

PARTEIEN UND IHRE WÄHLER

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN
UND WÄHLERMOBILISIERUNG IM
INTERNATIONALEN VERGLEICH

Karsten Grabow
Patrick Köllner (Hrsg.)

Mit Beiträgen von:
Joachim Betz | Ulrich Eith | Gero Erdmann
Uwe Jun | Andrea Römmele u.a.

ISBN 978-3-938926-56-9

www.kas.de

G I G A

German Institute of Global and Area Studies
Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien

 **Konrad
Adenauer
Stiftung**

INHALT

5 | VORWORT

9 | **I. EINFÜHRUNG IN DIE THEMATIK**

11 | GESTALT UND ORIENTIERUNG VON WAHLKÄMPFEN –
ANSÄTZE FÜR DEN INTERNATIONALEN VERGLEICH
Patrick Köllner

23 | GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTE UND POLITISCHER
WETTBEWERB – MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN
EINES ÜBERREGIONALEN VERGLEICHS
Ulrich Eith

35 | **II. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN
UND WÄHLERMOBILISIERUNG IM
SUBSAHARISCHEN AFRIKA UND IN ASIEN**

37 | SOZIALE KONFLIKTLINIEN, ETHNIZITÄT UND
WÄHLERBINDUNG – KONZEPTIONELLE UND
METHODISCHE FORSCHUNGSPROBLEME IN AFRIKA
Gero Erdmann

57 | GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND
PARTEIENPRÄFERENZ IM FRANKOPHONEN AFRIKA
Matthias Basedau | Alexander Stroh

83 | GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND
POLITISCHE GEWALT – ZUM VERBOT ETHNISCHER
PARTEIEN IM SUBSAHARISCHEN AFRIKA
Anika Becher

103 | GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND
WÄHLERMOBILISIERUNG IN SÜDOSTASIEN
Andreas Ufen

123 | GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND
WÄHLERMOBILISIERUNG IN INDIEN
Joachim Betz

© 2008 Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Sankt Augustin/Berlin

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise, allein mit Zustimmung
der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Gestaltung: SWITSCH KommunikationsDesign, Köln.

Umschlagfoto: (c) Konrad-Adenauer-Stiftung.

Printed in Germany.

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik
Deutschland.

ISBN 978-3-939826-56-9

149| **III. MOBILISIERUNGSSTRATEGIEN UND WAHLKAMPFTECHNOLOGIEN IN INDUSTRIESTAATEN**

151| DIE PROFESSIONALISIERUNG DER WÄHLERWERBUNG IN JAPAN

Axel Klein

167| PROFESSIONALISIERUNG DES WAHLKAMPFS IN DEUTSCHLAND – WIE SPRACHEN UND SPRECHEN PARTEIEN IHRE WÄHLERINNEN UND WÄHLER AN?

Kim Jucknat | Andrea Römmele

177| PROFESSIONALISIERUNG DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION IN GROSSBRITANNIEN

Uwe Jun

207| MOBILISIERUNG UND MODERNE KAMPAGNENTECHNIKEN – DIE US-AMERIKANISCHEN PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLKÄMPFE

Mario Voigt | Andreas Hahn

230| AUTORINNEN UND AUTOREN

VORWORT

Es ist mittlerweile 40 Jahre her, dass Seymour Martin Lipset und Stein Rokkan in dem von ihnen herausgegebenen Werk *Party Systems and Voter Alignments* darlegten, wie es zur Strukturierung der Parteiensysteme in Westeuropa gekommen war. Parteien, so das Argument von Lipset und Rokkan, sind entlang gesellschaftlicher Konfliktlinien entstanden. Sie sind quasi organisatorischer und auch politischer Ausdruck gesellschaftlicher Konflikte bzw. so genannter Konfliktlinien (*cleavages*). Lipset und Rokkan argumentierten, dass diese Konfliktlinien über den Zeitverlauf „eingefroren“ wären und bis in die Gegenwart (der 1960er Jahre) parteiprägend wirkten. Kurioserweise haben unmittelbar nach der Veröffentlichung dieses zur Grundlagenliteratur der modernen Parteiensoziologie zählenden Beitrags einige der relevanten Konflikte, z.B. der zwischen Arbeit und Kapital und damit auch der vorangegangene Konflikt zwischen Regimegegnern und -trägern, an politischer Mobilisierungskraft verloren und wurden von anderen überlagert. Nichtsdestotrotz kann der Konfliktlinien-Ansatz von Lipset und Rokkan auch heute noch hilfreich für die Deutung und Erklärung der Strukturen von Parteiensystemen in unterschiedlichen nationalen, sozialen, wirtschaftlichen oder kulturellen Kontexten sein, wie die Beiträge in diesem Band belegen.

Mit der Abschwächung gesellschaftlicher Grundsatzkonflikte hat sich auch das Wahlverhalten in Westeuropa geändert. Bis Mitte der 1960er Jahre trugen gesellschaftliche Konflikte zur kollektiven Bewusstseins- und Milieubildung bei und sie übertrugen sich in Parteibindungen, die relativ stabil waren. Dies hat sich mittlerweile geändert. Wähler sind wählerischer geworden. Ein erheblicher Teil der Wählerinnen und Wähler zieht es sogar vor, sich gar nicht mehr an der Stimmabgabe zu beteiligen. Das gilt u.a. für Transformationsstaaten in Mittelost- und Südosteuropa, in denen die Wahlbeteiligung – bei sinkender Tendenz – lediglich Werte um 50 Prozent erreicht, z.B. in Bosnien-Herzegowina, der Slowakei oder in Litauen. In Polen waren es 2005 sogar nur knapp 41 Prozent der wahlberechtigten Bevölkerung, die zur Wahlurne schritten.

Dies sind Werte, die wir zum Teil auch in den neuen deutschen Bundesländern zur Kenntnis nehmen müssen. Unter diesen Bedingungen können sich Parteien längst nicht mehr auf sichere Stimmen und anderweitige Unterstützung ehemals starker Stammlager verlassen.

Der Bedeutungsverlust gesellschaftlicher Konfliktlinien für die politische Bewusstseinsbildung und die damit einhergehende Abschwächung der Bindungen der Wählerinnen und Wähler an eine bestimmte Partei (*dealignment*) hatten auch Einfluss auf die Mobilisierungsstrategien der Parteien. Wie die Forschung zeigt, versuchen Parteien mit immer weniger Inhalt – von Ideologien ganz zu schweigen –, dafür aber mit Medienkampagnen und telegenen wie populären Kandidaten die immer weniger parteigebundenen Wähler zur Stimmabgabe zu bewegen, auch wenn der Höhepunkt der kostspieligen Materialschlachten – zumindest in Deutschland – bereits Ende der 1990er Jahre erreicht worden zu sein scheint.

Dennoch scheint sich dieser Trend in Europa im Allgemeinen und in den post-kommunistischen Transformationsländern im Besonderen zu bestätigen. Hier, so belegen zahlreiche Studien zur Parteienentwicklung und zur politischen Mobilisierung, haben sich Parteien und Parteiensysteme quasi im Zeitrafftempo entwickelt. Ihnen fehlten und fehlen zum Teil auch noch heute eine stabile gesellschaftliche Basis, Werte und daraus abgeleitete Programme. In der Folge sind häufig schwach institutionalisierte Kaderorganisationen, Wahlkampfmaschinen oder so genannte Phantomparteien entstanden, die gelegentlich wie Sternschnuppen kamen und ebenso wieder gingen. Ihre schwache gesellschaftliche Verankerung, geringe Bindungen zwischen ihnen und den Wählern und programmatische Defizite wurden und werden noch immer häufig durch Event- und Wahlkampfinszenierungen, Personenorientierung und ebenso eingängige wie einfache Wahlkampfbotschaften kompensiert.

Der Zusammenhang zwischen schwächer werdenden oder gar nicht erst – zumindest nicht in westeuropäischen Größenordnungen – vorhandenen Beziehungen zwischen Parteien und ihren Wählern einerseits und andererseits die Bestrebungen der Parteien, die volatiler gewordenen Wähler dennoch zu mobilisieren, ist Gegenstand dieses Bandes. Er beruht auf einer Tagung, die die Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) und das in Hamburg ansässige GIGA German Institute of Global and Area Studies im Mai 2007 in der Akademie der KAS in Berlin durchgeführt haben.

Das Interesse der Tagung galt jedoch nicht allein westeuropäischen Parteien, wie der Blick auf die in diesem Band veröffentlichten Beiträge zeigt. Das GIGA, und hier insbesondere die Arbeitsgruppe „Parteien“, beschäftigt sich weltweit mit der Analyse von politischen Parteien. Der Forschungsschwerpunkt der GIGA-Mitarbeiter/innen, die zu diesem Band beigetragen haben, liegt v.a. auf Süd- und Ostasien sowie auf Afrika südlich der Sahara. Dort haben wir es mit Wählermärkten zu tun, die sich durch noch weitaus schwächere Bindungen zwischen Parteien und Wählern auszeichnen als das in Mittel- und Mitteleuropa der Fall ist. Die Spitzenrepräsentanten der Parteien haben in zahlreichen Fällen durch Korruption, Selbstbereicherung, Klientelismus und schlechte Regierungsführung den Ruf politischer Parteien diskreditiert. In etlichen Fällen handelt es sich in diesen Regionen um so genannte „Taxi-Parteien“, auf denen man als Wähler oder ambitionierter Kandidat mal ein Stückchen mitfährt, wenn dies von Nutzen zu sein scheint, oder um Agenturen, die öffentliche Ämter an loyale Gefolgsleute verteilen.

Die in diesem Band veröffentlichten Beiträge über Parteien und deren Wählermobilisierungsstrategien und -bedingungen aus Forschungs- und Projektländern von KAS und GIGA werden durch Studien zu Mobilisierungsstrategien und Wahlkampftechnologien von Parteien aus vier Industriestaaten (Deutschland, Großbritannien, Japan und den USA) ergänzt. Diese Industriestaaten zählen zwar nicht zu den unmittelbaren Zielländern der internationalen politischen Entwicklungszusammenarbeit der KAS. Dennoch sind Informationen über die Art und Weise der Wähleransprache durch Parteien in westlichen Demokratien sowie über die Ursachen veränderter Wähler-Parteien-Beziehungen für zwei global orientierte bzw. agierende Organisationen wie der KAS und dem GIGA von großem Interesse.

Die Konrad-Adenauer-Stiftung ist seit vielen Jahren auf dem Gebiet der internationalen Parteienzusammenarbeit und -förderung aktiv. Kooperation mit und Förderung von demokratischen Parteien sind Schwerpunkte der internationalen Arbeit der KAS. Um sich über aktuelle Entwicklungen und Probleme der Parteien ein Bild zu machen und vor allem, um potenzielle Partner vor Ort identifizieren zu können, von denen ein effektiver Beitrag zur Stabilisierung der Demokratie, ihrer Institutionen und ihrer Verfahren erwarten werden kann, benötigt die KAS verlässliche Informationen. Diese erbringen in der Regel die Auslandsmitarbeiter der Stiftung. Aber auch Informationen von Seiten der Wissenschaft sind für die KAS

von großer Bedeutung. Die Befunde der Forschung – v.a. für Entwicklungs-, Transformations- und Schwellenländer, in denen die KAS international aktiv ist –, zeigen Defizite auf, an denen mit Maßnahmen der politischen Bildungsarbeit im Allgemeinen oder der Parteienförderung im Besonderen angesetzt werden kann.

Die Herausgeber danken allen Autorinnen und Autoren für ihre engagierte Mitwirkung an der Tagung sowie die interessanten Beiträge zu diesem Band. Er knüpft an zwei vorangegangene Tagungen und damit verbundene Publikationen (Köllner/Basedau/Erdmann, Hrsg., Innerparteiliche Machtgruppen: Faktionismus im internationalen Vergleich, Frankfurt am Main: Campus 2006; KAS-Auslandsinformationen 11/2006) an und setzt die Zusammenarbeit zwischen der KAS und der Arbeitsgruppe „Parteien“ am GIGA fort.

*Karsten Grabow
Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Berlin*

*Patrick Köllner
GIGA German Institute of Global and Area Studies / Leibniz-Institut für
Globale und Regionale Studien, Hamburg*

I. EINFÜHRUNG IN DIE THEMATIK

GESTALT UND ORIENTIERUNG VON WAHLKÄMPFEN

ANSÄTZE FÜR DEN INTERNATIONALEN VERGLEICH

Patrick Köllner

1. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND IHRE BEDEUTUNG FÜR DAS VERHÄLTNISS VON PARTEIEN UND WÄHLERN

Die Übersetzung gesellschaftlicher Konfliktlinien (*Cleavages*) in Parteiensysteme hat jahrzehntelang den politischen Wettbewerb in vielen westeuropäischen Ländern geprägt – so die bekannte Aussage von Lipset und Rokkan (1967). Politische Parteien haben gesellschaftliche Scheidelinien und divergierende Wertvorstellungen genutzt, um ihre Anhängerschaften zu mobilisieren, politische Überzeugungsarbeit zu leisten und um ihr jeweiliges Profil zu schärfen. Neben dem „klassischen“ Konflikt zwischen Kapital und Arbeit spiegelten sich auch regionale, religiöse und kulturelle Gegensätze in der Entwicklung und dem Wettbewerb politischer Parteien wider, wobei länderbezogene Spezifika die Bedeutung einzelner Konfliktlinien bestimmten. Selbst lange nachdem die einzelnen Konflikte an Virulenz verloren hatten, wirken die damit verbundenen Konfliktlinien oftmals bei der Strukturierung des politischen Wettbewerbs nach; die Konfliktlinien waren de facto „eingefroren“. Trotz unterschiedlich gelagerter Rahmenbedingungen der Parteipolitik und andersartiger

Entwicklungspfade der betreffenden Parteien, haben gesellschaftliche Konfliktlinien auch den politischen Wettbewerb in zahlreichen außereuropäischen Regionen mitbestimmt, wobei hier insbesondere gesellschaftlichen Trennlinien auf der Basis von Ethnizität und Religion eine herausragende Rolle zukommt (siehe auch die Beiträge von Ulrich Eith und Gero Erdmann in diesem Band).

