

Materialien für die Arbeit vor Ort

Nr. 5

Zur kommunalen Direktwahl - Erfahrungen aus Baden-Württemberg und Hessen -

Raimund Gründler/Peter Lückemeier

Vorwort

Die Konrad-Adenauer-Stiftung setzt aus gutem Grund einen besonderen Schwerpunkt in der kommunalpolitischen Arbeit. Die unterschiedlichen Aktivitäten der Bereiche Forschung und Beratung, Politische Bildung und Internationales werden in einer eigenen „Koordinierungsrunde Kommunalpolitik“ miteinander abgestimmt. Dazu gehören auch die „Materialien für die Arbeit vor Ort“, mit denen Informationen zu aktuellen Themen in handlicher Form nutzbar gemacht werden.

Die vorliegende Informationsschrift trägt zum Thema *Direktwahl von Bürgermeistern und Landräten* Erfahrungen aus Baden-Württemberg und Hessen zusammen. In Baden-Württemberg liegen nun schon jahrzehntelange Erfahrungen mit diesem Wahlmodus vor. Hessen absolviert zur Zeit die zweite Runde dieser kommunalen Direktwahlen.

Raimund Gründler war von 1993-1996 Landesgeschäftsführer der CDU Baden-Württemberg und ist seitdem Leiter des Oberbürgermeisterbüros und Direktor für Internationale Beziehungen der Landeshauptstadt Stuttgart. Peter Lückemeier ist Ressortleiter der Rhein-Main-Zeitung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Beiden Autoren gebührt besonderer Dank für ihre Mitwirkung.

Dr. Stephan Eisel
Leiter der Hauptabteilung Kommunalpolitik
und der Koordinierungsrunde Kommunalpolitik
der Konrad-Adenauer-Stiftung

Raimund Gründler

Der Kandidat muß im Mittelpunkt stehen

Grundüberlegungen zur Direktwahl des Bürgermeisters

- Erfahrungen aus Baden-Württemberg -

Das Recht, den Bürgermeister direkt zu wählen, ist in Süddeutschland seit vielen Generationen einer der wichtigsten Bestandteile der Mitwirkungsmöglichkeiten der Bürgerinnen und Bürger in der Stadt oder Gemeinde. Nach langen und oft sehr emotional geführten Diskussionen fand dieses Grundelement der Demokratie nun Eingang in zahlreiche weitere deutsche Kommunalverfassungen. Nach keiner Wahl kann man selbst erfahrene Politbeobachter und alte Hasen in der politischen Szene so oft von einem überraschenden Wahlausgang reden hören wie bei Bürgermeisterwahlen. In den Bundesländern mit langjähriger Direktwahltradition wird immer wieder davon gesprochen, daß Bürgermeisterwahlen ihren eigenen Gesetzen unterliegen.

Es soll in diesem Beitrag versucht werden, den einen oder anderen Grund hierfür aufzuspüren. Gleichzeitig soll jedoch auch deutlich gemacht werden, daß die Erfahrungen aus einem Bundesland nicht unbedingt auf ein anderes Bundesland übertragbar sind, da in jedem Bundesland die Direktwahl des Bürgermeisters in einem anderen Zusammenhang gestellt wird und anders geregelt ist.

Bei der Analyse der Bürgermeisterwahl ist die Frage nach dem idealen Kandidaten die wohl am häufigsten gestellte Frage. Beinahe ebenso häufig wird die Frage aufgeworfen, welche Rolle die Parteizugehörigkeit spielt. Eng damit zusammen hängt die Überlegung, was für die Wahlentscheidung des Bürgers wichtiger ist, das Profil des Kandidaten oder seine Parteizugehörigkeit.

Für diesen gesamten Fragenkomplex gibt es keine generellen Antworten und es ist sehr interessant, die unterschiedlichen Entwicklungen und Tendenzen in den einzelnen Bundesländern zu beobachten.

In Hessen wurden bei der ersten Direktwahl des Bürgermeisters beispielsweise überwiegend Kandidatinnen und Kandidaten gewählt, die schon lange in der jeweiligen Stadt im politischen Leben aktiv waren und dort einen Namen hatten. Teilweise waren sie bereits in der Kommunalpolitik tätig, teilweise hatten sie sich Profil in der Landes- oder Bundespolitik erworben. Auch in Bayern haben im Laufe der Jahrzehnte sehr oft engagierte Kommunalpolitiker den Sprung auf den Bürgermeister- oder Oberbürgermeistersessel geschafft.

