

Wahlbeteiligung | 22.05.2014 | Lesezeit 1 Min.

Besser werben

Immer weniger Bundesbürger gehen zur Wahl. Studien aus den USA legen nahe, deshalb auch in Deutschland über neue Wege in der Wahlwerbung nachzudenken.

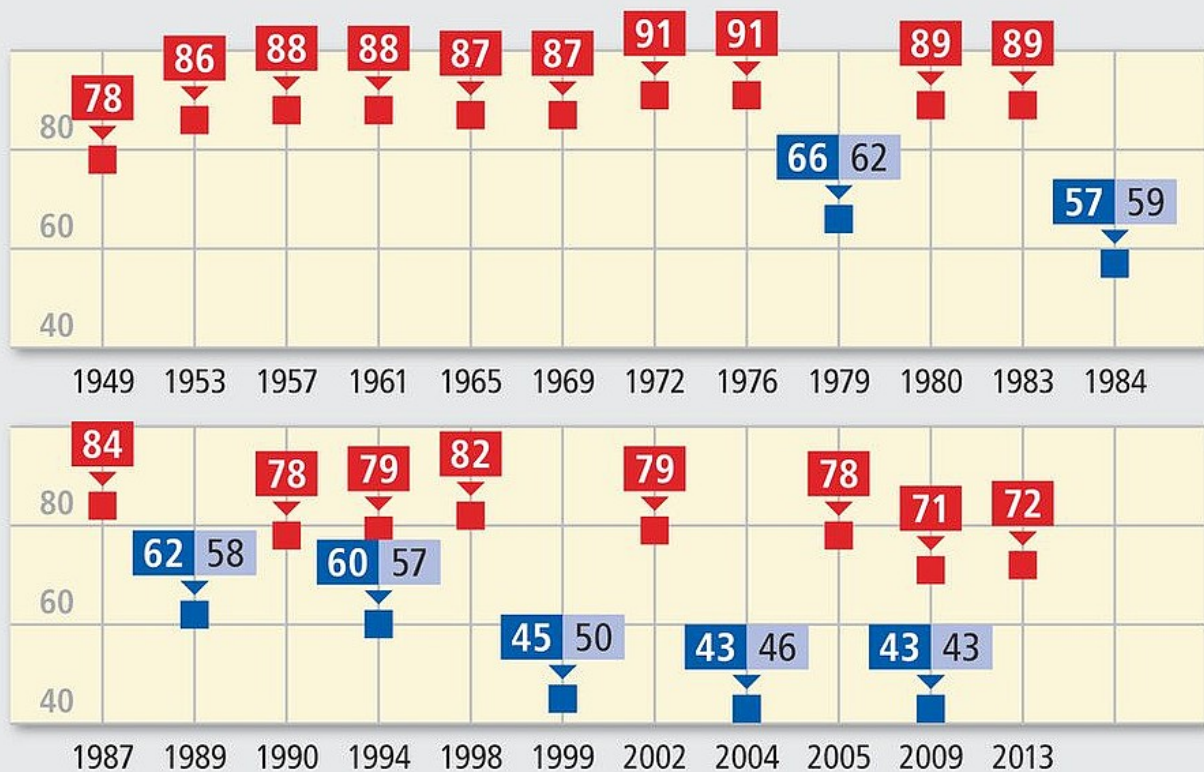
Vom 22. bis 25. Mai wählen die Bürger der EU-Mitgliedsstaaten zum achten Mal direkt das Europäische Parlament. Viele Wahlberechtigte werden wohl auch dieses Mal zu Hause bleiben. An der Wahl im Jahr 2009 nahmen jedenfalls lediglich 43 Prozent der Europäer teil. In Belgien und Luxemburg lag die Wahlbeteiligung zwar bei 90 Prozent – dort herrscht jedoch Wahlpflicht. In Litauen hingegen gaben nur 21 Prozent der Bürger ihre Stimme ab.

In Deutschland lag die Beteiligung mit 43 Prozent ebenfalls nur im EU-Durchschnitt. Noch bedenklicher ist, dass die Bundesbürger sich immer seltener zum Gang an die Wahlurnen aufrufen – selbst bei der Bundestagswahl (Grafik):

Wahlmüde Bürger

So viel Prozent der Wahlberechtigten gaben ihre Stimme ab

■ Bundestagswahl Deutschland ■ Europawahl Deutschland ■ Europawahl insgesamt



Quellen: Europäisches Parlament, Statistisches Bundesamt

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2014 IW-Medien · iwd 21

Nahmen bis in die 1980er Jahre noch regelmäßig neun von zehn Stimmberechtigten an den Bundestagswahlen teil, waren es 2009 und 2013 nur noch sieben von zehn.

Durch die sinkende Wahlbeteiligung verliert die Regierung an Legitimation. Problematisch ist auch, dass gerade junge Leute und Menschen aus einkommensschwachen und bildungsfernen Schichten ihr Wahlrecht seltener ausüben. Damit sinkt für Politiker der Anreiz, die Interessen dieser Bürger zu vertreten, weil ihre Wiederwahl stärker vom Wohlwollen wahlfrüher Bevölkerungsgruppen abhängt – etwa den Rentnern. Diese Schieflage ist jedoch nicht im Sinne der Demokratie.

Die Frage ist daher, wie mehr Bürger zur Teilnahme an Wahlen bewegt werden können. Dabei kann die Verhaltensforschung helfen. Studien aus den USA zeigen etwa, dass die Wahlbeteiligung deutlich gesteigert werden konnte, indem man die Wahlberechtigten darüber informierte, dass die Mehrheit ihrer Mitbürger zuletzt wählen ging, anstatt auf die hohe Nichtwählerquote hinzuweisen.

Zwar sind nicht alle Erkenntnisse aus den USA auf Deutschland übertragbar, doch vermutlich kommt es auch hier auf das Timing an. So hat eine gezielte persönliche Ansprache kurz vor der Wahl eine viel stärkere Wirkung auf die Beteiligung als wochenlanger Plakatwahlkampf.

Kernaussagen in Kürze:

- Immer weniger Bundesbürger gehen zur Wahl: Zeit, nun auch in Deutschland über neue Wege in der Wahlwerbung nachzudenken.
- Nahmen bis in die 1980er Jahre noch regelmäßig neun von zehn Stimmberechtigten an den Bundestagswahlen teil, waren es 2009 und 2013 nur noch sieben von zehn.
- Eine gezielte persönliche Ansprache kurz vor der Wahl eine viel stärkere Wirkung auf die Beteiligung als wochenlanger Plakatwahlkampf.