Grundsätzlich sind gesellschaftliche Konfliktlinien durch drei Charakteristika gekennzeichnet:¹ Erstens muss eine Trennung gesellschaftlicher Gruppen auf der Basis von Status, Religion oder Ethnizität vorliegen. Konfliktlinien basieren damit auf sozialen Realitäten bzw. dem, was dafür gehalten wird. Zweitens setzt eine Konfliktlinie eine klare kollektive Identität voraus. Dies in dem Sinne, dass die Gruppen, welche von der Konfliktlinie betroffen sind, sich ihrer Identität und Interessen als Landwirte, Arbeiter, Katholiken etc. bewusst sind. Drittens muss eine Konfliktlinie einen organisatorischen Ausdruck finden, ob nun durch eine Partei, eine Gewerkschaft, eine Kirche oder eine andere organisierte Entität. Es ist nur sinnvoll von Konfliktlinien zu sprechen, wenn es sich dabei um tiefgehende strukturelle Teilungen handelt, die über Generationen hinweg wirken. Derartige Konfliktlinien können fort dauern, weil die damit verbundenen Interessen von anhaltender Relevanz sind, kollektive Identitäten weiterbestehen, alternative politische Identitäten nicht (mehr) umfassend mobilisiert werden können, die formalen Rahmenbedingungen der Parteientätigkeit (Art des Wahlsystems, Struktur des Regierungssystems usw.) die Aufrechterhaltung von Konfliktlinien begünstigen und diese Konfliktlinien auch in organisatorischer Hinsicht von Parteien in den Wettbewerb um Wählerstimmen eingebracht werden.

Die Bedeutung von Konfliktlinien für die Strukturierung des politischen Wettbewerbs kann in Folge einer Reihe von Entwicklungen schwinden. Zu den entsprechenden Entwicklungen zählen

1. gesellschaftlicher Wandel, der eine Veränderung der zugrundeliegenden sozialen Realität bewirken kann (Urbanisierung, Rückgang religiöser Überzeugungen etc.),
2. die Fragmentierung kollektiver Identitäten und die zurückgehende Bedeutung geteilter Interessen und
3. die Erweiterung der politischen Agenda und Strategien durch die betreffenden Parteien, ein damit verbundenes Abrücken vom Fokus auf distinkte Konfliktlinien einschließlich der Aufweichung „traditioneller“ Mobilisierungsstrategien auf Basis gesellschaftlicher Teilungen.

Selten werden jedoch ehemals bedeutsame Konfliktlinien durch neuere ersetzt; die Bedeutung von Konfliktlinien geht einfach *allgemein* zurück. Die Folge ist ein so genanntes *Dealignment*, d.h. eine abnehmende Ausrichtung der Wähler (aber eben auch der Parteien) an Konfliktlinien (vgl. Dalton 1984, 2000, 2002; zum deutschen Fall: Müller 1999). Die Wählerschaft ist damit weniger strukturiert, individuelle bzw. partikulare Präferenzen spielen eine größere Rolle, und das Wahlverhalten wird volatiler. Derartige Entwicklungen kennzeichnen heute die Realität der „Wählermärkte“ in den hochentwickelten Industrieländern,² während die Wählermärkte in Entwicklungs- und Schwellenländern nur in wenigen Fällen auf vergleichbar stabilen *Alignments* beruhten und die Wählerinnen und Wähler oftmals von vornherein ungebundener waren.

Bemerkenswert ist indes, dass trotz *Dealignment* und bei gleichzeitiger Fortentwicklung der Massenmedien vielerorts im Kontext politischer Kommunikation die Bedeutung von Mobilisierungsstrategien in Wahlkämpfen noch gestiegen ist. Neben Tür-zu-Tür- und Telefonkampagnen (durch Parteiaktivisten und bezahlte Helfer), die allerdings in einigen Ländern verboten sind, ist auch der verstärkte Einsatz des Mediums Internet (einschließlich Weblogs) zu beobachten. Am intensivsten – auch in finanzieller Hinsicht – werden ausgefeilte Mobilisierungsstrategien in den USA genutzt (siehe den Artikel von Mario Voigt in diesem Band), aber auch in Wahlkämpfen in Westeuropa oder Japan sind verstärkt derartige Aktivitäten zu beobachten. Allgemein entwickeln sich klassische Volksparteien in etablierten Demokratien immer mehr zu „professionalisierten Medienkommunikationsparteien“ (Jun 2004). Teilweise werden auch „alte“ Kommunikationsstrategien an anderer Stelle neu entdeckt, wie etwa der Einsatz detaillierter Wahlmanifeste in Japan seit 2003 zeigt (Köllner 2007a, 2007b).

2. STRATEGIEN IM WETTBEWERB UM WÄHLERSTIMMEN UND DIE DEBATTE UM DIE „AMERIKANISIERUNG“ VON WAHLKÄMPFEN³

Wie nehmen Parteien Wähler ins Visier? Aufbauend auf verschiedenen Strängen der Literatur zu Parteien und Wahlen hat Robert Rohrschneider (2002: 376) fünf potenzielle Abwägungen postuliert, vor denen Wahlkampfstrategen stehen. Erstens: Sollten die Wahlkampfaktivitäten auf die Maximierung der Stimmen ausgerichtet sein, indem auf den „Medianwähler“ abgezielt wird oder sollte das Vertreten distinkter politischer Positionen betont werden? Zweitens: Sollte die Wahlkampagne auf die Mo-

bilisierung der Stammwählerschaft ausgerichtet sein oder sollten unabhängige Wähler in den Mittelpunkt gerückt werden? Drittens: Sollte sich die Wahlkampagne auf ein gegebenes (ggf. ideologisch geprägtes) Programm oder aber auf moderne Instrumente wie Umfragen und Fokusgruppen verlassen? Viertens: Sollte die Kampagne auf den Führer einer Partei oder aber auf (innerparteiliche) Klientelgruppen fokussieren? Und fünftens: Sollte die Parteiorganisation in symbolischer oder aber mechanischer Hinsicht in der Kampagne genutzt werden? Vor dem Hintergrund derartiger Entscheidungen und damit verbundener *Trade-offs* argumentiert Rohrschneider (2002: 376-377), dass Strategien im Wettbewerb um Wählerstimmen (*Voter Targeting Strategies*) als ein Kontinuum verstanden werden können, an dessen einem Ende eine lupenreine Mobilisierungsstrategie steht und dessen anderes Ende eine ebenso reine Jagdstrategie (*Chasing Strategy*) bildet. Nach Rohrschneider (ebd.) ist die idealtypische Mobilisierungsstrategie

- primär durch politische Inhalte motiviert,
- fokussiert auf Stammwähler,
- verlässt sich primär auf das ideologische Erbe einer Partei,
- betont vor allem die Kernklientel einer Partei und
- betrachtet Parteien als Instrument für den Kontakt zu den Wählern.

Die idealtypische Jagdstrategie

- zielt auf Stimmenmaximierung ab,
- nimmt vor allem unabhängige (parteiungebundene) Wähler ins Visier,
- betont moderne Wahlkampftechnologien und -instrumente,
- tendiert zur Betonung von Parteiführern und
- betrachtet organisatorische Innovation als Teil des Kampagnenthemas.

Rohrschneiders Kategorisierung von Strategien des Wettbewerbs um Wählerstimmen ist von substanzieller Bedeutung in heuristischer und analytischer Hinsicht. Indes ist eine gewisse „okzidentalistische“ Färbung dieser Kategorisierung unübersehbar. Die entsprechende Verzerrung reflektiert die Tatsache, dass der größte Teil der Literatur zu Parteien und Wahlen auf „westlicher“ Empirie, sprich europäischen und nordamerikanischen Erfahrungen basiert. Als Folge davon werden stark die materiellen Politikorientierungen und ideologisch geprägten Programme politischer Parteien sowie jüngere Tendenzen der Ausweitung partizipatorischer Möglichkeiten für Parteimitglieder und -unterstützer betont. Was

demgegenüber in der Literatur oftmals vernachlässigt wird, sind unter anderem klientelistische Bindungen (*Linkages*) von Parteien an die Wählerschaft, wie sich nicht nur an prominenter Stelle in vielen außereuropäischen Kontexten, sondern auch in Teilen Europas vorzufinden sind (vgl. Piattoni 2001; Betz et al. 2004; Basedau et al. 2007; Kitschelt/Wilkinson 2007). Hieraus folgt, dass die inhaltsbezogene Motivation idealtypischer Mobilisierungsstrategien nicht, wie bei Rohrschneider der Fall, als gegeben, sondern lediglich als eine Möglichkeit unter anderen angesehen werden sollte. Zudem muss neben der Stützung politischer Parteien auf ihr ideologisches Erbe Klientelismus und Patronage als eine weitere distinkte Option in dieser Hinsicht berücksichtigt werden. Schließlich sollte mit Blick auf idealtypische Jagdstrategien nicht zu sehr die Komponente organisatorischer Innovation betont werden, da diese möglicherweise nur in einer beschränkten Anzahl nationaler Kontexte vorzufinden ist.

Ungeachtet dieser notwendigen Qualifikationen der Rohrschneiderschen Kategorisierung von Strategien im Wettbewerb um Wählerstimmen bleibt die Frage, welche Faktoren die Position von Parteien auf dem Mobilisierung-Jagd-Kontinuum erklären. Rohrschneider selbst argumentiert, dass zu den maßgeblichen unabhängigen Variablen institutionelle und parteisystembezogene Charakteristika, Charakteristika der Nachfrageseite (einschließlich der Größe wohldefinierter sozialer Gruppen) sowie die Struktur von Parteien (einschließlich der relativen Stärke innerparteilicher Machtgruppen und Koalitionen) gezählt werden müssen (Rohrschneider 2002: 377-378). Verschiedene empirisch überprüfbare Hypothesen können auf dieser Grundlage entwickelt werden; zumindest drei davon sollen hier erwähnt werden. Erstens vergrößern Mehrheitswahlsysteme die Anreize für das Verfolgen von Jagdstrategien, da sie die wesentlichen Parteien dazu zwingen, unabhängige Wähler zu umwerben, während Stammwähler kaum eine Alternative zur Unterstützung „ihrer“ Partei haben. Umgekehrt gehen von Verhältniswahlsystemen größere oder zumindest gegenläufige Anreize zur Mobilisierung der Stammwählerschaft aus, um ein „Überlaufen“ zu Parteien mit ähnlich gelagerten ideologischen Profilen (bzw. ähnlichem Patronagepotenzial) zu verhindern. Zweitens: Je größer und besser organisiert die sozialen Gruppen sind, an die sich Parteien binden können, desto größer die Anreize, Mobilisierungsstrategien zu verfolgen. Umgekehrt korreliert die Größe unabhängiger Wähler mit der Stärke von Anreizen zum Verfolgen von Mobilisierungsstrategien. Und drittens: Je heterogener und intern komplexer Parteien sind, desto mehr neigen sie dazu, innerparteiliche Klientelgrup-

pen (*Constituencies*) zu bedienen und Wählergruppen zu mobilisieren, die mit diesen Klientelgruppen verbunden sind. Mit zunehmender Zentralisierung von Parteien wächst umgekehrt die Neigung zum Verfolgen parteiführerorientierter Jagdstrategien.

Einen weiteren Strang der Literatur zu Parteien und Wahlen, der für den internationalen Vergleich der Gestaltung und Orientierung von Wahlkämpfen von Interesse ist, bildet die so genannte Amerikanisierungsdebatte. Im Zentrum der Debatte steht die Frage, ob transnationale Trends, welche die moderne politische Kommunikation prägen, zu einer Homogenisierung von Wahlkampagnenstilen wenn nicht sogar der politischen Kommunikation allgemein führen. Im Zeitalter der „Mediendemokratie“, so ist argumentiert worden, muss die politische Kommunikation den öffentlichkeitsbezogenen Selektions- und Aufmerksamkeitsregeln der Massenmedien folgen (Pfetsch 2001: 27). Laut Mancini und Swanson (1996), welche die Hypothese der „Amerikanisierung“ popularisiert haben, wird moderne Wahlkampfkommunikation von fünf großen Trends beeinflusst: der Personalisierung der Politik, dem zunehmenden Einsatz „wissenschaftlicher“ Methoden und Instrumente im Wahlkampf und darüber hinaus, der Entfremdung der Parteien von den Bürgern und des Ersatzes persönlichen Kontaktes durch Meinungsumfragen, der Entstehung autonomer Kommunikationsstrukturen, im Rahmen derer die Medien in unabhängiger Weise agieren und schließlich der Entwicklung des Bürgers zu einem Zuschauer, der das politische Spektakel nur noch aus der Ferne verfolgt.

Während an dieser Stelle die Frage unbeantwortet bleiben muss, ob es sich bei den erwähnten Trends tatsächlich um universelle Phänomene handelt, so sind in jedem Fall die Veränderungen bemerkenswert, welche Wahlkampagnen in etablierten „westlichen“ Demokratien in den vergangenen Jahrzehnten erfahren haben. Bereits in den frühen 1990er Jahren wiesen Butler und Ranney (1992: 281) auf die abnehmende Bedeutung von *Low-Tech*-Wahlkampfmethoden wie das Verteilen von schriftlichen Werbematerialien, die Stimmenwerbung von Tür zu Tür, das Abhalten öffentlicher Versammlungen, den Einsatz großformatiger Werbeflächen, Poster und Zeitungsanzeigen sowie die persönliche Mobilisierung von Wahlberechtigten am Wahltag hin. Butler und Ranney argumentierten, dass im Fernsehzeitalter die Berichterstattung über den Wahlkampf zur eigentlichen Kampagne geworden sei, während sich gleichzeitig die Medien von einem Kommunikationskanal zu einem eigenständigen und

äußerst wichtigem Akteur im Wahlkampf entwickelt hätten (ebd.: 281-282, siehe auch Farrell 1996: 173-175). Aus ähnlicher Blickrichtung hat Semetko (2006: 517) darauf hingewiesen, dass eine der größten Herausforderungen, denen Parteien heute gegenüberstünden, darin bestehe, mit den Veränderungen in der Medienindustrie und der Weiterentwicklung der nationalen Kommunikationslandschaften mitzuhalten und hieraus Schlüsse für die Kontaktaufnahme mit potenziellen Wählern zu ziehen. Im US-amerikanischen Kontext haben Green und Smith (2003: 322) eine „Professionalisierung“ von Wahlkampagnen konstatiert, die eine breite Palette miteinander verbundener Phänomene beinhalte, die von der Art und Weise, wie Kampagnen durchgeführt werden bis hin zur spezialisierten Aufgabenteilung reiche. Diese Professionalisierung geht einher mit technologischen Innovationen wie der Computerisierung, Telefonbanken und dem Internet, welche die Transformation von Parteien und Wahlkampagnen beschleunigen. Im US-amerikanischen Fall kann, wie Green und Smith argumentieren, der Aufstieg der Professionalisierung als Wiederherstellung des Gleichgewichtszustandes der Wahlkampfführung im Angesicht von Parteienniedergang und technologischer Innovation verstanden werden.