Ganz anders ist die Entwicklung in Baden-Württemberg. Dort ist es im Normalfall ein großer Vorteil für den Kandidaten, wenn er von auswärts kommt und keine Bindungen in der Stadt hat oder zumindest kommunalpolitisch noch nicht aktiv war. Ausnahmen gab es in den letzten Jahren in den größten Städten des Landes. Dies hängt wohl auch damit zusammen, daß es für einen neuen, auswärtigen Kandidaten dort kaum möglich ist, während eines Wahlkampfes den notwendigen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Außerdem gab es mehrere Ausnahmen in Städten, in denen die Stelle des Bürgermeisters / Oberbürgermeisters ganz überraschend frei wurde. Sehr selten schaffte jedoch ein Kandidat, der schon seit langem als „Kronprinz“ gehandelt wurde, den Sprung auf den Chefsessel, wenn die Neuwahl seit langem erwartet wurde.

Auch engagierten und profilierten Mitgliedern des Gemeinderates gelang ganz selten eine erfolgreiche Wahl. In den Fällen, in denen dies glückte, waren es meist Kandidaten, die der anderen Partei angehörten, wie der bisher amtierende Oberbürgermeister. Hier scheint sich in der Bevölkerung ein Gefühl festgesetzt zu haben, und dies wohl eher unterbewußt, daß bei aller Zufriedenheit mit dem amtierenden Oberbürgermeister ein gewisser neuer Schwung und eine neue Zielsetzung der Stadt gut tut. Dies wird offensichtlich selten den Kommunalpolitikern zugetraut, die die bisherige Politik aktiv mitgetragen haben.

Genauso interessant ist zu beobachten, daß in Baden-Württemberg die Oberbürgermeister und Bürgermeister in ganz überwiegendem Maße Juristen und Verwaltungsfachleute sind. Offensichtlich wird in Baden-Württemberg der bisherigen beruflichen Tätigkeit und der Ausbildung bei der Wahlentscheidung eine sehr große Bedeutung beigemessen. In Bayern waren im Vergleich viel mehr Kandidaten erfolgreich, die eine ganz andere berufliche Vita hatten und neben dem Beruf ihre kommunalpolitische Erfahrung gesammelt haben. Auch bei der ersten Direktwahl in Hessen wurden viele Kandidatinnen und Kandidaten gewählt, die aus den unterschiedlichsten Berufen in die Politik kamen. Diese unterschiedliche Entwicklung kann auch mit der in Baden und Württemberg seit vielen Jahrzehnten sehr angesehenen Ausbildung des Kommunalbeamtennachwuchses zusammenhängen.

Die große Zahl der auswärtigen Bewerber, die in Baden-Württemberg erfolgreich kandidierten, läßt darauf schließen, daß in diesem Bundesland Unabhängigkeit als großes Qualitätsmerkmal für ein Stadtoberhaupt gilt. Darauf deutet auch hin, daß eine große Zahl parteiunabhängiger Kandidaten Erfolg bei den Wahlen hatte. Dies selbst in Städten mit 70.000 und 80.000 Einwohnern. Natürlich nimmt dies mit zunehmender Stadtgröße ab, da ein Wahlkampf für einen Kandidaten ohne Unterstützung einer Partei in größeren Städten nur schwierig zu finanzieren ist. Nur in Bayern haben die parteiunabhängigen Bürgermeister eine vergleichbare Stärke erreicht.

Sicherlich spielt hier auch das unterschiedliche Wahlrecht eine Rolle. In Baden-Württemberg konnte bis vor kurzem jeder Interessent seine Bewerbung bei einer Bürgermeisterwahl ohne zusätzliche Auflagen einreichen. Er mußte mit keinem einzigen Bürger am Ort vorher gesprochen haben, was vor allem in kleineren Orten bis 15.000/20.000 Einwohnern oft vorkam. Ein Vorschlagsrecht der im Gemeinderat vertretenen Parteien mit entsprechenden Erleichterungen für diese Kandidaten kennt Baden-Württemberg im Gegensatz zu Bayern nicht. Die große Zahl der parteilosen Bürgermeister in Bayern muß deshalb auch im

Zusammenhang mit der Stärke der freien Wählervereinigungen in den Kommunalparlamenten gesehen werden. Die erfolgreichen parteilosen Kandidaten wurden meist von diesen vorgeschlagen und unterstützt.

