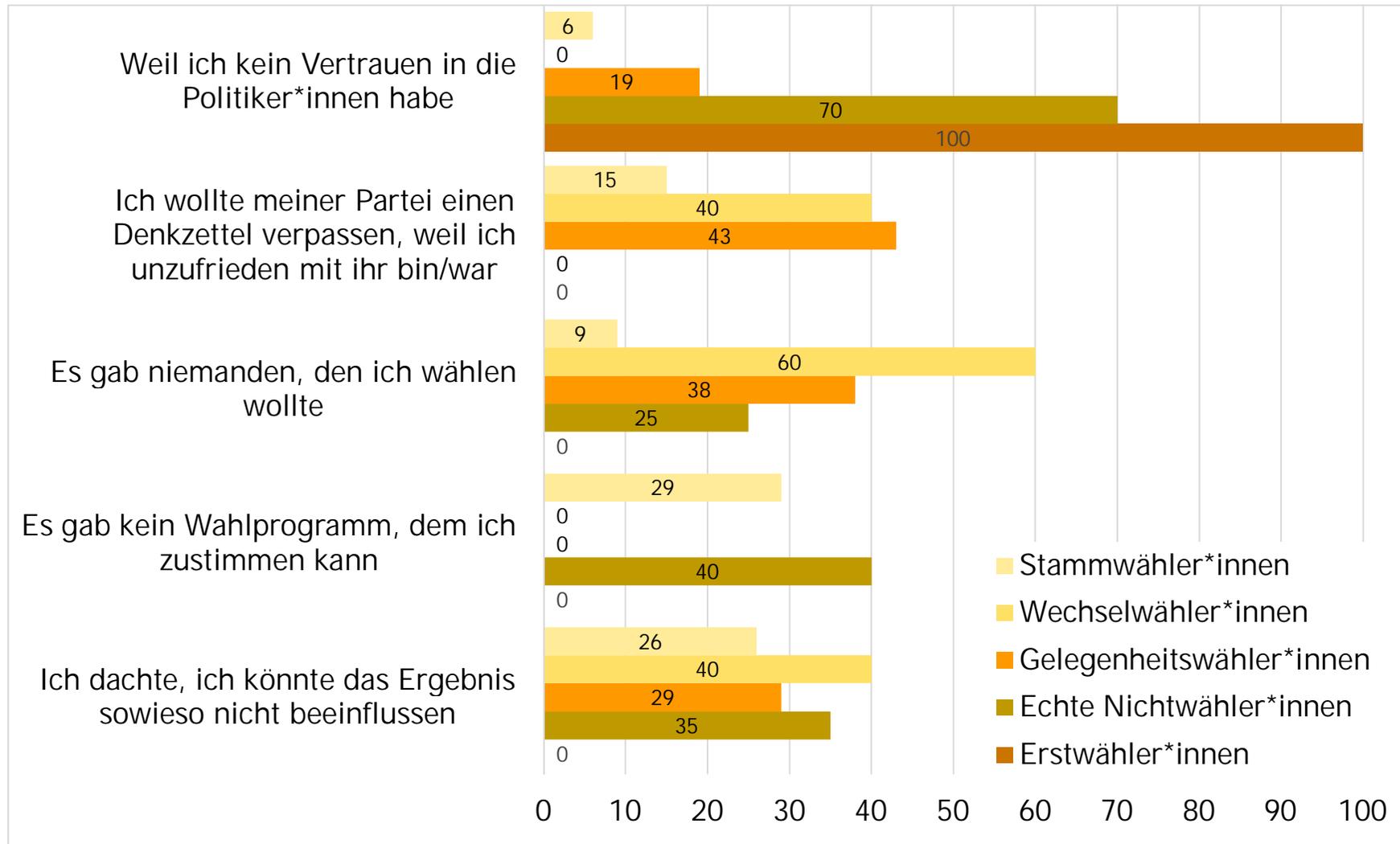
- Befragung von wahlberechtigten Münchnerinnen und Münchnern
- 998 Befragte
- Zeitraum: 16.10.2017 bis 27.11.2017 (einschließlich Nachfassaktion)
- Einwohnermeldestichprobe (einfache Zufallsauswahl mit Oversampling der Stadtbezirke mit geringer Wahlbeteiligung)
- Postalische Befragung
- Versand von Erinnerungspostkarten nach Abschluss der Hauptfeldphase (ab 06.11.2017)
- Netto-Ausschöpfungsquote = 25,4%

- 52,6% der Befragten sind weiblich
- Durchschnittsalter: 53 Jahre
- Pro-Kopf-Einkommen: 1.882 Euro
- 53,5% Verheiratet, 32,8% Ledig und 12,1% geschieden
- 72,6% leben in einer Partnerschaft
- 45,6% Akademiker*innen und 7% gering qualifiziert (kein Ausbildungsabschluss oder betriebliche Anlernzeit)
- 8% Deutsche mit Migrationshintergrund
- 60% gehören einer Religionsgemeinschaft an (40% römisch-katholisch)
- Nichtwähler*innen: 11,1%