Der Prozess der Wahlkampfprofessionalisierung ist indes keineswegs auf die Vereinigten Staaten oder andere Länder mit präsidentiellen Regierungssystemen wie z.B. Mexiko beschränkt. Beobachter von Wahlkampagnen in Westeuropa, wo parlamentarische Regierungssysteme dominieren, haben ebenfalls auf Professionalisierungs- bzw. Modernisierungstendenzen hingewiesen, die um technische Veränderungen – vor allem die Entwicklung des Internets –, Wandel bei Ressourcen und Personal einschließlich der Nutzung externer Agenturen und Berater sowie die Neudefinition der Zuständigkeiten von Parteimitarbeitern kreisen.⁴ Politische Parteien in Westeuropa, so Farrell and Webb (2000: 123), „have tended to become more centralized and professionalized, they have become more cognizant of citizen opinion and demands, and party and (especially) leader image has come to assume a prominent thematic role in campaigning“. Hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang auch auf die lebhafteste Diskussion zur vermeintlichen oder realen „Präsidentialisierung“ von Wahlkämpfen und politischer Praxis allgemein in westeuropäischen Kabinettsystemen (vgl. Farrell 2002: 81 sowie ausführlich Poguntke und Webb 2005).

Signalisieren die Einrichtung permanenter Wahlkampfabteilungen in Parteien, die mediale Betonung von „Kopf-an-Kopf-Rennen“, die wichtige Rolle von Wahlkampfstrategen und Werbeagenturen in Kampagnen, die Verschiebung des Kampagnenfokus auf Parteiführer, die zunehmende Bedeutung von Eigenwerbung in den Medien für Parteiführer sowie die wachsende Nutzung alternativer Wege (einschließlich seichter Fernsehsendungen) zur Kontaktaufnahme mit dem Wähler⁵ bereits eine vollständige Konvergenz, sprich: die „Amerikanisierung“ von Wahlkampagnen in Westeuropa? Die Antwort auf diese Frage scheint „nein“ zu lauten. Statt einer klaren Dominanz von Marketingstrategien im Wahlkampf ist ein *Shopping*-Ansatz bei Parteien und Kandidaten, mit anderen Worten ein selektiver Einsatz sowie eine Anpassung von Wahlkampforientierungen und -praktiken US-amerikanischer Art in bzw. an Gegebenheiten in Westeuropa zu beobachten (vgl. Farrell 2002: 69, 82; Plasser 2002: Kap. 2; Holtz-Bacha 2003: 226). Wahlkampagnen in Westeuropa sind möglicherweise kandidatenorientierter geworden sind, doch, wie Farrell (2002: 83) argumentiert hat, „in their fundamentals they have remained party-coated“.

Was vergleichende Analysen von Wahlkampagnen in Westeuropa und anderswo zeigen, ist, dass die Verbreitung der „Wahlkampf-führung US-amerikanischen Stils“ von Umweltfiltern bzw. vermittelnden Bedingungen beeinflusst wird. Kurz gesagt: Kontext ist von Bedeutung und institutioneller und medienbezogener Kontext ist von besonderer Bedeutung. Kontextspezifische Faktoren prägen die Gestaltung von Wahlkampagnen und ihre Effekte. Strukturelle Filter für Wahlkampfpraktiken existieren in Form lokaler regulativer Rahmenbedingungen einschließlich Wahlgesetzgebung, der spezifischen Charakteristika des jeweiligen Parteiensystems, des Regierungssystems, der Medienstrukturen und technischer Entwicklungen sowie nicht zuletzt der Wählerschaft. Zudem beeinflussen Züge der lokalen politischen Kultur die Bereitschaft, US-amerikanische Wahlkampfmethoden zu übernehmen. In der Folge haben sich einige Umfelder als zugänglicher für die Übernahme von Wahlkampagnen US-amerikanischen Stils erwiesen als andere.⁶ Politische Kommunikationskulturen differieren weiterhin dies- und jenseits des Atlantiks, was unter anderem die Existenz relativ starker politischer Parteien und teilweise auch die immer noch bedeutende Rolle von öffentlichen Medien und Zeitungen in Westeuropa reflektiert (vgl. Pfetsch 2001: 30-1, 2003: 355-363; Holtz-Bacha 2003: 225). Vergleichende Forschung hat unterstrichen, was Mancini and Swanson (1996: 4) bereits vor mehr als zehn Jahren nahegelegt haben,

nämlich dass „Amerikanisierung“ als Referenzpunkt für Wahlkampagnen international erhalten kann, aber nicht für mehr.⁷

- 1] *Die folgenden Aussagen basieren auf Mairs konziser Zusammenfassung der Literatur (Mair 2006: 373-374).*
- 2] *Siehe jedoch Elff (2007), der den Bedeutungsrückgang sozialer Konfliktlinien für die Strukturierung des Parteienwettbewerbs in Westeuropa relativiert.*
- 3] *Dieser Abschnitt stützt sich auf Köllner (2007b: 6-10).*
- 4] *Gute Übersichten finden sich bei Farrell (1996: 175-179, 2002: 76-81), Farrell/ Webb (2000: 108-122) und Norris (2002: 133-135, 139-141).*
- 5] *Vgl. Farrell (2006: 125-130), Farrell/Webb (2000: 115-122), Swanson (2003: 50-51) und Semetko (2006: 518).*
- 6] *Siehe dazu Farrell (1996: 162-164, 2002: 69-75, 82-83), Norris (2002: 128-9, 142-146), Plasser (2002: Kap. 4) und Holtz-Bacha (2003: 224-225).*
- 7] *Siehe auch Farrell (2002: 68) zu diesem Punkt.*

LITERATUR

- *BASEDAU, MATTHIAS, GERO ERDMANN und ANDREAS MEHLER (Hrsg.). 2007. Votes, Money and Violence. Political Parties and Elections in Sub-Saharan Africa. Uppsala: Nordiska Afrikainstitutet.*
- *BETZ, JOACHIM, GERO ERDMANN und PATRICK KÖLLNER (Hrsg.). 2004. Die gesellschaftliche Verankerung politischer Parteien. Formale und informelle Dimensionen im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag.*
- *BUTLER, DAVID und AUSTIN RANNEY. 1992. „Conclusion“. In: dies. (Hrsg.) Electioneering. A Comparative Study of Continuity and Change. Oxford: Clarendon Press, S. 278-286.*
- *Dalton, Russell. 1984. „Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies“. In: Journal of Politics, 46, S. 264-284.*
- *DALTON, RUSSELL. 2000. „The Decline of Party Identification“. In: ders. und Martin Wattenberg (Hrsg.), Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies. Oxford: Oxford University Press, S. 19-37.*

- DALTON, RUSSELL. 2002. *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Dritte Ausgabe. New York: Chatham House.
- ELFF, MARTIN. 2007. „Social Structure and Electoral Behavior in Comparative Perspective: The Decline of Social Cleavages in Western Europe Revisited“. In: *Perspectives on Politics*, 5, 2, S. 277-294.
- FARRELL, DAVID M. 1996. „Campaign Strategies and Tactics“. In: Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi und Pippa Norris (Hrsg.), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*. Thousand Oaks, London und New Delhi: Sage, S. 160-183.
- FARRELL, DAVID M. 2002. „Campaign Modernization and the West European Party“. In: Kurt Richard Luther und Ferdinand Müller-Rommel (Hrsg.), *Political Parties in the New Europe: Political and Analytical Challenges*. Oxford: Oxford University Press, S. 63-83.
- FARRELL, DAVID M. 2006. „Political Parties in a Changing Campaign Environment“. In: Richard S. Katz und William Crotty (Hrsg.), *Handbook of Party Politics*. London: Sage, S. 122-133.
- FARRELL, DAVID M. und PAUL WEBB. 2000. „Political Parties as Campaign Organizations“. In: Russell J. Dalton und Martin P. Wattenberg (Hrsg.), *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press, S. 102-128.
- JUN, UWE. 2004. *Der Wandel von Parteien in der Mediendemokratie*. Frankfurt und New York: Campus.
- GREEN, DONALD P. und JENNIFER K. SMITH. 2003. „Professionalization of Campaigns and the Secret History of Collective Action Problems“. In: *Journal of Theoretical Politics*, 15, 3, S. 321-339.
- HOLTZ-BACHA, CHRISTINA. 2003. „Political Campaign Communication“. In: Frank Esser und Barbara Pfetsch (Hrsg.), *Comparing Political Communication. Theories, Cases, and Challenges*, Oxford: Oxford University Press, S. 213-230.

- KITSCHOLT, HERBERT und STEVEN I. WILKINSON (Hrsg.). 2007. *Patrons, Clients, and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KÖLLNER, PATRICK. 2007a. „Wahlkampf in Japan: Neue Taktiken gelangen ins Blickfeld“, *GIGA Focus Asien*, 3/2007, (www.giga-hamburg.de/dlcounter/download.php?d=/content/publikationen/pdf/gf_asien_0703.pdf).
- KÖLLNER, PATRICK. 2007b. „Campaigning for the Japanese Lower House: From Mobilising to Chasing Voters?“, *GIGA Working Paper Nr. 55*, Juli 2007, (www.giga-hamburg.de/dlcounter/download.php?d=/content/publikationen/pdf/wp55_koellner.pdf).
- LIPSET, SEYMOUR MARTIN und STEIN ROKKAN. 1967. *Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction*. In: dies. (Hrsg.), *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives*. New York und London: The Free Press, S. 1-64.
- MAIR, PETER. 2006. „Cleavages“. In: Richard S. Katz und William Crotty (Hrsg.), *Handbook of Party Politics*. London, Thousand Oaks und New Delhi: Sage, S. 371-375.
- MANCINI, PAOLO und DAVID L. SWANSON. 1996. „Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction“. In: dies. (Hrsg.), *Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport, CT: Praeger, S. 1-26.
- MÜLLER, WOLFGANG. 1999. *Sozialstrukturelle Cleavages bei Bundestagswahlen in Theorie und Empirie. Persistenz, Realignment oder De-alignment?* Frankfurt/Main: Peter Lang.
- NORRIS, PIPPA. 2002. „Campaign Communications“. In: Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi und Pippa Norris (Hrsg.), *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*. London, Thousand Oaks und New Delhi: Sage, S. 127-147.

- PFETSCH, BARBARA. 2001. „Amerikanisierung“ der politischen Kommunikation? Politik und Medien in Deutschland und den USA“. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 41-42/2001, S. 27-36.
- PFETSCH, BARBARA. 2003. „From Political Culture to Political Communication Culture“. In: Frank Esser und Barbara Pfetsch (Hrsg.), *Comparing Political Communication. Theories, Cases, and Challenges*. Oxford: Oxford University Press, S. 344-366.
- PIATTONI, SIMONA (Hrsg.). 2001. *Clientelism, Interests, and Democratic Representation. The European Experience in Historical and Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PLASSER, FRITZ mit GUNDA PLASSER. 2002. *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*. Westport, CT und London: Praeger.
- POGUNTKE, THOMAS und PAUL WEBB. 2005. *The Presidentialization of Politics. A Comparative Study of Modern Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- ROHRSCHEIDER, ROBERT. 2002. „Mobilizing versus Chasing: How Do Parties Target Voters in Election Campaigns?“. In: *Electoral Studies* 21, S. 367-382.
- SEMETKO, HOLLI A. 2006. „Parties in the Media Age“. In: Richard S. Katz und William Crotty (Hrsg.), *Handbook of Party Politics*. London: Sage, S. 515-527.
- SWANSON, DAVID L. 2003. „Transnational Trends in Political Communication“. In: Frank Esser und Barbara Pfetsch (Hrsg.), *Comparing Political Communication. Theories, Cases, and Challenges*. Oxford: Oxford University Press, S. 45-63.

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTE UND POLITISCHER WETTBEWERB

MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN EINES ÜBERREGIONALEN VERGLEICHS

Ulrich Eith

1. EINLEITUNG

Parteiensysteme können unter verschiedenen Gesichtspunkten miteinander verglichen werden. Zum einen lassen sich beschreibende Indikatoren heranziehen, etwa zur Anzahl und dominierenden Stellung von Parteien oder auch zur Fragmentierung, Volatilität oder Polarisierung eines Parteiensystems. Gemeinsam ist diesen Indikatoren, dass sie sich auf die Struktur von Parteiensystemen beziehen und zudem einen quantifizierenden Vergleich ermöglichen. Zum anderen steht mit dem makrosoziologischen *Cleavage*-Modell von Seymour Lipset und Stein Rokkan ein heuristisches Instrumentarium bereit, um den Zusammenhang von gesellschaftlichen Konflikten und politischem Wettbewerb in seiner aktuellen Ausprägung und historischen Genese untersuchen zu können. Welche dieser Vergleichsmöglichkeiten nun als adäquater anzusehen ist und die reichhaltigeren Erkenntnisse verspricht, ist in erster Linie von der zugrunde gelegten Fragestellung abhängig. Beide Herangehensweisen werden nachfolgend in ihren Besonderheiten skizziert, wobei der Schwerpunkt auf der Diskussion des *Cleavage*-Modells liegt.

2. DIE QUANTITATIVE HERANGEHENSWEISE: INDIKATOREN VON PARTEIENSYSTEMEIGENSCHAFTEN

Parteiensysteme weisen eine Reihe von Eigenschaften auf, die sich als Ausgangspunkte eines quantifizierenden Vergleichs heranziehen lassen. Im Allgemeinen korrespondieren die Systemeigenschaften mit Eigenschaften der zugehörigen Objekte, also der Parteien (Niedermayer 1996). Aus der Existenz, der Größe, der Ideologie, der Koalitionsfähigkeit und der Akzeptanz von Parteien lassen sich unterschiedliche, quantitativ operationalisierbare Systemeigenschaften ableiten.¹

Das Format von Parteiensystemen beruht auf der Anzahl der Parteien unter Berücksichtigung eventueller Dominanzstrukturen. Entsprechende Typologien wurden etwa von LaPalombara/Weiner (1966), Sartori (1976), Blondel (1968) oder auch von von Beyme (1985) entwickelt. All diese Typologien sind deskriptiv und beziehen sich auf die Struktur gegebener Parteiensysteme. Analytisch ermöglichen sie bestenfalls eine detailliertere Untersuchung von Koalitionsoptionen.

Der Wandel von Parteiensystemen hingegen lässt sich weitaus besser durch Indikatoren beschreiben, die auf den Größenverhältnissen der Parteien zueinander beruhen, abhängig von den jeweiligen Wahlergebnissen. Der Fragmentierungsgrad, die Asymmetrie oder auch die Volatilität von Parteiensystemen geben in quantifizierbarer Form Auskunft über den Ist-Zustand und über Verschiebungen im Zeitverlauf. Inhaltlich-programmatische Systemeigenschaften und deren Veränderungen wiederum lassen sich etwa mit Hilfe der Polarisierung oder auch der Legitimität eines Parteiensystems erfassen. Beide Indikatoren basieren auf Umfragedaten. Zur Messung der Polarisierung werden üblicherweise die Links-Rechts-Selbsteinstufungen der verschiedenen Parteianhängerschaften herangezogen, zur Ermittlung der Legitimität bzw. des Ausmaßes der Unterstützung des Parteiensystems die entsprechenden Orientierungen.