In allen Bundesländern, in denen bereits Direktwählerfahrung bei Bürgermeisterwahlen gesammelt werden konnte, zeigte sich, daß auch Kandidaten Chancen haben, deren Partei im Rat nur zweit- oder drittstärkste Kraft ist. Ganz besonders deutlich wird dies, wenn die Bürgermeisterwahl unabhängig und zeitlich losgelöst von der Gemeinderatswahl durchgeführt wird. Aber auch bei parallel durchgeführten Wahlen gibt es diese unterschiedlichen Ergebnisse. Dies zeigt, daß die Bürgerinnen und Bürger bereit sind, bei der Bürgermeisterwahl ihre Entscheidung von ganz anderen Kriterien abhängig zu machen wie bei den anderen Wahlen.

Ganz besonders deutlich wird dies in Baden-Württemberg. Dort sind die Bürgermeisterwahlen komplett von den Kommunalwahlen getrennt und es sind auch keine Bürgermeisterwahlen gezielt zeitlich zusammengefaßt. Dies bedeutet, daß fast an jedem Wochenende in irgendeiner Stadt oder Gemeinde gewählt wird, da die Amtszeit des Bürgermeisters gerade zu diesem Zeitpunkt ausläuft oder die Stelle aus anderen Gründen frei geworden ist. Kein Kandidat stellt seine Parteizugehörigkeit heraus. Im Prospekt wird sie erwähnt, aber auf keinem Plakat ist sie zu sehen. Lediglich in Stuttgart versuchte bei der Oberbürgermeisterwahl im November 1996 der SPD-Bewerber vor dem zweiten Wahlgang durch Anbringen des Parteilogos noch zusätzlich die Stammwählerinnen und Stammwähler seiner Partei zu mobilisieren. Es nützte ihm nichts, er blieb deutlich unter 20 % (wobei die SPD sonst durchaus über 35 % in Stuttgart kommt).

In anderen Bundesländern ist jedoch eine andere Tendenz erkennbar. Gerade in den Ländern, die relativ neu die Bürgermeisterdirektwahl kennen oder in denen die Bürgermeisterwahlen überwiegend landesweit gebündelt durchführen, spielt die Parteiangehörigkeit auch in der Werbung eine größere Rolle. Trotzdem hat es dort zahlreiche Wahlergebnisse gegeben, bei denen die Kräfteverhältnisse der übrigen

Wahlen umgekehrt wurden. Teilweise hat hierbei sicherlich der Wunsch der Bevölkerung nach frischem Wind und Veränderung der kommunalpolitischen Verhältnisse eine große Rolle gespielt (vergleiche, wenn in Baden-Württemberg der sogenannte „Kronprinz“ antritt). Bei den herausragenden Erfolgen der CDU-Kandidaten in Hessen und Rheinland-Pfalz hat auch eine geschickt und professionell angelegte Wahlkampfkampagne, die zu einer optimalen Ausnützung des Wählerpotentials geführt hat, eine entscheidende Rolle gespielt.

Unabhängig von all diesen unterschiedlichsten Entwicklungen und Gegebenheiten zeigt sich aber ganz deutlich, daß dem Kandidaten, seiner Präsentation und seinem Auftreten die entscheidende Bedeutung zukommt. Einen idealen Kandidaten gibt es nicht. Es kann keine Schablone für den optimalen Bürgermeisterkandidaten entwickelt werden. Natürlich müssen gewisse regionale Erfordernisse bei der Auswahl des Kandidaten berücksichtigt werden, die oben bereits angesprochen wurden. Ein Quereinsteiger ohne jede Verwaltungserfahrung hat es mit Sicherheit in Baden-Württemberg schwerer wie in Bundesländern mit anderer Tradition. Umgekehrt liegen noch sehr wenig Erfahrungen mit ortsfremden Kandidaten in Hessen vor.