Gründe für die Nichtwahl-Entscheidung







LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



Nichtwahl

Überprüfung der Zusammenhänge im Gesamtmodell



Erklärungsdimensionen der Nichtwahl

- Soziologische Ansätze
 - ✓ Demografische Merkmale (Geschlecht, Bildung, Alter, Konfession, Partnerschaft, Haushaltsgröße)
 - ✓ Sozio-ökonomische Merkmale (berufliche Stellung, Einkommen)
 - ✓ Weitere sozialstrukturelle Merkmale (Lebenszufriedenheit, individuelle Deprivation, Zukunftsperspektive)
- Sozialpsychologischer Ansatz
 - ✓ Politische Einstellungskonstellationen (politisches Interesse, politische Orientierung, Vertrauen in politische Institutionen, Demokratiezufriedenheit)
 - ✓ Politische Partizipation (politische Desillusionierung, Bedeutung von Politik und Bürger*innenbeteiligung, Information)

Regressionsanalytische Überprüfung der Zusammenhänge

Integriert man alle erklärenden Variablen aus den fünf Einflussbereichen (demografische, sozio-ökonomische und sozialstrukturelle Merkmale sowie politische Einstellungskonstellationen und Partizipation) in einem Gesamtmodell erweisen sich lediglich einzelne

- demografische (Konfession),
- sozio-ökonomische (Pro-Kopf-Einkommen) und
- sozialstrukturelle Merkmale (Lebenszufriedenheit) sowie
- politische Einstellungsmuster (Interesse, Verortung, Vertrauensverlust und Demokratiezufriedenheit) und
- Einstellungen zur politischen Partizipation (Desillusionierung und Information)