Quantifizierende Indikatoren haben den Vorteil, dass mit ihrer Hilfe die Kennziffern und Entwicklungsverläufe unterschiedlicher Parteiensysteme in kompakter Form gegenübergestellt werden können. Allerdings sind diese Indikatoren für sich genommen bestenfalls von deskriptivem Wert. Weder werden die Ursachen von Veränderungen deutlich, noch ist ohne weiteres gesichert, dass die Kontextbedingungen der in den Vergleich einbezogenen Parteiensysteme eine sinnvolle Gegenüberstellung der

Indikatoren überhaupt rechtfertigen. Zur Interpretation und realitätsadäquaten Einordnung der ermittelten Daten sind zusätzliche, landesspezifische Informationen über die institutionellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des politischen Wettbewerbs sowie das Verhalten der politischen Akteure notwendig. Ein weitverbreiteter Ansatz zur Erklärung der Entwicklung von Parteiensystemen stellt das *Cleavage*-Modell dar.

3. DIE QUALITATIVE HERANGEHENSWEISE: DAS CLEAVAGE-MODELL ALS HEURISTISCHES ANALYSEINSTRUMENTARIUM

Seymour M. Lipset und Stein Rokkan (1967) haben mit ihrem *Cleavage*-Modell zur Erklärung der Herausbildung der westeuropäischen Parteiensysteme einen analytischen Rahmen vorgegeben, in dem sich strukturelle und akteursorientierte Faktoren verbinden und aufeinander beziehen lassen.² Diese beiden, analytisch zunächst zu unterscheidenden Perspektiven eröffnen unterschiedliche Blickwinkel. Im ersten Fall stehen Fragen nach den Auswirkungen sozio-ökonomischer Strukturen und Modernisierungsprozesse auf traditionelle Konfliktlinien und Parteiloyalitäten im Vordergrund. Im zweiten Fall werden insbesondere die Bedeutung und die Konsequenzen der politischen Führung hervorgehoben. Darüber hinaus unterliegt die Ausprägung des politischen Wettbewerbs den institutionellen Besonderheiten des politischen Systems – vor allem der Ausgestaltung des Wahlsystems nach den Grundsätzen der Mehrheits- oder Verhältniswahl – sowie den Eigenheiten der politischen Kultur.

Aus struktureller, makrosoziologischer Perspektive bringen Parteiensysteme die institutionalisierten Konflikte eines Gemeinwesens zum Ausdruck. Längerfristige Koalitionen zwischen sozialen Gruppen, Klassen oder auch Milieus und politischen Parteien sichern sowohl eine dauerhafte Vertretung relevanter gesellschaftlicher Interessen im politischen Bereich als auch den politischen Akteuren eine verlässliche Stammwählerschaft. Es sind aus diesem Blickwinkel in erster Linie vorpolitische Konfliktkonstellationen und soziale Wandlungsprozesse, die den politischen Wettbewerb bestimmen.

Aus akteursorientierter Sicht wird Politik in Anlehnung an die demokratietheoretischen Studien von Joseph Schumpeter (1993) und Anthony Downs (1968) als Marktgeschehen interpretiert. Parteien bzw. politische Eliten agieren als Unternehmer und Anbieter politischer Programme, die

sich ganz im Sinne der Stimmenmaximierung von Wahl zu Wahl an den mehrheitsfähigen Interessen ihrer potentiellen „Käufer“, den Wählern, orientieren. Aus diesem Blickwinkel handeln Parteien als unabhängige Akteure, die durch ihre politischen Konzepte und Deutungsangebote den politischen Wettbewerb strukturieren und dadurch einen nicht zu vernachlässigenden Einfluss auf den gesellschaftlichen Entwicklungsprozess ausüben.

Das im modernisierungstheoretischen Denken der 1960er Jahre verhaftete *Cleavage*-Modell von Lipset und Rokkan besteht aus zwei Teilen. Der erste, strukturorientierte Teil des Modells untersucht die strukturbildenden politischen Auseinandersetzungen (*Cleavages*) im Zuge des europäischen Demokratisierungsprozesses. Als *Cleavage* wird hierbei ein grundlegender gesellschaftlicher Konflikt angesehen, der einerseits zur politisch-ideologischen Identitätsbildung führt und andererseits neben einer sozialstrukturellen Verankerung vor allem auch eine dauerhafte Institutionalisierung durch politische Akteure, insbesondere Parteien, aufweist. Über die Zeit und alle nationalen Unterschiede hinweg lassen sich nach Lipset und Rokkan vier zentrale Konfliktlinien ausmachen, die den Demokratisierungsprozess in Europa nachhaltig geprägt haben: Zentrum vs. Peripherie im Prozess der Staatengründung, die Rivalität von Kirche und Staat um die politische Macht und kulturelle Hegemonie, städtisch-handwerkliche gegen ländlich-agrarische Interessen zur Zeit der einsetzenden Industrialisierung sowie Kapital vs. Arbeit. Die Mobilisierungsphasen des Demokratisierungsprozesses waren dann mit der Einführung des Frauenwahlrechts zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den meisten europäischen Staaten zu einem vorläufigen Abschluss gekommen. Die prägnante und vielfach zitierte Formel des *frozen party system* von Lipset und Rokkan (1967: 50), wonach die Parteiensysteme der 1960er Jahre im Wesentlichen die Konfliktmuster der 1920er Jahre widerspiegeln, verweist vor allem auf die Tatsache, dass sich bis zu diesem Zeitpunkt keine neuen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen dauerhaft institutionalisieren und die vorhandenen, politisierten Konfliktlinien überlagern konnten. Im zweiten, das Handeln politischer Eliten stärker in den Vordergrund rückenden Teil ihrer Studie systematisieren die Autoren dann den Institutionalisierungsprozess eines neuen gesellschaftlichen Konflikts in einem bestehenden Parteiensystem modellhaft als Sequenz von ebenfalls vier Schwellen (*thresholds*) (ebd.: 26ff.). Es stellen sich erstens die Frage nach der Legitimität des neuen Protests, zweitens die nach den politischen Rechten und Artikulationsmöglichkeiten seiner Träger, drittens

Fragen nach den Bedingungen einer eigenständigen, institutionalisierten Repräsentation dieser neuen Interessen sowie viertens die Frage nach dem Ausmaß der Veränderungen, die mit Hilfe der Wahlmehrheit im politischen System möglich sind.

Die Bedeutung und Aktualität des *Cleavage*-Modells liegt nicht zuletzt in der Tatsache begründet, dass es für die (vergleichende) Analyse von Parteiensystemen einen breiten Untersuchungsrahmen bereit stellt, der je nach Untersuchungsobjekt und Fragestellung mit unterschiedlichen Schwerpunkten ausgefüllt werden kann. Von zentraler Bedeutung für Untersuchungen in der Tradition des *Cleavage*-Ansatzes sind vor allem drei Punkte.

(1) Im Unterschied zu marxistischen Modellen betont der *Cleavage*-Ansatz den eigenständigen Stellenwert von kulturellen und auch ethnischen Auseinandersetzungen: „The first advantage of this approach is that it gives equal attention to any kind of conflict and cleavage. Race and ethnicity, region and locality, culture and tradition, religion and ideology, points to dimensions of cleavage which may be as important as its class dimensions“ (Sartori 1968: 18f.). Ökonomische Konflikte führen im Allgemeinen sogar nur dann zu langfristigen gesellschaftlichen Spaltungen mit politischer Wirkungsmacht, wenn sie entsprechend ideologisch-kulturell überformt und abgestützt werden.

(2) Das *Cleavage*-Modell redet keineswegs einem sozialen Automatismus das Wort. Im Zentrum des Interesses stehen vielmehr die Optionen politischer Akteure angesichts der Herausforderungen im europäischen Demokratisierungsprozess, letztlich die Wechselwirkungen zwischen Sozialstruktur, Verhalten der politischen Eliten und Parteiensystem. Deutlich wird, dass gesellschaftliche Konflikte nur dann eine Institutionalisierung im politischen Wettbewerb erfahren, wenn politische Akteure sie aufgreifen, in die öffentliche Diskussion tragen und entsprechende Unterstützung mobilisieren. Allerdings thematisieren makrosoziologische Untersuchungen kaum explizit die Handlungslogiken von Parteien oder politischen Eliten. Sie analysieren in erster Linie die Strukturen des politischen Handlungsraums, also etwa die Entwicklungslinien der durch das Parteiensystem institutionalisierten Konflikte, die entsprechenden Loyalitäten in der Wählerschaft oder auch neue gesellschaftliche Frontstellungen. Soziologisch-strukturelle Studien konzentrieren sich vor allem auf die Bedingungen und Herausforderungen politischen Verhaltens und

Handelns, ohne hierbei jedoch einer entsprechenden Determinierung durch Sozialstruktur oder sozialen Wandel das Wort zu reden.³

(3) Das die politische Situation der 1960er Jahre widerspiegelnde *Cleavage*-Modell lässt sich problemlos fortschreiben. Spätestens mit Ronald Ingleharts (1977) detaillierten Untersuchungen zum Wertewandel in modernen Industriegesellschaften zeichneten sich die Konturen einer neuen, polarisierenden Konfliktlinie ab. Bei großen Teilen der Nachkriegsgenerationen, aufgewachsen unter materiell gesicherten Verhältnissen, zeigten sich seit den 1970er Jahren Einstellungs- und Werteveränderungen. Vor dem Hintergrund einer allgemeinen Ausbreitung von individuellen Freiheits- und Entfaltungswerten haben sich in den 1980er Jahren bei den jüngeren Generationen mit höheren formalen Bildungsabschlüssen postmaterialistische Einstellungen mit den Leitwerten Frieden, Umweltschutz und Emanzipation durchgesetzt. Über entsprechende Milieuverdichtungen in Groß- und Universitätsstädten und organisatorische Vernetzungen durch vielfältige Aktivitäten der neuen sozialen Bewegungen konnte sich eine alternative Subkultur etablieren. Sie erst verhalf den neuen grün-alternativen Parteien Westeuropas in den 1980er Jahren zum erfolgreichen Durchbruch.

4. INTERPRETATIONS- UND ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN DES *CLEAVAGE*-MODELLS

Verschiedene Untersuchungen von Parteiensystemen in der Tradition von Lipset und Rokkan haben ergeben, dass der Erkenntnisgewinn des Modells und die Übertragungsmöglichkeiten des Ansatzes auf Parteiensysteme außerhalb Westeuropas davon abhängen, welchen theoretischen Status man dem Modell zuschreibt.⁴ Die unterschiedlichen Lesarten lassen sich nach funktionaler und regionaler Differenzierung systematisieren. Funktional kann der *Cleavage*-Ansatz zum einen als Demokratisierungs- oder Modernisierungsmodell, zum anderen aber auch als heuristisches Konzept zur Analyse demokratischer Parteiensysteme angesehen werden. Regional lässt sich der Anwendungsbereich des Modells unter Verweis auf die Gemeinsamkeiten der historischen Entwicklung grundsätzlich auf Westeuropa beschränken. Zum anderen kann aber auch der Versuch unternommen werden, das Modell über den westeuropäischen Entstehungskontext hinaus auszuweiten. Für die empirische Untersuchungspraxis ergeben sich drei Grundverständnisse (vgl. 29ff.). Mit der Entscheidung für ein bestimmtes Verständnis des *Cleavage*-Modells ist natürlich

auch eine gewisse Vorentscheidung darüber verbunden, mit welcher konkreten Fragestellung und methodischen Ausrichtung Übertragungsmöglichkeiten und Anwendungsmöglichkeiten untersucht werden.

Erstens: Zugespielt formuliert stellen in der ersten, fast essentialistisch zu nennenden Lesart die von Lipset und Rokkan diskutierten vier Konfliktfelder notwendige Durchgangsstationen von Modernisierungsprozessen dar. Im Vordergrund steht somit der strukturelle Aspekt des Modells, also die Frage nach der Repräsentanz dieser vier zentralen Modernisierungskonflikte im entsprechenden Parteiensystem. Hierbei bleibt zunächst offen, ob in einem Parteiensystem tatsächlich auch alle vier Konfliktlinien auffindbar sein müssen oder ob Parteien lediglich einen oder auch mehrere Konflikte repräsentieren können. Die grundlegende Prämisse dieser Perspektive beinhaltet jedoch, dass es genau diese vier zentralen Brennpunkte gesellschaftlicher und eben auch parteipolitischer Auseinandersetzungen – *nation-building*, Säkularisierung, Urbanisierung und Industrialisierung – sind, die generell Modernisierungsprozesse kennzeichnen. Die Einschätzung der Übertragbarkeit des Modells auf außer-europäische Kontexte hängt dann davon ab, ob und in welchem Ausmaß sich in dem entsprechenden Land vergleichbare politisch wirksame Konfliktlinien in möglichst identischer Reihenfolge finden lassen. Ergeben sich gravierende Abweichungen, kann das vierstufige *Cleavage*-Modell von Lipset und Rokkan für das untersuchte Land als falsifiziert angesehen werden.

Verwandt mit dieser essentialistischen Lesart ist ein Verständnis des *Cleavage*-Modells, welches die vier Konfliktfelder losgelöst aus ihren historischen, westeuropäischen Bezügen als allgemeines Konfliktmuster der Moderne versteht – Ausformung moderner Territorialstaatlichkeit, Säkularismus vs. Religiosität, Traditionalismus vs. Modernisierung sowie Privilegierte vs. Nicht-Privilegierte (Mielke 2001). Auch in diesem Fall scheinen die Anwendungsmöglichkeiten zunächst einmal auf Westeuropa und Nordamerika begrenzt.

Zweitens: Weitläufiger gestalten sich die Übertragungsmöglichkeiten des Modells unter der Annahme, dass Modernisierungsprozesse je nach soziokulturellem Kontext in unterschiedlichen Formen verlaufen können. Denkbar erscheint dann die Konsequenz, einen spezifisch asiatischen, eventuell auch afrikanischen, latein- oder nordamerikanischen Modernisierungsprozess idealtypisch zu skizzieren und entsprechend zu überprüfen.