Unabhängig davon hat jedoch jeder Kandidat und jede Kandidatin seine Stärken und auch seine Schwächen. Im Wahlkampf kommt es nun darauf an, die Kampagne so zuzuschneiden, daß ganz besonders die Fähigkeiten und Vorzüge unterstrichen und herausgestellt werden. Wichtig ist hierbei auch, den Kandidaten im Umfeld seiner Mitkandidaten zu sehen. Schwächen eines Gegenkandidaten deckt man am allerbesten auf, indem man deutlich herausstellt, daß der eigene Kandidat gerade hier seine Vorzüge hat. Der Bürger kombiniert den Rest sehr gut selbst. Ein Negativwahlkampf alleine ist für keinen Kandidaten ausreichend.

Etwas anderes ist ein Angriff auf bestehende Gesamtverhältnisse. Dies kommt aber nur in Frage, wenn eine Partei im Rat der Stadt nicht an der Mehrheit beteiligt ist und auch seit vielen Jahren den Bürgermeister nicht mehr gestellt hat. Dann kann die Angriffsstrategie auf die Gesamtverhältnisse und damit auch auf den

gegnerischen Spitzenkandidaten, der dann in der Regel in dieses Geflecht eingebunden war (wenn er nicht sogar Amtsinhaber ist), ein wesentlicher Bestandteil des Wahlkampfes sein.

Etwas losgelöst hiervon muß Baden-Württemberg gesehen werden. Hier bringt diese Strategie nur Erfolg, wenn sich der Amtsinhaber wieder bewirbt, da der Bürgermeister in diesem Bundesland sehr stark losgelöst von den Ratsfraktionen gesehen wird. Ob es sich auch in den Bundesländern, in denen die Direktwahl des Bürgermeisters erst seit wenigen Jahren eingeführt ist oder jetzt gerade erst einführt, in diese Richtung entwickelt, muß abgewartet werden.

Unabhängig vom Umfeld der Bürgermeisterwahlen hat sich in den vergangenen Jahren ein Merkmal des Kandidaten als ganz besonders wichtig herausgestellt: die Bürgernähe. Die Bürgerinnen und Bürger des zu Ende gehenden 20. Jahrhunderts erwarten keinen Regenten mehr im Rathaus. Sie wollen einen Bürgermeister, von dem sie sich sicher sind, daß er ihren Anliegen aufgeschlossen gegenübersteht und daß er sich diesen auch annimmt. Sie wollen einen Oberbürgermeister, auf den sie im Bedarfsfall zugehen können. In einer Großstadt ist dies selbstverständlich schon alleine aufgrund der vielfältigen Anliegen und der großen Zahl der Bürger in der Praxis kaum möglich. Der Kandidat muß aber das Gefühl dieser Aufgeschlossenheit vermitteln.

Die Wahlkampfplanung sollte deshalb auch darauf abgestellt sein, die Kandidatin oder den Kandidaten möglichst oft und unkompliziert mit Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt zu bringen. Die klassischen Wahlkundgebungen müssen auch im Oberbürgermeisterwahlkampf sein, sie können jedoch nicht den Schwerpunkt der Wahlkampagne bilden. Möglichkeiten, in den direkten Dialog mit dem Bürger einzutreten, gibt es viele. Natürlich gehört der klassische Infostand in der Fußgängerzone dazu, wobei dieser durch zusätzliche Aktivitäten aufgewertet und attraktiver gemacht werden kann. Auch Zielgruppengespräche oder Vorortaktionen, wie sie aus der Parteiarbeit seit vielen Jahren bekannt sind, sind unter diesem

Gesichtspunkt geeignet. Ebenso haben sich Stadtteil- oder Wohnquartierbegehungen in vielen Bürgermeisterwahlkämpfen bewährt.