als signifikant für die Erklärung des Wahlverhaltens

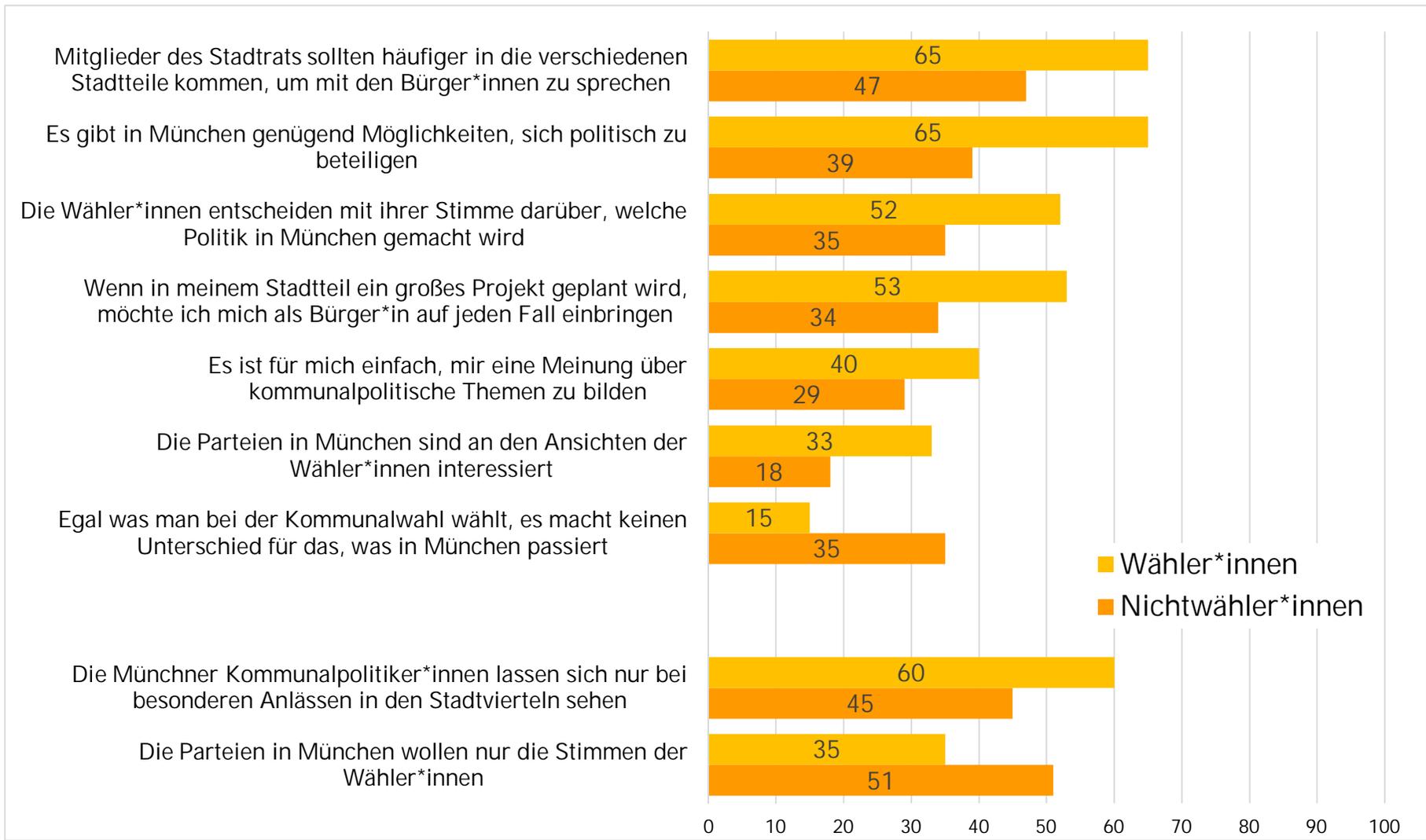
Fazit: Die Nichtwähler*innen sind also

- katholisch oder konfessionslos,
- verfügen über relativ niedrige Einkommen,
- sind mit ihrem Leben alles in allem unzufriedener,
- politisch wenig interessiert und mit der Demokratie unzufrieden.
- Sie verorten sich politisch eher rechts,
- haben wenig Vertrauen in die politischen Institutionen und
- fühlen sich nicht ausreichend sowie nicht verständlich über das politische Geschehen informiert.

Stadtspezifische Themen und deren Beurteilung

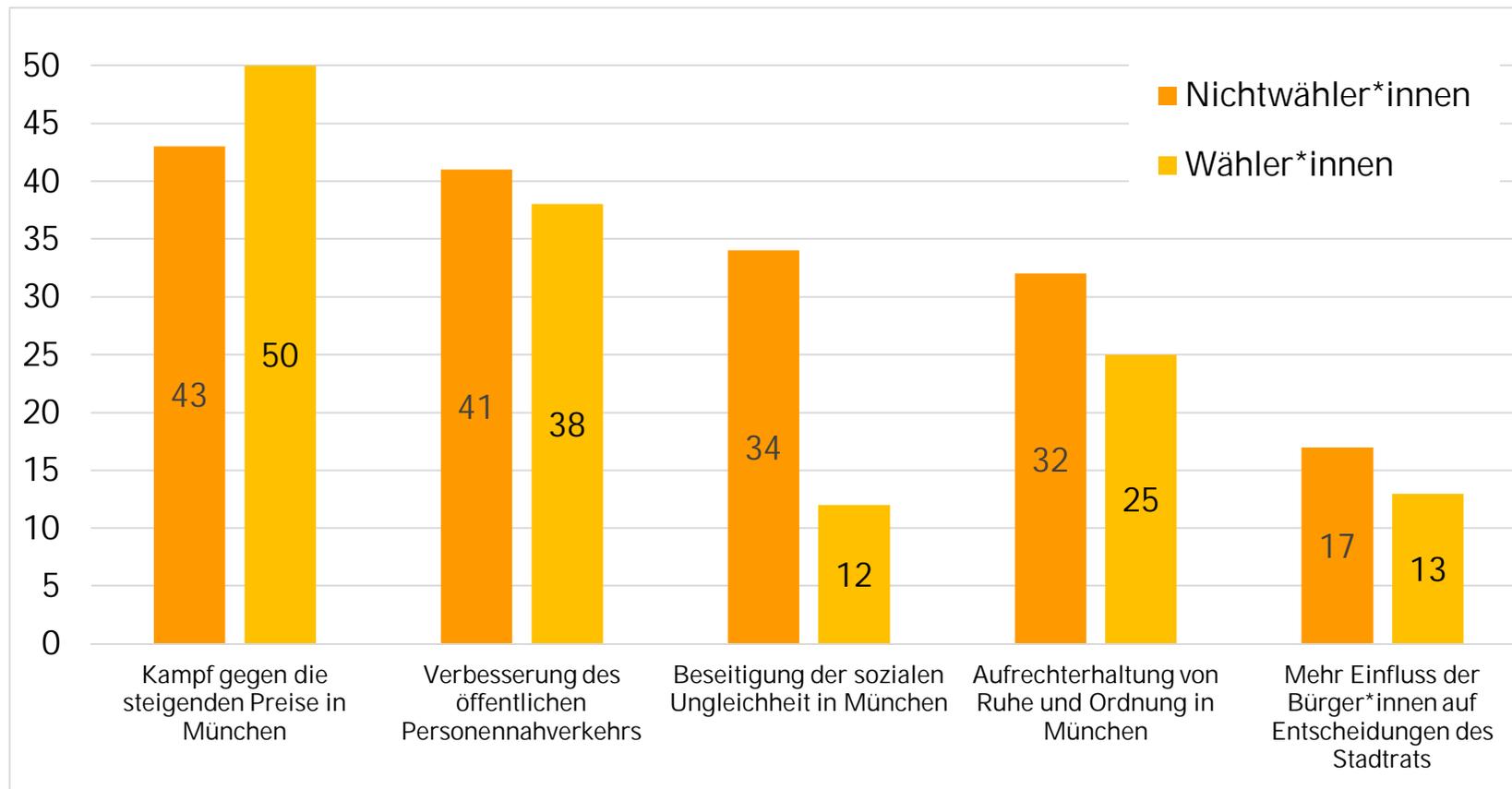
Beurteilung der Münchner Kommunalpolitik (13 Aspekte);
insgesamt vier Aspekte mit vergleichsweise hoher Zustimmung