Drittens: Wird demgegenüber das *Cleavage*-Modell als deskriptives Analysekonzept verstanden, sind Anzahl und Abfolge der Konfliktlinien keineswegs im Vorhinein zwingend festgelegt. Die Genese und Ausprägung eines Parteiensystems weist größere Freiheitsgrade auf. Neben der gesellschaftlichen Konfliktstruktur und dem Handeln politischer Eliten kommt in dieser dritten Lesart der Konfiguration der vier Repräsentationsschwellen, die nach Lipset und Rokkan der parteipolitischen Repräsentanz von gesellschaftlichen Konflikten vorgeschaltet sind, ein größerer Stellenwert zu. Untersuchungsgegenstand ist vor allem der Übersetzungsprozess (*process of translation*) gesellschaftlicher Konflikte, also die Frage, auf welche Weise sich welche gesellschaftlichen Konflikte zu politisch wirkungsmächtigen *Cleavages* umformen konnten bzw. können.

Mit einem solchen Verständnis des *Cleavage*-Modells als vorrangig heuristischem Analysekonzept ändern sich die Problemperspektiven und Untersuchungsstrategien. Offen ist das Modell nunmehr für mögliche Erweiterungen, etwa um eine fünfte Konfliktlinie, die zumindest in den westlichen Demokratien die Prozesse des Wertewandels aufgreifen und widerspiegeln kann. Eine besondere Bedeutung kommt in diesem Fall der Frage zu, inwieweit die Erfolgchancen grüner Parteien durch die jeweilige Konstellation von institutionellen Rahmenbedingungen und politischer Wettbewerbsstruktur beeinflusst werden. Weiterhin ermöglicht ein solch heuristisches Verständnis des Modells die Diskussion, ob vermeintlich historisch vergangene Konflikte in der Gegenwart nicht doch eine Renaissance erfahren können, etwa in Großbritannien, Belgien und Deutschland das Erstarken eines Zentrum-Peripherie-Konflikts oder die erneute Bedeutung der sozialen Frage als Folge der neoliberalen Reformbemühungen der Arbeitsmarktpolitik und der strikten Konsolidierung der öffentlichen Haushalte. Für den außereuropäischen Bereich stellt sich aus dieser Analyseperspektive die Frage, ob und in welchem Ausmaß demokratische Parteiensysteme überhaupt Ausdruck gesellschaftlicher, in der Sozialstruktur verankerter Konfliktlinien sind und welches hierbei die identitätsstiftenden Kriterien sind.

Schließlich soll nicht verschwiegen werden, dass in einer Reihe von Ländern entscheidende Voraussetzungen für eine gewinnbringende Übertragung des *Cleavage*-Modells fehlen. Faktische Einparteiendemokratien wie über längere Zeiten in Mexiko oder Japan, das Fehlen eines verlässlichen rechtsstaatlichen Rahmens etwa in Russland oder auch die Konzentration des politischen Wettbewerbs auf charismatische Führungspersönlich-

keiten in Teilen Lateinamerikas reduzieren die Chancen des *Cleavage*-Modells, substantielle Erkenntnisse zur Ausprägung und Funktionsweise von Parteiensystemen beitragen zu können.

In vielen Ländern der dritten Demokratisierungswelle wiederum basieren die politischen Wettbewerbsstrukturen trotz aller zwischenstaatlicher Unterschiede in deutlich geringerem Umfang auf arbeitsweltlichen, sozioökonomischen Konfliktlinien als in den westlichen Industriestaaten. Wie Jürgen Rüland (2001) detailliert nachweist, werden sozioökonomische Konflikte dort in vielen Fällen eher von zivilgesellschaftlichen Organisationen aufgegriffen und bearbeitet. Es sind die Dominanz der beiden gesellschaftlichen Strukturmerkmale Ethnie und Religion sowie aber eben auch die Gleichzeitigkeit unterschiedlichster ökonomischer Lebensbedingungen und Abhängigkeitsverhältnisse in diesen Ländern, die es Parteien vielfach – und wohl auch auf absehbare Zeit – unmöglich machen, politische Interessen auf der Basis ökonomischer Konflikte massenwirksam zu aggregieren. Bei derart heterogenen Wirtschafts- und Erwerbsstrukturen eignen sich kulturelle Merkmale wie ethnische oder religiöse Zugehörigkeit weitaus besser als Kristallisationskerne für politische Gruppenidentitäten denn wirtschaftliche Interessenlagen. Dass auch charismatische und klientelistische Parteien vielfach aus funktionalen Gründen gerade die Merkmale Ethnie oder Religion zur Legitimationsbeschaffung aufgreifen und dadurch entsprechende Frontstellungen zusätzlich kulturell aufladen und verfestigen, unterstreicht nur das Argument. Angesichts dieser Befunde lässt sich die Frage stellen, ob nicht die kulturell dominierten Politikmuster manch junger Demokratien bereits heute mögliche Entwicklungsperspektiven des zukünftigen parteipolitischen Wettbewerbs in den etablierten westlichen Demokratien aufzeigen. So könnten die bislang dominierenden sozioökonomischen Konfliktlinien durch Individualisierungstendenzen und eine Forcierung der ökonomischen Deregulierung zunehmend ihrer Basis beraubt werden und kulturelle Konfliktmuster wieder mehr an Bedeutung gewinnen.

Als Fazit der voranstehenden Ausführungen kann somit festgehalten werden, dass der Erklärungswert der *Cleavage*-Theorie keineswegs notwendigerweise auf die westeuropäische Situation begrenzt ist. Ohne den Ergebnissen detaillierter Länder- und Regionalstudien vorgreifen zu wollen, setzt eine Übertragung auf demokratische Systeme außerhalb Westeuropas jedoch zumindest voraus, dass auch dort Parteien sowohl bei der Interessenaggregation als auch im politischen Entscheidungspro-

zess eine gewichtige Rolle zukommt. Die Konfliktlagen und ihre zeitliche Abfolge mögen dann je nach geschichtlichem und kulturellem Hintergrund variieren. Gleichwohl werden Fragen des *nation-* bzw. *state-building* und des Umgangs mit Minderheiten, des Verhältnisses zur Religion und ethnischen Zugehörigkeit oder auch der wohlfahrtsstaatlichen Ausgestaltung wohl immer Kristallisationspunkte politischer Auseinandersetzungen darstellen. Die Frage nach der Stabilität demokratischer Systeme beinhaltet zudem auch die Frage nach der adäquaten Repräsentation der unterschiedlichen gesellschaftlichen Interessen. Von zentraler Bedeutung bleibt, dass das Zusammenspiel von sozioökonomischen Strukturen einerseits und politischer Führung andererseits den politischen Wettbewerb in den verschiedenen demokratischen Parteiensystemen im europäischen und auch außereuropäischen Raum auf je eigene Weise prägt. Die Genese und Charakteristika des entsprechenden politischen Systems bestimmen letztlich, mit welchen Themen und in welchen Formen politische Parteien den Interessen und Bedürfnissen ihrer Wählerschaft gerecht werden können. In Westeuropa erfolgte die Etablierung der Demokratien nach dem Zweiten Weltkrieg unter durchaus günstigen Rahmenbedingungen, ohne dass diese jedoch als notwendige Voraussetzungen für entsprechende Entwicklungen in anderen Teilen der Welt angesehen werden müssen.

- 1| Vgl. im Folgenden zu den Systemeigenschaften und deren Operationalisierungsmöglichkeiten insbesondere Niedermayer (1996) und Stöss/Haas/Niedermayer (2006).
- 2| Die folgende Darstellung orientiert sich in Teilen an Eith (2001a, 2001b).
- 3| Vgl. zu unterschiedlichen Interpretationen und Lesarten des soziologischen Ansatzes in der Wahl- und Parteienforschung Eith (1997, S. 31ff.) sowie Schoen (2005).
- 4| Vgl. vor allem die Studien in Eith/Mielke (2001).

LITERATUR

- BLONDEL, JEAN. 1968. „Party Systems and Patterns of Government in Western Democracies“. In: *Canadian Journal of Political Science*, 1, 2, S. 180-203.
- DOWNS, ANTHONY. 1968. *Ökonomische Theorie der Demokratie*. Tübingen: Mohr.
- EITH, ULRICH. 1997. *Wählerverhalten in Sachsen-Anhalt. Zur Bedeutung sozialstruktureller Einflußfaktoren auf die Wahlentscheidungen 1990 und 1994*. Berlin: Duncker und Humblot.
- EITH, ULRICH. 2001a. „Zur Ausprägung des politischen Wettbewerbs in entwickelten Demokratien. Zwischen gesellschaftlichen Konflikten und dem Handeln politischer Eliten“. In: ders. und Gerd Mielke (Hrsg.), *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 17-33.
- EITH, ULRICH. 2001b. „Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensystemen: Möglichkeiten und Grenzen eines überregionalen Vergleichs“. In: ders. und Gerd Mielke (Hrsg.), *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 322-335.
- EITH, ULRICH und GERD MIELKE (Hrsg.). 2001. *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- INGLEHARDT, RONALD. 1977. *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.
- LA PALOMBARA, JOSEPH und MYRON WEINER (Hrsg.). 1966. *Political Parties and Political Development*. Princeton: Princeton University Press.
- LIPSET, SEYMOUR MARTIN und STEIN ROKKAN. 1967. „Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction“. In: dies. (Hrsg.), *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives*. New York: The Free Press, S. 1-64.

- MIELKE, GERD. 2001. „Gesellschaftliche Konflikte und ihre Repräsentation im deutschen Parteiensystem. Anmerkungen zum Cleavage-Modell von Lipset und Rokkan“. In: Eith, Ulrich und ders. (Hrsg.), *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 77-95.

- NIEDERMAYER, OSKAR. 1996. „Zur systematischen Analyse der Entwicklung von Parteiensystemen“. In: Oscar W. Gabriel und Jürgen W. Falter (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen in westlichen Demokratien*, Frankfurt/Main: Lang, S. 20-49.

- RÜLAND, JÜRGEN. 2001. „Politische Parteien, Zivilgesellschaft und Modernisierung in Demokratien der Dritten Welt“. In: Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.), *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 34-60.

- SARTORI, GIOVANNI. 1968. „The Sociology of Parties. A Critical Review“. In: Otto Stammer (Hrsg.), *Parteiensysteme, Parteiorganisationen und die neuen politischen Bewegungen. Beiträge zur 3. Internationalen Konferenz über Vergleichende Politische Soziologie*. Berlin, 15. Januar 1968. Berlin: Institut für politische Wissenschaft, S. 1-25.

- SARTORI, GIOVANNI. 1976. *Political Parties. A Framework for Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

- SCHOEN, HARALD. 2005. „Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung“. In: Falter, Jürgen W. und ders. (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung*, Wiesbaden: VS-Verlag, S. 135-185.

- SCHUMPETER, JOSEPH A.. 1993. *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. 7., erw. Aufl., Tübingen: Francke.

- STÖSS, RICHARD, MELANIE HAAS und OSKAR NIEDERMAYER. 2006. *Parteiensysteme in Westeuropa: Stabilität und Wandel*. In: Oskar Niedermayer, Richard Stöss und Melanie Haas (Hrsg.), *Die Parteiensysteme Westeuropas*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 7-37.

- VON BEYME, KLAUS. 1985. *Political Parties in Western Democracies*. New York: St. Martin's.

II. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND WÄHLERMOBILISIERUNG IM SUBSAHARISCHEN AFRIKA UND IN ASIEN

SOZIALE KONFLIKTLINIEN, ETHNIZITÄT UND WÄHLERBINDUNG

KONZEPTIONELLE UND METHODISCHE FORSCHUNGSPROBLEME IN
AFRIKA¹

Gero Erdmann

1. EINLEITUNG

Das Wahlverhalten und damit auch die Wählermobilisierung in afrikanischen Gesellschaften werden vornehmlich über Faktoren wie Ethnizität, persönliche Bindung und Klientelismus erklärt (Hyden und Leys 1972; Barkan 1979; Bratton und van de Walle 1997; van de Walle 2003; Mozzafar et al. 2003, 2005; Erdmann 2004; Posner 2005). Mit Ethnizität wird damit einer gesellschaftlichen Konfliktlinie zentrale Bedeutung zugestanden. Die umfassende Bedeutung der Ethnizität für die Politik in Afrika ist erst wieder in einem jüngeren Sammelband herausgestellt worden (Berman et al. 2004). Während viele Autoren die Relevanz der Ethnizität gar nicht mehr problematisieren, haben andere ihre Bedeutung für die Formation von Parteien und damit der Strukturierung des Wählerverhaltens durch Modifikation des ursprünglichen Konfliktlinienmodells von Lipset und Rokkan (1967) begründet.

Inzwischen wird die Erklärungskraft jedoch auch in Zweifel gezogen. Lindberg und Morrison (2007) haben darauf hinge-

wiesen, dass es für die verbreitete Annahme der Bedeutung der Ethnizität für das Wahlverhalten bisher nur wenig belastbare empirische Belege gibt. Oftmals wird diese Bedeutung nur behauptet oder sie wird aus aggregierten Wahlergebnissen auf nationaler Ebene abgeleitet. Diese Schlussfolgerung kann aber einen ökologischen Fehlschluss beinhalten. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass in den betreffenden Gesellschaften selbst ebenfalls ein ethnisches Wahlverhalten behauptet wird, indem beispielsweise von einer „Akan-“, „Bemba-“ oder „Kikuyu-Partei“ gesprochen wird.

Auf der Basis von Wählerinterviews in Ghana kommen Lindberg und Morrison (2007: 34) zu dem Ergebnis, dass „klientelistisches und ethnisches Wahlverhalten“ nur eine geringe Bedeutung in Afrika hat. Fridy (2007: 302) wiederum kommt, beruhend auf einem Mix von Aggregatdatenanalyse und Fokusgruppeninterviews in Ghana, zu dem Ergebnis, dass Ethnizität hoch signifikant, aber nicht allein entscheidend sei.

Ähnlich wie Lindberg und Morrison, wenn auch deutlich vorsichtiger, argumentieren Bratton und seine Kollegen (Bratton et al. 2005: 257) auf der Grundlage der Mehrländerumfragen des Afrobarometer, ohne allerdings empirische Belege für andere Erklärungsfaktoren des Wahlverhaltens vorzulegen. Sie bezweifeln letztlich nur, dass Parteien „primär“ entlang ethnischer Linien formiert werden und „vermuten“, dass die Parteienformation „pluralistischer“ erfolgt.

Vor diesem Hintergrund soll zunächst beleuchtet werden, was das Konfliktlinienmodell beinhaltet sowie was und was nicht damit erfasst werden kann. Darauf aufbauend wird gezeigt, dass mit dem Modell keineswegs alles Wahlverhalten erklärt werden kann/soll, sondern nur das Wahlverhaltens eines Teils der Wählerschaft zu verstehen ist. Anschließend werden, beruhend auf eigenen Forschungserfahrungen, die besonderen konzeptionellen und methodischen Schwierigkeiten deutlich gemacht, die sich bei Untersuchung des Zusammenhangs von Ethnizität, Parteienformation und Wählerverhalten grundsätzlich ergeben – und damit allgemeine Schlussfolgerungen erschweren.