Gerade in ländlichen Gebieten oder in Vorstädten ist hierfür auch der Samstagnachmittag besonders geeignet. Viele Bürgerinnen und Bürger halten sich zu diesem Zeitpunkt in ihrem Garten auf und werden auf die Aktion des Kandidaten aufmerksam. Neben allen geplanten und selbst organisierten Veranstaltungen ist das wichtigste, daß der Kandidat möglichst viel in der Stadt präsent ist. Vom Rundgang durch die Geschäfte mit kurzem Gesprächskontakt und Hinterlassen der Kandidatenvisitenkarte bis zum möglichst flächendeckenden Besuch von geselligen Veranstaltungen sollte nichts ausgelassen werden. Als Grundprinzip kann hier die These gelten: Dem Bürger dort treffen, wo er sich sowieso aufhält. Wichtig ist hierbei, daß der Kandidat Aufmerksamkeit erzielt. Dies ist oft bei Kandidatinnen und Kandidaten, deren Gesicht noch nicht so bekannt ist, nicht immer einfach.

Sehr bewährt in vielen Wahlkämpfen hat sich dabei der Einsatz eines kleinen Wahlkampfteams. Egal wo sich der Kandidat bewegt, wird er von zwei bis drei Mitgliedern seines Teams begleitet. Diese Mitglieder haben einheitliche Sweatshirts oder Jacken mit entsprechendem Aufdruck („Dr. Müller - unser OB-Kandidat“) an. Egal wo sich der Kandidat bewegt, ob über den Wochenmarkt oder ein Vereinsfest, ob in der Fußgängerzone der Innenstadt oder einen Sportplatz beim Spiel der heimischen Mannschaft, er wird wahrgenommen, erzielt Aufmerksamkeit und kommt in Kontakt mit den Wählerinnen und Wählern.

Um die Bürgernähe der Kandidatin oder des Kandidaten zu unterstreichen, sollten neben persönlicher Präsenz die verschiedensten Möglichkeiten der Kommunikation eingesetzt werden. Eine gut gemachte Internethomepage mit entsprechendem Diskussionsforum und der Möglichkeit, Fragen an den Kandidaten zu stellen, müßte heute zur Selbstverständlichkeit eines Wahlkampfes in jeder größeren Stadt gehören. Ebenso bieten sich Telefonaktionen zu bestimmten Themen an (z.B.: „Kindergartenplätze in X-Stadt - Ihre Meinung interessiert mich, rufen Sie mich an“). Ebenfalls sehr gut kommt im Normalfall an, wenn dem Kandidatenprospekt

eine an den Kandidaten adressierte Rückantwortkarte angeheftet wird, damit der Bürger seine Anregungen oder Kritikpunkte weitergeben kann. Wichtig bei allen eingesetzten Kommunikationsformen ist jedoch, daß der Bürger auch wirklich eine rasche Antwort vom Kandidaten bekommt, andernfalls wirkt sich ein positiver Denkansatz kontraproduktiv aus.

Ebenso ist es wichtig, im Wahlkampf den Kandidaten als einen Politiker darzustellen, der Probleme anpackt und löst. Wenn das Wort Politikverdrossenheit fällt, wird dies sehr oft mit langen Diskussionen und dem Hin- und Herschieben von Problemen in Verbindung gebracht. Die Kommunalpolitik ist der politische Bereich, zu dem der Bürger den direktesten Zugang hat und dessen Auswirkungen er am direktesten verfolgen kann. Gerade hier erwartet er Lösungen der Probleme. Es ist deshalb ganz natürlich, daß er die Lösungskompetenz für eine wichtige Eigenschaft eines Kandidaten hält.

Weiter oben wurde ausgeführt, welche große Bedeutung in Baden-Württemberg der Unabhängigkeit der Kandidaten beigemessen wird. Die Bereitschaft in anderen Bundesländern, Kandidaten einer Partei zu wählen, die bisher im Rat nicht die Mehrheit hatte und nicht den Bürgermeister stellte, zeigt, daß auch dort Unabhängigkeit erwünscht ist, auch wenn sie sich etwas anders definiert. Hier wird Unabhängigkeit vor allem unter dem Aspekt gesehen, daß der Kandidat nicht den bisher führenden Seilschaften die oft auch als Filz definiert werden, angehört hat. In einer solchen Situation ist es im Wahlkampf natürlich wichtig, dies herauszustellen. Auch hier wird deutlich, daß es im Wahlkampf immer am erfolgsversprechendsten ist, wenn man die positiven Vorzüge des eigenen Kandidaten herausstellt und dadurch die Schwächen des Gegenkandidaten aufdeckt. Eine Strategie, die nur den Angriff sieht und dabei nicht alle Angriffspunkte durch eine positive Alternative unterstreichen kann, kann keinen Erfolg haben.