- Die politischen Beteiligungsmöglichkeiten in München sehen die Befragten überwiegend positiv (62%) und
- der größere Teil von ihnen wäre darüber hinaus bereit, sich einzubringen, wenn in ihrem Stadtteil ein größeres Projekt geplant würde (51%)
- Zudem sind die meisten Münchnerinnen und Münchner auch davon überzeugt, dass sie mit ihrer Stimme Einfluss auf die Politik in München ausüben können (51%)
- Gleichzeitig wünscht sich die überwiegende Mehrheit der Befragten, dass Mitglieder des Stadtrats häufiger in die verschiedenen Münchner Stadtteile kommen sollten, um mit den Bürger*innen zu sprechen (63%),
- wobei sie es größtenteils nicht gut fänden, wenn Kommunalpolitiker*innen von Tür zu Tür gingen, um dort mit den Bürger*innen zu sprechen (53%)





Wichtigste Ziele Münchner Kommunalpolitik



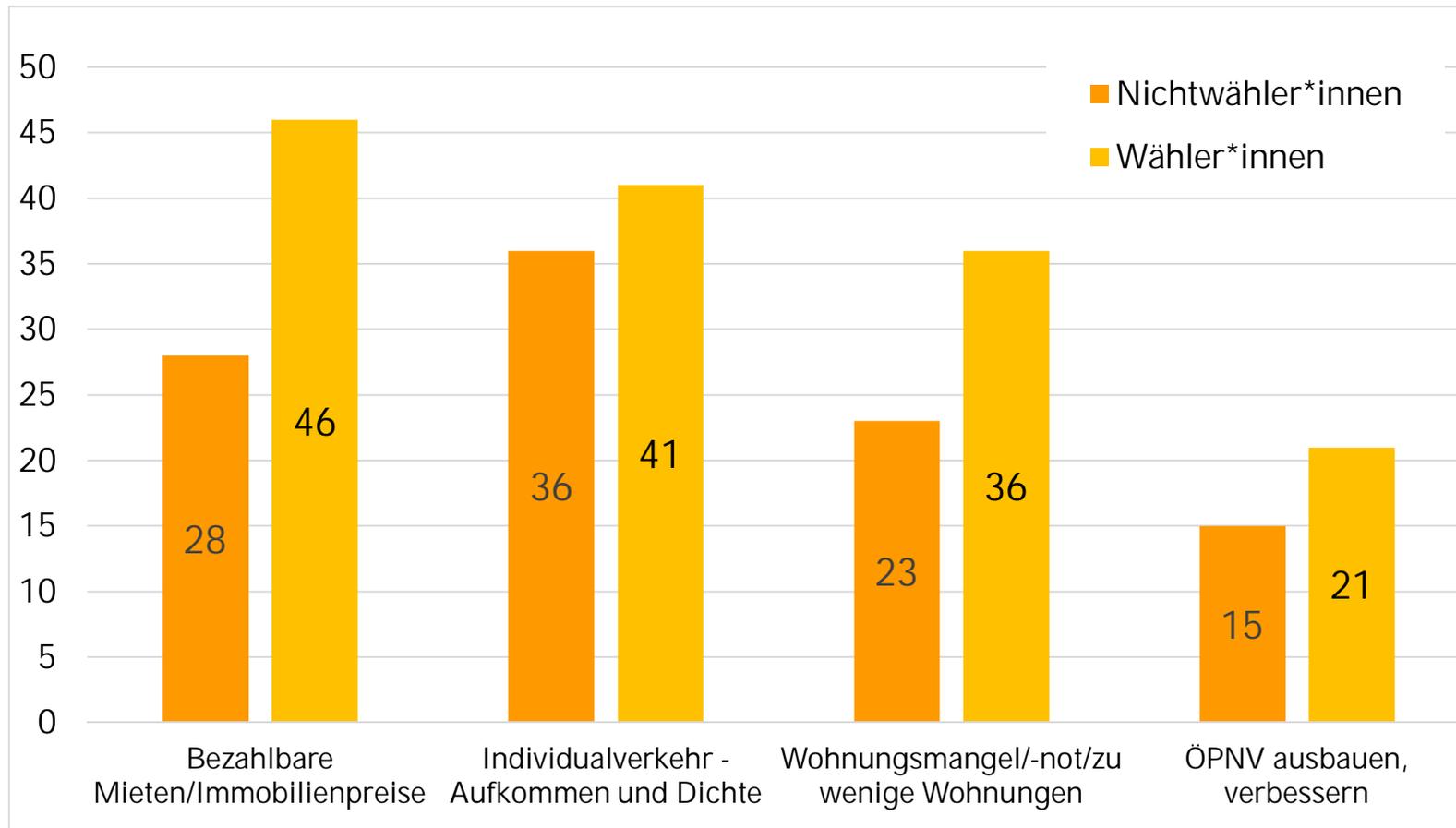


Problemlagen in München

- 902 der 998 Befragten nannten insgesamt 2.448 Problembereiche, die aus ihrer Sicht in München besonders bedeutend sind
- Die Anteile der in insgesamt 22 Kategorien zusammengefassten Nennungen reichen von 1% („Sauberkeit/Müll in der Stadt“) bis 43% („Bezahlbare Mieten/Immobilienpreise“)
- 30% der Nichtwähler*innen äußerten sich auch zu dieser Frage nicht und damit höchst signifikant mehr Wähler*innen (7%)
- Keinen der vier wichtigsten Problembereiche ist für die Nichtwähler*innen gewichtiger als für die Wähler*innen