2. DAS KONFLIKTLINIENMODELL

Das Modell befasst sich zunächst mit der Identifizierung gesellschaftlicher Konflikte und der historischen Reihenfolge ihres Erscheinens in West-

europa. Dabei geht es um folgende vier Konfliktlinien: Kapital vs. Arbeit, Stadt vs. Land, Staat vs. Kirche und Zentrum vs. Peripherie. In einem zweiten Komplex behandelt das Modell die Bedingungen für Etablierung eines stabilen Konfliktliniensystems und seiner Artikulation in politischen Parteien (Lipset und Rokkan 1967: 1). Erst in seinem dritten Problemkomplex werden Fragen nach dem Wahlverhalten der Bürger im Kontext von Parteiensystemen thematisiert.

Die für uns hier bedeutsamste Frage ist die nach den zentralen Charakteristika der Wähler, die von den Parteien mobilisiert werden (ebd.: 2). Indes machen die weiteren Fragen deutlich, dass Lipset und Rokkan keineswegs davon ausgingen, dass mit der wesentlichen gesellschaftlichen Konfliktlinie auch die entsprechende Wählerschaft identifiziert sei. Der Mobilisierungserfolg einer jeden Partei hängt vielmehr von einer Reihe anderer Faktoren ab, die nicht allein in den gesellschaftlichen Konfliktlinien begründet sind, sondern von Parteieliten und ihren politischen Strategien abhängen. So gibt es für Lipset und Rokkan auch zahlreiche wirtschaftliche, soziale und kulturelle Bedingungen, die einer Mobilisierung der Wählerschaft entlang der Konfliktlinien entgegenstehen oder sie unterstützen können. Dabei ist klar umrissen, dass das Vorhandensein einer gesellschaftlichen Konfliktlinie nicht gleichbedeutend mit einer entsprechenden dauerhaften Wählerorientierung und damit verbundenen Parteienformation ist.

Was vermag nun das Konfliktlinienmodell zu leisten?

- Es ermöglicht, auf empirischer Basis die Entstehung und historische Entwicklung sowie die sozialstrukturellen Bedingungen von Parteiensystemen zu untersuchen und zu vergleichen.
- Eine Konfliktlinie (cleavage) ist dabei als institutionalisierter, in der Sozialstruktur verankerter und politisch wirksamer Konflikt definiert.
- Eine Konfliktlinie vereinigt drei Dimensionen:
 1. eine sozialstrukturelle,
 2. eine interessen- und/oder wertorientierte und
 3. eine parteipolitische Dimension.
- Zur Ausbildung dauerhaft institutionalisierter Konfliktlinien in Gestalt einer spezifischen Parteienkonstellation kommt es schließlich nur, wenn politische Eliten gesellschaftliche oder soziale Konflikte aufgreifen und unter den jeweils gegebenen Bedingungen des politischen Systems politisch durch die Parteien artikulieren.

- Die wiederholte Artikulation der Konflikte durch die Parteien befördert die entsprechenden politischen Identitäten und Parteienbindungen (Eith und Mielke 2001: 19-20).

Das Konfliktlinienmodell betont vor allem eine langfristige historische Dimension der Entstehung und Entwicklung von Parteiensystemen. Es beansprucht, nicht nur die Konfliktlinien zu identifizieren, die zur Entstehung der Parteiensysteme beigetragen haben, sondern auch die Bearbeitung dieser Konflikte hin zur dauerhaften Institutionalisierung derselben in (relativ) stabilen Parteiensystemen zu untersuchen. Angesichts der noch jungen Geschichte vieler Parteiensysteme in Afrika könnte es aufgrund dieser historischen Dimension zweifelhaft sein, ob damit empirisch fundierte Aussagen über die Wählerorientierung bzw. -mobilisierung in Afrika möglich sind.

Damit ist zu vermuten, dass besonders unter den genannten Bedingungen von noch fluiden oder wenig strukturierten politischen Verhältnissen mit dem Konfliktlinienmodell bestenfalls nur für einen Teil der Wählerschaft das Wahlverhalten bestimmt werden kann – vielleicht jeweils nur für eine Kerngruppe, die gemeinsame Charakteristika aufweisen mag. Schließlich wissen wir aus der Wahlverhaltensforschung, insbesondere auch für längst etablierte und institutionalisierte Parteiensysteme, dass Wählerorientierungen nicht allein mit sozialstrukturellen Variablen zu erklären sind. In- und Output-Leistungen des politischen Systems, der Regierung und der Parteien spielen wesentliche Rollen für das Wahlverhalten.

So gilt für die meisten Wahlforscher, dass Wahlverhalten und Parteienmitgliedschaft nicht mit einem einzigen oder einzelnen Modell erklärt werden können (Roth 1998: 23). Neben dem Konfliktlinienmodell wird das Modell der Parteienidentifikation (Campbell et al. 1954, 1960) sowie das *Rational-Choice*-Modell (Downs 1957; Key 1966; Fiorina 1981) hinzugezogen.

Dem Parteienidentifikationsmodell zufolge wird die Wählerorientierung von drei Wahrnehmungsfaktoren beeinflusst: Kandidaten, Themen und der Beziehung zwischen Parteien und sozialen Gruppen. Der zuletzt genannte Faktor ist dabei konzeptionell nur unzulänglich entwickelt und das Verhältnis des Gesamtkonzepts zu den ersten beiden Faktoren erscheint etwas zirkulär konzeptionalisiert: eine vorhandene Parteienidentifikation bestimmt die Perzeption und Bewertung von Kandidaten und Themen.

Die gegebene Parteienidentifikation und die davon bestimmte Beurteilung von gesellschaftlichen Problemen und ihrer parteipolitischen Bearbeitung wird hingegen im *Rational-Choice*-Modell nicht hinreichend berücksichtigt (Key 1966; Fiorina 1981). Denn ganz offensichtlich gibt es eine beträchtliche Wählerschaft, die immer wieder die gleiche Partei wählt – nahezu unabhängig von den Leistungen der Partei. Zugleich ist das Modell aber für die Erklärung des Verhaltens jener Wähler nützlich, die über keine oder nur sehr schwache Parteienidentifikation verfügen.

Vor dem Hintergrund der Wahlforschung in Westeuropa scheint das sozialstrukturelle Modell bei allen Problemen immer noch die stärkste Erklärungskraft zu haben, um für den größeren Teil der Wählerschaft das Wahlverhalten zu erklären, selbst in hoch mobilisierten Gesellschaften wie der deutschen – obgleich die Parteienidentifikation auch in Westeuropa zurückgeht (Roth 1998: 32; Pappi 1990).

Zusammenfassend kann festgehalten werden: Das *Rational-Choice*-Modell hilft zu erklären, warum Wähler ihre Stimmabgabe parteipolitisch ändern. Das Parteienidentifikationsmodell hilft zu erklären, weshalb viele Wähler ihre Stimmabgabe nicht verändern, und das sozialstrukturelle Modell erklärt, weshalb viele Wähler sich dauerhaft mit einer Partei über mehrere Wahlen hin identifizieren (unabhängig von deren Leistung).

3. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN IN AFRIKA

Eine Grundfrage begleitet das am Beispiel von Westeuropa entwickelte Konfliktlinienmodell von Lipset und Rokkan: Lässt es sich auf andere, außereuropäische Kontexte übertragen – und falls ja, welches sind die maßgeblichen Konfliktlinien in einer Region wie Afrika? Es ist gezeigt worden, dass das Modell in einem heuristischen Sinne und ohne seine westeuropäisch bestimmte historische Abfolge von Phasen auch auf andere Gesellschaften angewendet werden kann, da es im Kern nach den sozialstrukturellen Bedingungen der Formation und Entwicklungen von Parteien- und Parteiensystemen fragt (Eith und Mielke 2001).

An anderer Stelle haben wir gezeigt, dass keine der vier klassischen Konfliktlinien des Modells in ihrer aus der Geschichte Westeuropas bekannten Form gegenwärtig für afrikanische Gesellschaften – einmal abgesehen von Südafrika – politisch wirksam sind und teilweise auch nicht sein können (Erdmann und Weiland 2001). Die Konfliktlinie Kapital

vs. Arbeit konnte sich in Afrika bisher kaum entwickeln. Zu klein ist gewöhnlich die Gruppe der formal Beschäftigten, vor allem die der Industriearbeiter. Die gewerkschaftliche Organisation gilt gemeinhin als Voraussetzung zur parteipolitischen Organisation der Arbeiterschaft. Zwar gibt es in vielen afrikanischen Ländern Gewerkschaften, doch sind darin zum einen hauptsächlich öffentliche Angestellte organisiert, in der Regel weniger Industriearbeiter. Zum anderen sind die Gewerkschaftsbewegungen seit ihrer Inkorporation in die Einparteiensstaaten während der 1960er bis 1980er Jahre und der nachfolgenden Demokratisierung zum meist gespalten. Seit der partiellen Rekonfiguration oder Neuformation der Parteiensysteme in den 1990er Jahren (ebd.: 253-254) sind genuin kommunistische oder sozialdemokratische Parteien nur noch ausnahmsweise in einzelnen Ländern zu finden und gehören dort zu den eher kleinen Parteien.

Auch die zweite klassische Konfliktlinie, Stadt vs. Land, die ebenfalls als ein Resultat der Industrialisierung zu sehen ist, spielt in Afrika in der bekannten Form keine größere Rolle. Die Konfliktlinie rekurriert auf die Interessendivergenz zwischen einer Handels- und Industriebourgeoisie auf der einen und dem adligen Grundbesitz auf der anderen Seite, die indes in dieser Form in Afrika kaum existent war. Zwar ist eine zunehmende Verstädterung in Afrika nicht zu übersehen und damit das Potenzial für einen Interessengegensatz zwischen ländlicher und städtischer Bevölkerung (etwa über die Preisgestaltung von Grundnahrungsmitteln) gegeben; Urbanisierung hat aber bisher kaum zu einer klaren Konfliktlinie oder gar einer parteipolitischen Orientierung geführt. Ein Grund mag darin liegen, dass die Verstädterung vor allem – soziologisch gefasst – eine Ausdehnung des Dorfes in die Stadt bedeutet und zudem oft enge soziale Beziehungen zwischen der städtischen und ländlichen Bevölkerung erhalten bleiben.

Die für Europa so bedeutende Konfliktlinie Religion vs. Staat spielte bisher in Afrika kaum eine Rolle. Die Staaten südlich der Sahara traten mit dem Ende des Kolonialismus als säkulare Staaten in Erscheinung. Frühe christlich oder islamisch orientierte Konfessions- oder Sektenparteien waren nicht an einem Religionsstaat interessiert, sondern fungierten eher als Interessenvertretung ihrer jeweiligen religiösen Gruppe.² Erst in den 1990er Jahren ist der Säkularismus in einzelnen Staaten durch größere fundamentalistische Gruppen in Frage gestellt worden, ohne dass dies – von einigen Ausnahmen abgesehen – zu weitreichenden Parteienformationen geführt hat.

Schließlich bleibt die vierte Konfliktlinie Zentrum vs. Peripherie. Diese kann nur in einer modifizierten Form für Afrika analytisch hilfreich sein. In Europa verband sich damit im Rahmen der Nationalstaatsbildung die Auseinandersetzung um die vorherrschende Kultur und Tradition, d.h. die Frage, welche Regionalkultur zur nationalen bzw. Staatskultur wird. Dies beinhaltet den Konflikt verschiedener ethnischer Gruppen um kulturelle Dominanz. Für Afrika steht das Problem der nationalen Kultur weniger im Vordergrund. Von Bedeutung ist vielmehr die ethnisch orientierte Verteilungspolitik bzw. die Frage, wer die staatliche Verteilungspolitik in der Hauptstadt kontrolliert. Bei Lipset und Rokkan wurden ethnische Verteilungskonflikte allenfalls am Rande erwähnt. Bei ihnen ist das Problem jedoch im allgemeinen Konzept der territorialen Opposition aufgehoben (Lipset und Rokkan 1967: 13).³ Damit wird Ethnizität im Sinne einer Loyalitäts- und Solidargemeinschaft gefasst und kann für die Analyse von gesellschaftlichen Konfliktlinien für Afrika sinnvoll verwendet werden.

Ethnizität wird hier als sozial konstruiert und kontextgebunden, nicht als primordial und essentialistisch begriffen. Sie entsteht im Zusammenspiel von Selbst- und Fremdwahrnehmung (Zuschreibung) und kann aus mehreren Elementen zusammengesetzt sein: Sprache, Territorium, gemeinsame Werte und Symbole sowie politische Einheit. Dies impliziert, dass die „historisch produzierte Identität vielgestaltig, mehrdeutig und veränderbar bleibt“ (Lentz 1994: 25; Young 1976). Ethnizität tritt historisch situativ und regional in ganz unterschiedlicher Weise in Erscheinung. Ethnische Konfliktlinien können variabel sind – in Abhängigkeit davon, mit welcher Intensität die Ethnizität entfaltet ist. Die Ethnie kann noch im Entstehen sein; sie kann von einfachem ethnischen Bewusstsein (ohne Kulturideologie), über ethnisches Selbstbewusstsein (mit Kulturideologie) bis hin zu extrem chauvinistisch überhöhter und aggressiver Mobilisierung der eigenen Identität reichen.

Dass Ethnizität in diesem Sinne eine wesentliche gesellschaftliche Konfliktlinie in Afrika bildet, wird kaum irgendwo in der Literatur bestritten. Die Frage ist nur, ob Ethnizität auch gänzlich oder zumindest teilweise für Parteienformation und Wählermobilisierung verantwortlich ist. In der wissenschaftlichen Literatur wird indes kaum behauptet, dass Ethnizität die einzige oder ausschließliche Konfliktlinie sei, die Parteienformation oder Wählermobilisierung erklären kann – zumindest aber wird Ethnizität im afrikanischen Kontext als vorherrschende Konfliktlinie angesehen

(Scarrit und Mozzafar 1999; Erdmann und Weiland 2001; Erdmann 2004; Nugent 2004).

Allerdings werden auch selten andere systematische Erklärungen angeboten – eher sind situative Erklärungen zu finden: Wähler hatten von einer Regierung oder Partei genug, weil sie korrupt war, keine Reformen durchgesetzt oder keine Wohlfahrt sicherstellen konnte. In diesem Sinne eines kalkuliert handelnden Wählers meinen Lindberg und Morrison mit dem Rational-Choice-Modell das Wahlverhalten in Ghana und in Afrika erklären zu können, wobei sie „ethnisches“ und „klientelistisch“ orientiertes Wahlverhalten nicht als „rational“ sondern als „primordial“ ausgeben (Lindberg und Morrison 2007: 7).