Zu jedem erfolgreichen Wahlkampf gehört auch eine entsprechende Werbelinie. Viel und kontrovers wird stets darüber und über die Werbemittel diskutiert. Selbst-

verständlich muß die Werbelinie voll auf den Kandidaten ausgerichtet sein. Unstrittig ist die Bedeutung eines gut gestalteten, sympathischen Kandidatenplakats (außer in ganz kleinen Gemeinden, wo oft alle Kandidaten auf eine Plakatierung verzichten), eines guten Prospektes und einer Kandidatenvisitenkarte. Die Diskussionen entzündeten sich im Normalfall an den Kleinwerbmitteln. Hier kann sehr viel Geld ausgegeben werden, ohne daß ein besonderer Effekt erzielt wird.

Noch kein Kandidat nur wegen eines verschenkten Kugelschreibers gewählt worden. Andererseits ist es gerade bei Infoständen oder bei Rundgängen über Wochenmärkte und durch Fußgängerzonen praktisch, wenn neben der Kandidatenvisitenkarte noch ein Werbemittel zur Verfügung steht. Oft wird dadurch auch die Ansprache der Bürgerinnen und Bürger erleichtert. Ein Kleinwerbmittel sollte entweder sehr sympathisch wirken (z.B. Blume, Schokoladentaler etc.), besonders originell sein (z.B. für einen jungen Kandidaten ein Teebeutel mit dem Aufdruck „Nicht immer den alten Aufguß“) oder einen gewissen Nutzen haben, damit es nicht immer zur Seite gelegt wird (z.B. wichtige Notrufnummern auf der Rückseite der Visitenkarte oder Parkscheibe mit Kandidatenbild auf der Rückseite). Es ist sicherlich sinnvoll, nicht einen zu großen Anteil des Werbeetats für die Kleinwerbmittel zu verwenden. Außerdem ist es immer gut, wenn durch das Kleinwerbmittel ein bestimmter Bezug zum Kandidaten oder zu Forderungen des Kandidaten hergestellt werden kann.

Es wird deutlich, daß es die allgemein verbindliche Strategie für eine erfolgreiche Oberbürgermeisterwahl nicht gibt. Es wird aber auch deutlich, daß es gewisse Grundzüge gibt, die regional unterschiedlich sein können, die aber für einen erfolgreichen Wahlkampf berücksichtigt werden müssen. Immer steht hierbei die Kandidatin oder der Kandidat und die entsprechende Präsentation im Mittelpunkt. Oberbürgermeisterwahlen sind Persönlichkeitswahlen. Dies muß bei jeder Wahlkampfplanung und bei jeder Wahlkampfstrategie stets berücksichtigt werden.

Die Direktwahl von Bürgermeistern in Hessen

- Fünf Erfahrungen -

Erstens: Wer als Amtsinhaber antritt, hat gute Chancen, wiedergewählt zu werden. Anders ausgedrückt, wer als Amtsinhaber nicht bestätigt wird, hat ein Fiasko erlitten; wer ein knappes Ergebnis einfährt, muß das fast als Niederlage verbuchen (Darmstadt). Bürgermeister in kleinen und mittleren Gemeinden, die sich der Wiederwahl stellen, können in der Regel mit einem Ergebnis um die 60 Prozent rechnen.

Und wenn ein Überraschungssieger wie in Kassel nach sechs Jahren als Oberbürgermeister wieder antritt, hat auch dieser ehemalige Außenseiter wiederum gute Chancen: Der Überraschungssieger Lewandowski (CDU) in Kassel wurde nach erfolgreicher Tätigkeit von den Wählern bestätigt.