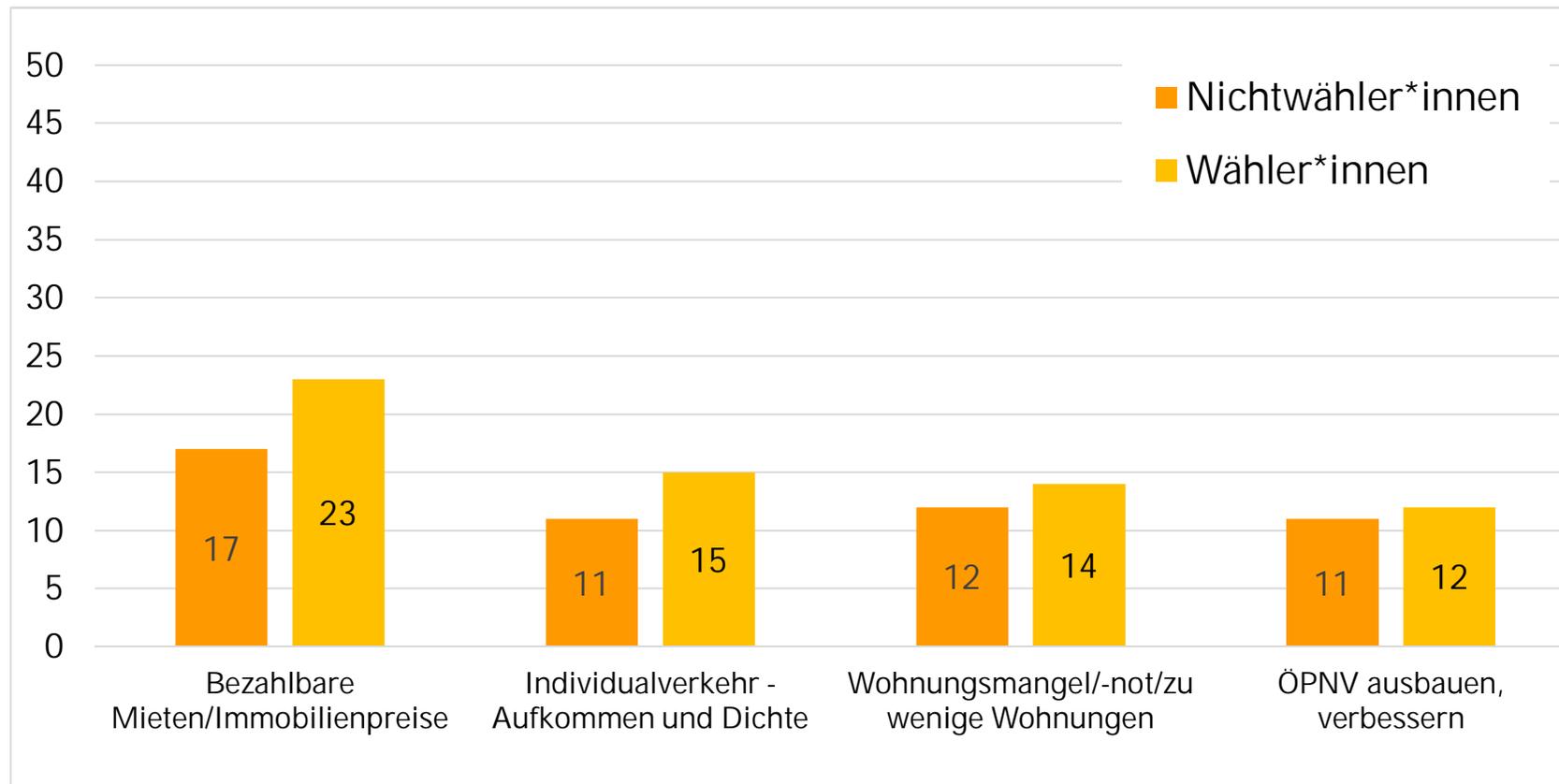
Größte Probleme in München



Von der Politik vernachlässigte Themenbereiche in München

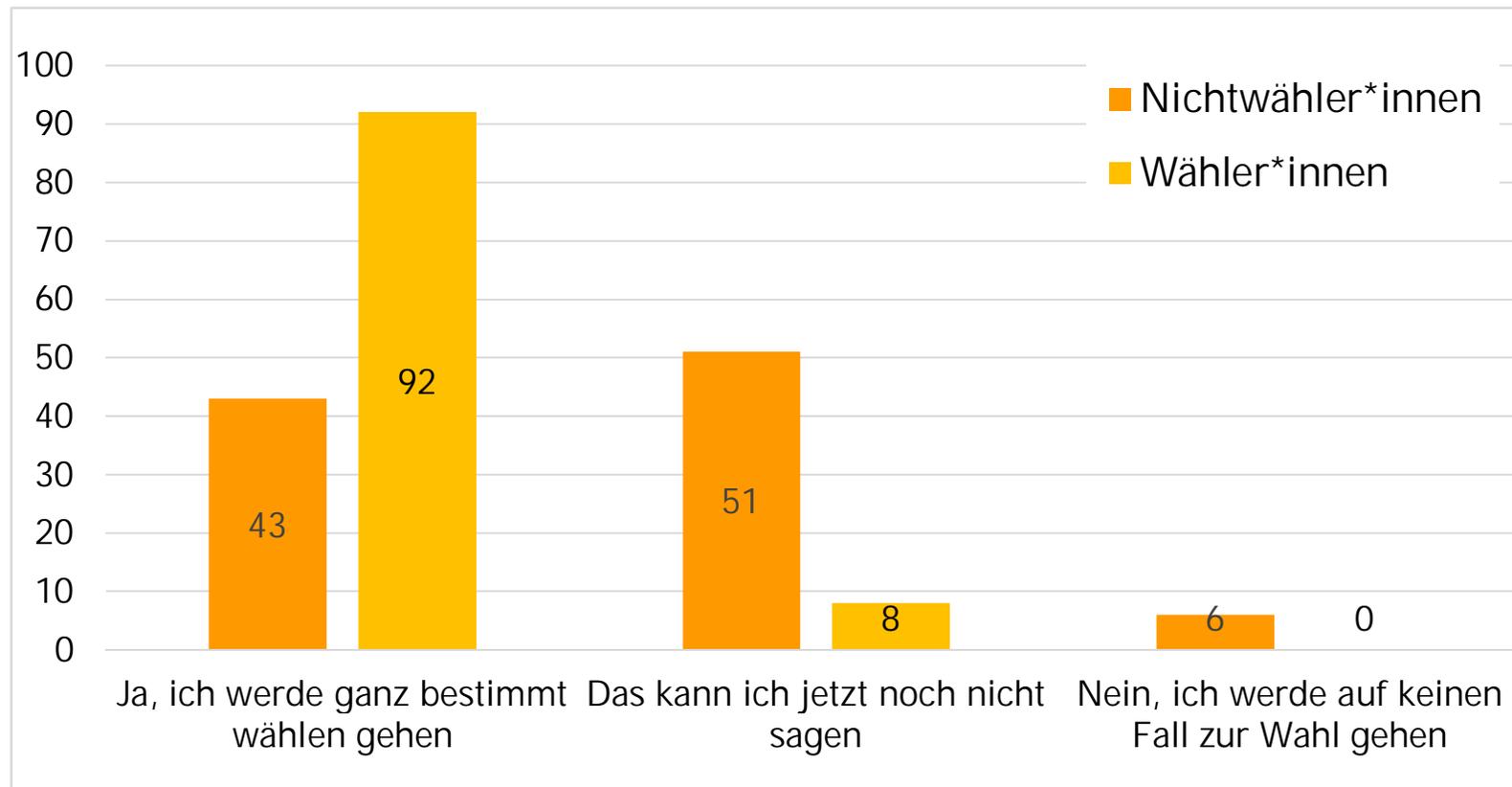
- 615 der 998 Befragten gaben insgesamt 1.409 Themen an, die aus ihrer Sicht in München wichtig sind, aber von der Politik nicht in ausreichendem Maße thematisiert und bearbeitet werden
- Es werden die selben Themen in fast der gleichen Reihenfolge angesprochen wie bereits bei den Problemlagen
- Auch in diesem Fall äußerten sich 57% der Nichtwähler*innen nicht und damit erneut deutlich mehr als Wähler*innen (36%)
- Erneut ist für Nichtwähler*innen keines der vier wichtigsten Themen bedeutender als für die Wähler*innen