Problematisch für diesen Ansatz ist, dass die meisten Parteien programmatisch kaum Unterschiede aufweisen und ein großer Teil der Wähler auch kaum Unterschiede wahrnimmt, in den Wahlkämpfen „Themen“ oder „Inhalte“ – abgesehen von den üblichen Korruptionsvorwürfen gegen die Regierungspartei – kaum eine Rolle spielen.⁴ Zudem ist gerade für Ghana bekannt ist, dass die Abgeordneten sich oft nicht in ihren Wahlkreisen sehen lassen, um Ansprüchen und Rechenschaftspflicht auszuweichen, so dass auch eine Ex-post-Bewertung für einen großen Teil der Wähler schwer fallen dürfte.

4. KONZEPTIONELLE UND METHODISCHE ANALYSEPROBLEME

Die These von der Relevanz der Ethnizität für die Parteienformation und Wählermobilisierung stützt sich in der Regel auf vier verschiedene empirische Grundlagen. Zum ersten wird auf Basis von nationalen und regionalen Wahldaten bei wiederholten Wahlerfolgen einer Partei in einer bzw. einem von überwiegend einer Ethnie bewohnten Region, Distrikt oder Wahlkreis auf diesen Zusammenhang geschlossen (exemplarisch: Nugent 2004; Fridy 2007). Zum zweiten wird die Ethnizitätsthese durch Ergebnisse qualitativer Verfahren (Interviews, teilnehmende Beobachtung, Analyse von Zeitungsberichten) auf der lokalen und nationalen Ebene unterfüttert. Dabei kommen sowohl nur indirekt Beteiligte aus der Bevölkerung (Fokusgruppeninterviews), als auch direkt Beteiligte aus den Parteien zu Wort, etwa wenn es um die strategische Bestimmung von Wahlkreiskandidaten geht. Zum dritten wird die Ethnizitätsthese durch die Analyse der Regierungspolitik oder der Verteilung von Ministerien etc.

gestützt, etwa mit Blick darauf, welche ethnischen Gruppen über die Regierungsparteien mit Ministerien bedacht werden (exemplarisch: Osei-Hwedie 1998).

In jüngster Zeit erst sind systematisch Individualdaten zum Wahlverhalten erfasst und statistischen Analysen unterzogen worden – allerdings mit eher widersprüchlichen Ergebnissen. Lindberg und Morrison (2007) stufen aufgrund der Ergebnisse einer relativ kleinen, regional begrenzten Stichprobe (Small-N-Survey aus dem Jahr 2003: 700 Interviews in 6 von 200 Wahlkreisen in 4 von 10 Regionen) die Bedeutung der Ethnizität als gering ein: „clientelistic and ethnic predeposited voting are minor features of the Ghanaian electorate“ (ebd.: 34).⁵ Fridy (2007: 302) kommt hingegen zu einem nahezu entgegengesetzten Ergebnis: „ethnicity is an extremely significant although not deciding factor in Ghanaian elections“. Seine Untersuchung folgt einem ähnlichen Forschungsdesign und beruht ebenfalls auf einer regional begrenzten Stichprobe (Small-N-Survey im Mai 2004: 600 Interviews in 3 von 230 Wahlkreisen in 3 von 10 Regionen).

Dem gegenüber ergab die Analyse von repräsentativen Umfragedaten aus Sambia (1.000 Befragte), dass „ethnicity matters for voter alignment and even more so for party affiliation in Zambia“ – allerdings mit der Einschränkung, dass Ethnizität nicht der einzige erklärende Faktor, sondern lediglich einer unter mehreren ist. Dabei wurde aber auch deutlich, dass es offenbar eine Kerngruppe von ethnischen Wählern und Parteimitgliedern gibt, wobei sich Ethnizität als erklärungsstärkste Variable nur für zwei ethnische Gruppen und ihre entsprechenden Parteien erwies (Erdmann 2007: 29).

Die ersten drei Verfahren haben alle ihre eigenen Schwächen. Bei der Analyse der Aggregatdaten besteht die Gefahr des ökologischen Fehlschlusses, wie er sich zumindest partiell durch die Ergebnisse der Individualdatenanalyse tatsächlich auch bestätigt findet. Das zweite Verfahren beruht in der Regel auf Meinungen in der Bevölkerung und ist zumeist nicht widerspruchsfrei. Unsere eigenen Fokusgruppeninterviews im ländlichen Sambia haben relativ eindeutige Resultate erbracht: „voting is tribal“. Im urbanen Sambia wurde dies weithin bestritten und es wird behauptet, dass nur auf dem Land ethnisch gewählt würde, nicht in der Stadt. Aus Ghana wird berichtet, dass in solchen Interviews ein ethnisches Wahlverhalten zunächst energisch generell bestritten, im Laufe

des Gespräches aber jeweils anderen ethnischen Gruppen durchaus ein solches Wahlverhalten zugeschrieben wird (Fridy 2007: 301-302). Unsere eigenen Fokusgruppeninterviews in Ghana ergaben ein gemischtes Ergebnis:⁶ Zum einen wurde festgestellt, dass das Wahlverhalten „traditionell“ orientiert sei – womit aber keineswegs ein traditionales, tribal orientiertes Wahlverhalten gemeint war, sondern die etablierte Zweiparteispaltung der nkrumaistischen (linken) und der danquistischen (konservativen, Mitte-Rechts) Tradition – ohne dass die Teilnehmer die Unterschiede in klassischen Links-Rechts-Schema erklären konnten, genauso wenig wie die lokalen Parteifunktionäre.⁷ Einige Teilnehmer meinten, dass in der Vergangenheit entlang von „tribal lines“ gewählt worden sei und dass einige Politiker auch heute noch versuchten, an ethnische Identität zu appellieren. Andere wiederum meinten, dass nur „aufgeklärte“ (*enlightened*) Bürger themenorientiert wählen würden, und manche auch dem folgen würden, was die Chiefs vorgeben. Ghanaische Politikwissenschaftler betonen nachdrücklich, dass Ethnizität der wichtigste Erklärungsfaktor für die Politik und das Wahlverhalten in Ghana sei.⁸

Diese teils widersprüchlichen Erklärungen decken sich auch mit unseren Interviews von Parteifunktionaren in mehreren afrikanischen Ländern (Ghana, Malawi, Sambia und teilweise Tansania), die für ihre Partei eine ethnische Basis abstreiten, aber immer auf die Gegenseite verweisen, die „tribalistisch“ sei. Diesen Charakter hat auch der nationale politische Diskurs zwischen den Parteien, der den Analyseergebnissen politischer Verlautbarungen in der nationalen Presse und den Medien zugrunde liegt: „Tribalistisch“ verhalten sich immer die anderen. Mit anderen Worten kann es sich hierbei um eine elitenbezogene politische Auseinandersetzung handeln, die nur teilweise mit dem Verhalten und den Orientierungen der Bürger zu tun hat.

Trotz der methodischen Probleme der einzelnen Ansätze könnten die Ergebnisse in der Summe als sehr plausibel erscheinen und die Ethnizitätsthese könnte als bestätigt angesehen werden. Allerdings mahnen die Ergebnisse der Individualdatenanalysen hier zur Vorsicht und legen einschränkende Modifizierungen nahe. Zugleich gibt es bisher keine plausiblen Alternativthesen zur Erklärung der Parteienformation, des Wahlhaltens, der Parteienidentifikation und der Parteienmitgliedschaft – einmal abgesehen von dem nur teilweise tragfähigen *Rational-Choice*-Ansatz.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von zusätzlichen konzeptionellen Problemen, die zum einen erklären, weshalb es bislang so schwierig war, eine eindeutige empirische Evidenz für die Ethnizitätsthese auf der Grundlage von Individualdaten zu gewinnen, die zum anderen aber auch deutlich machen, dass die angewendeten Konzepte möglicherweise gar nicht tragfähig sind.

4.1 Konfliktlinien und Parteien

Das Konfliktlinienmodell ist eine Ex-post-Konstruktion, die sich auf einen Zeitraum von zwei- bis dreihundert Jahren bezieht. Eine institutionalisierte Gestalt in Form von Parteien und Parteiensystemen haben diese Konfliktlinien erst etwa in den letzten einhundert bis einhundertfunzig Jahren gewonnen; die Institutionalisierung der Parteien und Parteiensysteme entlang der Konfliktlinie ist dabei noch jüngeren Datums. Das sind die Grundzüge und Prämissen des Modells.

In Afrika haben wir es aber mit einer sehr viel kleineren zeitlichen Dimension zu tun. Die Ausprägung und Institutionalisierung von Konfliktlinien konnte zumeist erst mit der Unabhängigkeit, das heißt mit der Staatswerdung langsam einsetzen und die freie institutionelle Entfaltung in Gestalt von Parteien in vielen Fällen erst seit Anfang der 1990er Jahre – wobei es in einigen Fällen vermutlich bereits gewisse Kontinuitäten von Konflikt- und Parteikonstellationen gab, die, wenn auch immer wieder unterbrochen, bis in die 1960er Jahre zurückreichen. Dennoch handelt es sich dabei um einen vergleichsweise kurzen Zeitraum, in dem nur ausnahmsweise Institutionalisierungsprozesse möglich waren. So lässt sich argumentieren, dass aufgrund der nur wenig institutionalisierten Parteien eine an gesellschaftlichen Konfliktlinien orientierte Analyse der Wählermobilisierung und Wahlerbindung kaum substantielle Ergebnisse zeitigen kann. Mithin wäre das Konzept für diesen Kontext nur eingeschränkt tauglich, da es ein beträchtliches Maß an Institutionalisierung voraussetzt. Das Modell gibt vor: Zur Ausbildung dauerhaft institutionalisierter Konfliktlinien, also zu spezifischen Parteikonstellationen kommt es nur, wenn politische Eliten gesellschaftliche oder soziale Konflikte aufgreifen und diese, unter den prägenden Bedingungen des politischen Systems, politisch vermittelt durch die Parteien artikulieren. Erst die wiederholte Artikulation der Konflikte durch die Parteien befördert die entsprechenden politischen Identitäten und Parteienbindungen. Dafür gab es bisher wenig Zeit. In Afrika sind eher fluide oder kaum institutionalisierte Parteien und Parteiensysteme vorherrschend.

4.2 Überlagerung von Konfliktlinien

Bereits Lipset und Rokkan haben darauf hingewiesen, dass es einander überlagernde Konfliktlinien geben kann, die eine Parteienorganisation und Wählerbindung erschweren. Es steht zu vermuten, dass eine solche Problematik insbesondere in Zeiten forcierter gesellschaftlicher Wandlungsprozesse und in politischen Umbruchsituationen anzutreffen ist. Beides ist in Afrika gegeben. Zum einen die rasche Verstärkung, zum anderen die bereits genannten politischen Veränderung von Mehrparteiensystemen, zu Einparteiensystemen und wieder zurück. Die fluiden, wenig institutionalisierten Parteien und Parteiensysteme sind ein Ausdruck davon und erschweren zusätzlich die analytische Zuordnung möglicher Konfliktlinien.

4.3 Ethnizität

Wenn Ethnizität nicht als primordial, sondern konstruktivistisch verstanden wird, wie heute weitgehend üblich, dann haben wir es mit einem sehr vielschichtigen und komplizierten Konzept und Phänomen zu tun. Ethnizität hat dann ganz unterschiedliche Erscheinungsformen – je nach dem, wie weit sie politisiert und mobilisiert ist. In der Weise, in der sich ethnische Identität ganz unterschiedlich artikuliert, taucht sie auch als zu analysierender Gegenstand auf. Ethnische Identitäten haben damit ganz unterschiedliche historische Dimensionen; die einen Gruppen verfügen schon seit Kolonialzeiten über eine eigene Identität, bei anderen wurde sie erst während oder gar nach der Kolonialzeit politisch artikuliert. Damit haben die an Ethnizität orientierten Konfliktlinien ganz unterschiedliche Ausprägungen erfahren. So tauchen bestimmte ethnische Gruppen seit jeher im nationalen Diskurs auf, von anderen ist kaum etwas zu vernehmen; dies ist keineswegs allein ein Größenproblem (Beispiel Tansania). In einzelnen Ländern wird die nationale politische und parteipolitische Diskussion tatsächlich von einzelnen distinkten Gruppen beherrscht – vergleiche etwa den ethnischen Diskurs in Kenia: Kikuyu, Luo, Kamba etc. – während in anderen es eher linguistische Großgruppen sind, die mehrere kleinere Gruppen umfassen – in Sambia die Bemba- und Tonga-Sprecher, in Ghana die Akan- oder Ga-Adangbe etc.

Damit sind nicht nur grundlegende definitorische Probleme für die Wissenschaft, sondern auch identifikatorische Probleme für die Beteiligten angesprochen, die bei der Erfassung von Individualdaten und ihrer Ana-

lyse eine besondere Herausforderung darstellt und sie erschwert. Mit anderen Worten: Das Ausmaß ethnischen Wahlverhaltens kann bei den verschiedenen Gruppen ganz unterschiedlich ausgeprägt und damit als Erklärungsfaktor von unterschiedlichem Gewicht sein.

4.4 Kongressparteien

In den meisten Ländern ist es eher eine Seltenheit, dass eine politische Partei sich allein auf eine ethnische Gruppe stützt, mithin als ethnische Partei angesehen werden kann. Die Regel ist vielmehr die so genannte ethnische Kongresspartei, in der mehrere ethnische Gruppen vereint sind. Eine entscheidende Ursache dieses Phänomens liegt darin, dass viele ethnische Gruppen zu klein sind, um hinreichend viele Wähler für eine politisch wirkungsvolle Repräsentanz im Parlament gewinnen zu können. Eine ethnische Koalition ist hier naheliegend. Damit wird eine solche Partei von mehreren ethnischen Gruppen gewählt und lässt sich nicht mehr eindeutig einer ethnischen Gruppe zuordnen. Zudem wechseln einzelne Gruppen oder Teilgruppen von Wahl zu Wahl die Partei – abhängig zumeist vom Verhalten führender Politiker –, so dass der Nachweis ethnisch begründeten Wahlverhalten über die Zeit hin erschwert wird.