Zweitens: Obwohl Amtsinhaber in der Regel bestätigt werden, bietet die Persönlichkeitswahl auch solchen Kandidaten eine Chance, die aufgrund der herrschenden Mehrheitsverhältnisse in den Kommunalparlamenten kaum Aussicht auf Erfolg gehabt hätten. Beispiele sind die CDU-Siege in den SPD-Hochburgen Kassel, Hanau und Rüsselsheim. In zwei Gemeinden im Rhein-Main-Gebiet stellen Die Grünen den Bürgermeister (Friedrichsdorf und Biebesheim). In Hessen insgesamt stellen sie in 25 Städten und Gemeinden den Verwaltungschef. Auch parteilose Bewerber konnten ihre Chancen erheblich verbessern. Wählerinnen und Wähler von mehr als 70 Kommunen entschieden sich für einen Einzelbewerber. Vor der Einführung der Urwahl gehörten dagegen nur 46 Bürgermeister keiner Partei oder Wählergruppe an. In Wetzlar wechselte die Position des Oberbürgermeisters von der SPD zur FDP.

Drittens: Die Bürger differenzieren sehr genau in der Wichtigkeit, die sie einer Wahl beimessen. Die personalisierte Reihenfolge lautet dabei: Kanzler, Ministerpräsident, Bürgermeister, Oberbürgermeister, Landrat. Bei kleineren Gemeinden bis zu 10.000 Wahlberechtigten liegt die Wahlbeteiligung in der Regel bei über 60 Prozent. In den Mittelstädten mit 30.000 Wahlberechtigten ist sie niedriger, schwankt aber in der Regel immer noch um die 50 Prozent.

Keine Regel läßt sich aufstellen für die Wahlbeteiligung in den Großstädten. So gingen in Offenbach nur 44,2 Prozent der Bürger zur Wahl, in Darmstadt 48,4 Prozent, in Frankfurt waren es 55,8 Prozent und in Wiesbaden sogar 59,4 Prozent. Interessant ist, daß die Wahlbeteiligung in der Stichwahl, wo nur noch zwei Kandidaten gegeneinander antreten, meist bedeutend niedriger ausfällt. Am signifikantesten war das in Wiesbaden: Wahlbeteiligung im ersten Wahlgang 59,4 Prozent, in der Stichwahl nur noch 47,5 Prozent. Während der SPD-Kandidat in Wiesbaden im ersten Wahlgang noch um 300 Stimmen vorne lag, konnte in der Stichwahl der CDU-Kandidat Hildebrand Diehl sich mit einer Mehrheit von über 500 Stimmen durchsetzen.

Viertens: Ein Quorum scheint nach den bisherigen Erfahrungen mit den Direktwahlen in Hessen nicht nötig. In Brandenburg ist die Wahl ungültig, wenn nicht 15 Prozent der Wahlberechtigten von ihrem Wahlrecht Gebrauch machen. In Hessen lag die Zahl der Stimmen für einen Gewählten, bezogen auf die Zahl der Wahlberechtigten, meist zwischen 30 und 40 Prozent - nebenbei bemerkt, also deutlich höher als in den USA, wo der Präsident in der Regel nur von einem Viertel der Bürger gewählt wird. Die niedrigste Wahlbeteiligung gab es bei den Landratswahlen im Landkreis Offenbach. Dort stimmten zwar 55 Prozent der Wahlberechtigten für den CDU-Kandidaten Peter Walter, was aber nur 17, 2 Prozent aller Wahlberechtigten waren. Im Main-Taunus-Kreis erreichte Jochen Riebel zwar knapp 60 Prozent, aber nur 21,2 Prozent aller Wahlberechtigten.

Fünftens: Chancen auf einen Machtwechsel gab es in Hessen vor allem aufgrund langjähriger parteipolitischer Verkrustungen oder aufgrund eines spezifischen

Unmuts gegenüber der Stadtverwaltung. Beispiele für Verkrustungen und politischen Filz sind die Städte Hanau und Rüsselsheim, wo Otti Geschka und Margret Härtel in der Direktwahl von dem Unmut gegen eine jahrzehntelange Herrschaft der SPD profitierten. In Kassel ging der erste Sieg des CDU-Kandidaten Lewandowski vor allem auf das Konto einer als schikanös empfundenen rot-grünen Verkehrspolitik. In Frankfurt war die Wahl Petra Roths sicherlich auch eine Quittung der Bürger für jahrelange Querelen innerhalb der SPD.