Politisch vernachlässigte Themen in München



Mobilisierung von Nichtwähler*innen

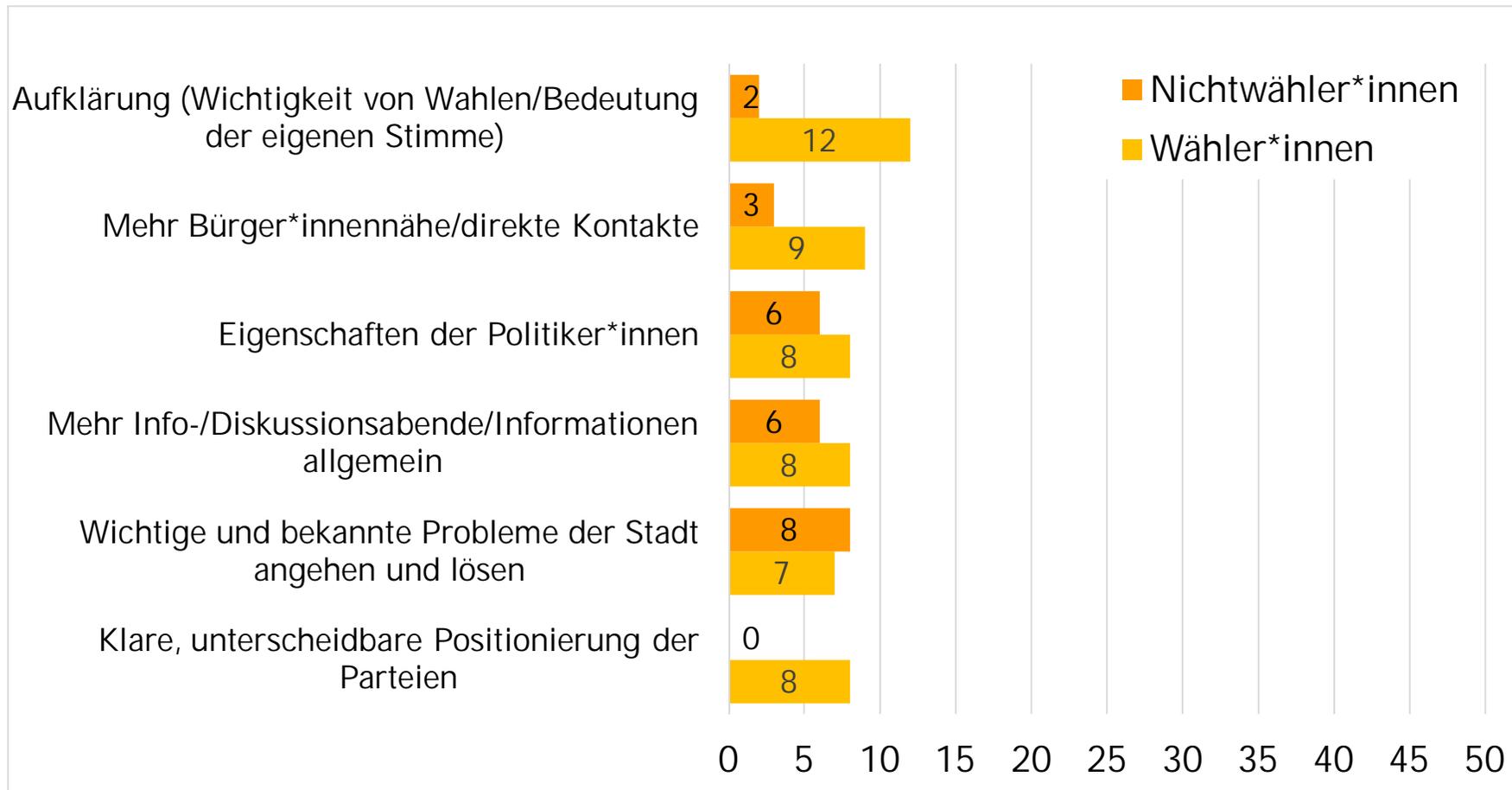
Wahlabsicht nächste Kommunalwahl



Anreize für die Wahlbeteiligung (bei nächster Kommunalwahl)

- 656 der 998 Befragten gaben insgesamt 853 Hinweise, wie aus ihrer die Wahlbeteiligung bei der nächsten Stadtratswahl erhöht werden könnte
- Die Anteile der in insgesamt 20 Kategorien zusammengefassten Nennungen reichen von 1% („Gabe von Incentives“) bis 11% („Aufklärung über die Wichtigkeit von Wahlen/Bedeutung der eigenen Stimme“)
- 64% der Nichtwähler*innen haben sich zu dieser Frage nicht geäußert und damit mehr als doppelt so viele wie Wähler*innen
- Keinen der sechs wichtigsten Anreizbereiche stellen die Nichtwähler*innen eindeutig in den Vordergrund

Maßnahmen/Anreize für Wahlbeteiligung bei nächster Kommunalwahl



Informationsquellen zum kommunalpolitischen Geschehen

Information über kommunalpolitisches Geschehen

- 15% der Nichtwähler*innen informieren sich generell nicht über das kommunalpolitische Geschehen (Wähler*innen: 2%)
- Umgekehrt nutzen doppelt so viele Wähler*innen wie Nichtwähler*innen sehr viele der 10 genannten Informationskanäle (23% gegenüber 12%)
- Insgesamt stehen drei Informationskanäle im Vordergrund: Lokale Zeitungen (70%), Radio (68%) und Fernsehen (66%)
- Deutliche Unterschiede zwischen Nichtwähler*innen und Wählern bei Radio (56% vs. 70%), Internet (37% vs. 58%), persönlichen Gesprächen mit Familie usw. (31% vs. 58%) und überregionalen Zeitungen (15% vs. 32%)
- ➔ kaum Unterschiede bei der Nutzung von Fernsehen und lokalen Zeitungen = beste Möglichkeit der Ansprache von Nichtwähler*innen



Fazit

- Kontrolliert man die jeweiligen erklärenden Variablen aus den fünf Einflussbereichen in einem Gesamtmodell erweisen sich lediglich einzelne demografische (Konfession), sozio-ökonomische (PKE) und sozialstrukturelle (Lebenszufriedenheit) Merkmale sowie politische Einstellungskonstellationen (Interesse, Vertrauensverlust, Demokratiezufriedenheit) und Einstellungen zur politische Partizipation (Desillusionierung) als signifikant für die Erklärung des Wahlverhaltens
- Hauptgründe für die Entscheidung zur Nichtwahl sind kein Vertrauen in die Politiker*innen und die bisher gewählte Partei sowie der sog. „Denkzettel“
- Im Vergleich zu den Wähler*innen steht bei den Nichtwähler*innen als wichtigstes Ziel der Münchner Kommunalpolitik die Beseitigung der sozialen Ungleichheit im Vordergrund



- An erster Stelle steht bei beiden Wähler*innengruppen der Wunsch, dass Mitglieder des Stadtrates häufiger in die verschiedenen Stadtteile kommen sollten, um dort mit den Bürger*innen zu reden
- Dies steht in direktem Zusammenhang mit Vorschlägen der Befragten, wie man die Bürger*innen zur Teilnahme an der nächsten Stadtratswahl motivieren könnte (Mehr Bürger*innennähe/direkte Kontakte mit den Bürger*innen steht hier an zweiter Stelle)
- Nicht gewollt sind jedoch Kontakte an der Tür
- Weitere Möglichkeiten die Nichtwähler*innen anzusprechen sind die von den Befragten genutzten Informationskanäle: Hier stehen lokale Zeitungen (inkl. stadtteilbezogene Wochenblätter) und (lokales/regionales) Fernsehen bei beiden Wähler*innengruppen gleichermaßen im Vordergrund
- Gefordert ist hier von den Bürger*innen eine sachbezogene Information und der Auftritt von Lokalpolitiker*innen bzw. die Vorstellung von Politiker*innen in den lokalen Zeitungen

Handlungsempfehlungen

- Ausgangspunkt: Wunsch nach häufigerer Anwesenheit der Mitglieder des Stadtrats in den Stadtteilen
- Denkbar: Institutionalisierte Formen von Bürger*innenfrage- und –diskussionsrunden (Anwesenheit von Politiker*innen und Stadtverwaltung)
- Durchführung einmal im Monat (Stadtbezirk/-viertel alternierend)
- Wichtig: Gewährleistung einer möglichst breiten Verteilung über das Stadtgebiet (aber: besonders wichtige/relevante Problemlagen berücksichtigen) und Moderation durch unabhängige Personen
- Zusätzlich zu beachtende Aspekte: Nicht nur zuhören, sondern aktive Rolle einnehmen und Präsenz vor Ort dauerhaft organisieren
- Unterstützende Ansätze: BAs als Informationsquelle zur Themenfindung nutzen → stärkere Verzahnung mit Stadtpolitik und –verwaltung und ggf. Ausbau der BA-Sprechstunden zu mobilen Bürger*innensprechstunden

- Ausgangspunkt: „Aufklärung über die Wichtigkeit von Wahlen/die Bedeutung der eigenen Stimme“ von den Befragten als Hauptanreiz genannt, um die Münchner*innen zur Beteiligung an der nächsten Kommunalwahl zu motivieren
- Aufklärung ohne Bildung nicht denkbar → bildungspolitische Maßnahmen
- Übergeordnete Koordination durch Fachstelle für Demokratie
- Denkbar: Entwicklung eines Konzepts durch das RBS, das sich als Teil/in Ergänzung des Sozialkundeunterrichts mit dieser Thematik beschäftigt (kurzfristig Fokus auf höhere Jahrgangsstufen → Erstwähler*innen)
- Zweitens: Implementierung/Erweiterung der politischen Bildungsarbeit in den städtischen Jugendeinrichtungen (auch hier zunächst kurzfristige Strategien (Jung-/Erstwähler*innen) → Erweiterung zu festem, langfristig orientiertem Programm)
- Unterstützende Ansätze: Kooperation/Vernetzung mit anderen Jugendorganisationen (KJR, DGB, kirchliche Jugendorganisationen), um flächendeckende Bildungsarbeit zu ermöglichen
- Drittens: Erwachsenenbildung
- Wichtig: Konzeptionelle Berücksichtigung der Deutschen mit Migrationshintergrund (höhere Anteile an Nichtwähler*innen)

- Ausgangspunkt: „Mehr Informationsabende und Information allgemein“ von den Bürger*innen als Möglichkeit gesehen, um die Wahlberechtigten zu einer Beteiligung an der nächsten Stadtratswahl zu motivieren
- Drei denkbare Ansätze:
 - (1) Bereits vorhandene Informationskanäle (Stadtpolitik und -verwaltung) in den öffentlichen Verkehrsmitteln (z.B. München Fenster: „Der Stadtrat informiert“) nutzen
 - (2) „Newsletter“ der BAs → Schlagwort „Neuigkeiten aus dem Stadtbezirk/-viertel“; wichtig: dialogorientierte Information
 - (3) Zeitnahe Information vor den Wahlen, die auf die allgemeine Bedeutung hinweist → Oberbürgermeister dafür gewinnen: OB-Brief an alle Bürger*innen, in dem der OB für die Teilnahme an der Wahl wirbt und deren Bedeutung für das Gemeinwesen darstellt (weiter mögliche Informationen: grundlegende Aspekte des Wahlvorgangs, z.B. Wahlbenachrichtigung, Briefwahlmöglichkeit, ortsnahe Informationsveranstaltungen)



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Dipl.-Soz. Werner Fröhlich
werner.froehlich@soziologie.uni-muenchen.de