4.5 Parteien-Ethnien-Identifikation

Dieses Problem hängt eng mit dem vorangegangenen zusammen. Nicht alle ethnische Gruppen können eindeutig einer spezifischen Partei zugeordnet werden. Dies betrifft vor allem kleinere ethnische Gruppen. Angehörige einzelner Ethnien können vermittelt über ihre Eliten von Wahl zu Wahl andere Parteien wählen – als Großteil der Gruppe oder nur in Teilen (siehe nächster Punkt). Damit lässt sich teilweise für einen festen Zeitpunkt aber auch über den Zeitverlauf hinweg keine dauerhafte und damit institutionalisierte Beziehung zwischen einer ethnischen Gruppe und einer Partei herstellen. Beispiele bilden hier die Lozi in Sambia, bei denen über mehrere Wahlen hin verschiedene Parteien erfolgreich waren, sowie verschiedene ethnische Gruppen im östlichen Sambia, die nicht einheitlich eine Partei wählten und ihre Stimmen auch bei verschiedenen Wahlen auf unterschiedliche Parteien verteilten. Auf das Problem wechselnder parteipolitischer Bindungen kleiner ethnischer Gruppen verweist auch Frempong (2001).

4.6 Ethnische Elitenspaltung

Wie bereits angedeutet, kann es in einzelnen ethnischen Gruppen zu elitenbezogenen Konflikten kommen, die sich dann in unterschiedlichen und wechselnden parteipolitischen Loyalitäten, Parteilianzen, Wahlverhalten und Mitgliedschaften niederschlagen. Regionale Subgruppen können unterschiedlich wählen – und der empirische Nachweis wird schwierig. Beispiele für solch divergentes Verhalten in einzelnen ethnischen Gruppen sind bereits oben genannt. Typisch ist hier auch etwa die Spaltung der Kikuyu in Kenia, bei denen sich zwei regionale Gruppen (Murang'a und Nyeri) mit teilweise unterschiedlichen Oppositionsparteien assoziierten, während eine Subgruppe, Kiambu, in größeren Teilen mit der lange regierenden KANU verbunden war. Aufgrund innerethnischer Konflikte sind Angehörige dieser einen Gruppe in mehreren Parteien organisiert und entsprechend werden auch große Teile der Wählerschaft mobilisiert.

4.7 Anzahl und Größe der Ethnien

Bei einer großen Anzahl verschiedener ethnischer Gruppen – wie auch immer sie definiert sein mögen – lassen sich zahlreiche Gruppen in einer repräsentativen Stichprobe in hinreichend großer Zahl kaum noch finden und damit auch nicht sinnvoll statistisch analysieren. Beispielsweise werden in Sambia offiziell mehr als 70 ethnische Gruppen gezählt, in Tansania sind es mit 130 Ethnien noch mehr, in anderen Ländern wie Malawi mit elf deutlich weniger. In einer Stichprobe von 1.000 Personen blieben in Sambia – wenn jede ethnische Gruppe berücksichtigt werden würde – im Schnitt nur 14 Befragte pro Gruppe übrig. Diese Datenbasis wäre zu klein, um zu sinnvollen Aussagen zu kommen. Da es ohnehin praktisch kaum möglich ist (und aufgrund der Größenverhältnisse auch nicht notwendig), alle ethnischen Gruppen in eine Befragung einzubeziehen, können letztlich nur relativ große ethnische Gruppen oder aber ethnolinguistische Großgruppen signifikant in den Analysen auftauchen, wobei sich im letzteren Fall wieder das Problem der Subgruppen stellt, die sich parteipolitisch unterschiedlich orientieren.

Möglicherweise müssen mehrere, mindestens aber drei Faktoren gleichzeitig gegeben sein, damit Ethnizität auf der Grundlage von Individualdaten analytisch – neben anderen – signifikant hervortreten kann:

1. Identifikation einer ethnischen Gruppe mit einer Partei,
2. eine im nationalen Vergleich gewissen numerischen Größe der Ethnie, und
3. die weitgehende Einheit der politischen Elite in einer gemeinsamen Partei.⁹

5. ZUSAMMENFASSUNG

Die erneute Prüfung des Konfliktlinienmodells hat ergeben, dass es sehr viel schwieriger auf Afrika anzuwenden ist, als ursprünglich gedacht. Die oben erwähnte These, dass es nur in einem heuristischen Sinne und mit notwendigen Modifizierungen sinnvoll anzuwenden sei, hat sich bestätigt. Aber selbst die geforderte Modifizierung oder Erweiterung des Modells in Bezug auf die Ethnizität für Afrika erweist sich als höchst problematisch und kompliziert. Die empirischen Forschungsergebnisse zur Stützung der These der Ethnizität als vorherrschender Konfliktlinie sind weniger eindeutig als erwartet.

Deutlich geworden ist eine Reihe konzeptioneller und methodischer Probleme, die zum einen erklären, weshalb die Forschungsergebnisse so problematisch sind, zum anderen aber auch das theoretische Konstrukt hier für Afrika in Zweifel ziehen können. All diese Probleme geben aber noch keinen Anlass, auf das Konzept zu verzichten. Vielmehr legt die Fülle des durch unterschiedliche methodische Verfahren gewonnenen empirischen Materials nahe, dass das Konzept weiterhin plausibel zur Analyse von Wählerbindungen und Parteimitgliedschaft verwendet werden kann. Ethnizität ist aber in vielen Fällen nicht der ausschlaggebende, sondern lediglich ein wichtiger Faktor. Zugleich wird die Notwendigkeit weiterer methodischer Verfeinerung und konzeptioneller Differenzierung deutlich, vor allem die Notwendigkeit des Einsatzes verschiedener Ansätze und Analysemethoden.

Auf der bisherigen konzeptionellen und empirischen Grundlage lässt sich einigermaßen sicher festhalten, dass die Bedeutung der Ethnizität für das Wählerverhalten und die Parteibindung nicht überall in Afrika die gleiche sein kann, sondern von Land zu Land eine unterschiedliche ist. Selbst innerhalb eines Landes wird es dabei von einer ethnischen Gruppe zur anderen, wie auch für einzelne Parteien, beträchtliche Unterschiede geben, die sich auch über die Zeit hin verändern können. Die Anzahl der ethnischen Gruppen, ihre politische Mobilisierung und Identifizierung mit ein-

zelen Parteien – all dies und vermutlich noch ein paar Faktoren mehr – spielen dabei eine Rolle. Dies bedeutet, dass wir unser Augenmerk bei der Analyse des Wählerverhaltens und der Parteienbindung nicht allein auf die Ethnizität als strukturelle Basis legen, sondern auch andere Erklärungsfaktoren stärker in den Blick nehmen sollten – auch wenn hier noch kein Hinweis auf andere (soziostrukturelle) cleavages gegeben werden kann.

- 1] Bei diesem Beitrag handelt sich um eine gekürzte deutsche Version von „Ethnicity and Voter Alignment in Africa – Conceptual and Methodological Problems Revisited“, der in Siri Gloppen und Lise Rakner (Hrsg.), *Globalisation and Democratisation: Challenges for Political Parties* (Festschrift für Lars Svasand, Bergen 2007, S. 111-134: Universitetsforlaget) erschienen ist.
- 2] Zum Beispiel die protestantisch und katholisch orientierten Parteien in Uganda oder die mit verschiedenen Sekten (tariquas) verbundenen Parteien im Sudan.
- 3] Territoriale Opposition wird unter den Bedingungen des allgemeinen Wahlrechts wie folgt charakterisiert: „commitment to the locality and its dominant culture: you vote with your community and its leaders irrespective of your economic position“ (Lipset und Rokkan 1967: 13).
- 4] Umfragergebnisse aus Botswana, Ghana, Sambia, Malawi und Tansania zeigen, dass wenige Umfrageteilnehmer Unterschiede bei einzelnen Themen zwischen den Parteien sehen. Die Unterschiede, die von den restlichen Umfrageteilnehmern gesehen werden, können angezweifelt werden, da sich in jedem Fall die Regierungspartei mehr um das betreffende Thema kümmert als die Opposition (siehe auch Fridy 2007).
- 5] Die Argumentation ist im Kern inkonsistent, da auf der einen Seite gesagt wird, dass strukturelle Faktoren wie Klasse, Geschlecht etc. und sozialer Status nicht berücksichtigt wurden, aber dann doch Aussagen zur Ethnizität getroffen werden (Lindberg und Morrison 2008: 33-34), die damit nicht im Einklang stehen können – es sei denn, Ethnizität wird nicht als struktureller oder sozialer Status gesehen.
- 6] Akwatia, Kwaebibirim, Eastern Region, 11.12.2003. Der Wahlkreis ist ethnisch heterogen mit einer hohen Zuwandererquote aus dem Norden; Wahlsieger waren der National Democratic Congress 1992 und 1996, die National Patriotic Party 2000.
- 7] Fridy (2007: 300) kommt zum gleichen Ergebnis: Ideologische Differenzen sind den meisten Wählern nicht bekannt, auch wenn von Seiten der Parteienspitzen versucht wird, sozialdemokratische oder sozialistische und eine konservative Orientierung zu betonen.
- 8] Interviews, Kwesi Jonah, Senior Lecturer Dept. of Political Science University of Ghana; Head of Governance Centre, Accra, 03.12.2003; Emmanuel Gyimah-Boadi, Director, Ghana Center for Democratic Development, Accra, 24.11.2003; siehe auch Frempong 2001.
- 9] Siehe vor diesem Hintergrund zum sambischen Fall: Erdmann 2007.

LITERATUR

- BARKAN, JOEL D. 1979. „Legislators, Elections, and Political Linkage“. In: Joel D. Barkan und John J. Okumu (Hrsg.). *Politics and Public Policy in Kenya and Tanzania*. New York: Praeger, S. 64-92.
- BERMAN, BRUCE, EYOH DICKSON und WILL KYMLICKA (Hrsg.). 2004. *Ethnicity and Democracy in Africa*. Oxford: James Currey.
- BRATTON, MICHAEL, ROBERT MATTES und E. GYIMAH-BOADI. 2005. *Public Opinion, Democracy and Market Reform in Africa*. Cambridge: University Press.
- BRATTON, MICHAEL und NICOLAS VAN DE WALLE. 1997. *Democratic Experiments in Africa. Regime Transitions in Comparative Perspective*. Cambridge: University Press.
- CAMPBELL, ANGUS, GERALD GURIN und WARREN E. MILLER. 1954. *The Voter Decides*. Evanston: Row, Peterson and Company.
- CAMPBELL, ANGUS, PETER CONVERSE, WARREN MILLER und DAVID STOKES. 1960. *The American Voter*. New York: Wiley.
- DOWNS, ANTHONY. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- EITH, ULLRICH und GERD MIELKE (Hrsg.). 2001. *Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- ERDMANN, GERO. 2004. „Party Research: The Western European Bias and the 'African Labyrinth'“. In: *Democratization*, 11, 3, S. 63-87.
- ERDMANN, GERO. 2007. *Ethnicity, Voter Alignment and Political Party Affiliation – an African Case: Zambia*. GIGA Working Papers No. 45, Hamburg: GIGA German Institute of Global and Area Studies.
- ERDMANN, GERO und HERIBERT WEILAND. 2001. „Gesellschaftliche Konfliktlinien. Ethnizität und Parteienformation in Afrika“. In: Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.). *Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 246-262.

- FIORINA, MORRIS P. 1981. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press.
- FREMPONG, ALEXANDER K.D. 2001. „Ghana's Election 2000: The Ethnic Undercurrents“. In: JOSEPH R. A. AYEE (Hrsg.). *Deepening Democracy in Ghana, Vol. One, Politics of the 2000 Elections*. Accra: Freedom Publications, S. 141-159
- FRIDY, KEVIN S. 2007. „The Elephant, Umbrella, and Quarrelling Cocks: Disaggregating Partisanship in Ghana's Forth Republic“. In: *African Affairs*, 106, 423, S. 281-306.
- HYDEN, GORAN und COLIN LEYS. 1972. „Elections and Politics in Single-Party-Systems: The Case of Kenya and Tanzania“. In: *British Journal of Political Science*, 2, 4, S. 389-420.
- KEY, VALDIMIR O. 1966. *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936-1990*. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press.
- LEMARCHAND, RENÉ. 1972. „Political Clientelism and Ethnicity in Tropical Africa: Competing Solidarities in Nation-Building“. In: *American Political Science Review*, 66, 1, S. 68-90.
- LENTZ, CAROLA. 1994. „Tribalismus“ und Ethnizität in Afrika: ein Forschungsüberblick. In: *Sozialanthropologische Arbeitspapiere*, Nr. 57, FU Berlin: Institut für Ethnologie. Schwerpunkt Sozialanthropologie, Berlin: Das Arabische Buch.
- LINDBERG, STAFFAN I. und MINION K. C. MORRISON. 2008. *Are African Voters Really Ethnic or Clientelistic*. In: *Political Science Quarterly* (forthcoming).
- LIPSET, SEYMOUR MARTIN und STEIN ROKKAN. 1967. „Cleavage Structures. Party Systems and Voter Alignments“. In: Seymour Martin Lipset und Stein Rokkan (Hrsg.). *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives*. New York: Free Press, S. 1-64.
- MOZAFFAR, SHAHEEN, JAMES R. SCARITT und GLEN GALAICH. 2003. „Electoral Institutions. Ethnopolitical Cleavages and Party Systems in Africa's Emerging Democracies“. In: *American Political Science Review*, 97, 3, S. 379-390.

- NUGENT, PAUL. 2001. „Winners, Losers and Also Rans: Money, Moral Authority and Voting Patterns in the Ghana 2000 Election“. In: *African Affairs*, 100, S. 405-428.
- OSEI-HWEDIE, Bertha. 1998. „The Role of Ethnicity in Multi-Party Politics in Malawi and Zambia“. In: *Journal of Contemporary African Studies*, 16, 2, S. 227-247.
- PAPP, FRANZ URBAN. 1990. „Klassenstruktur und Wahlverhalten im sozialen Wandel“. In: Max Kaase und Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.). *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 15-30.
- POSNER, DANIEL N. 2005. *Institutions and Ethnic Politics in Africa*. Cambridge: University Press.
- ROTH, DIETER (1998. *Empirische Wahlforschung*. Opladen: Leske & Budrich.
- SCARITT, JAMES R. und SHAHEEN MOZAFFAR. 1999. „The Specification of Ethnic Cleavages and Ethnopolitical Groups for the Analysis of Democratic Competition in Contemporary Africa“. In: *Nationalism & Ethnic Politics*, 5, 1, S. 82-117.
- VAN DE WALLE, NICOLAS. 2003. „Presidentialism and Clientelism in Africa's Emerging Party Systems“. In: *Journal of Modern African Studies*, 41, 2, S. 297-321.
- YOUNG, CRAWFORD. 1976. *The Politics of Cultural Pluralism*. Madison: University of Wisconsin Press.

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND PARTEIENPRÄFERENZ IM FRANKOPHONEN AFRIKA

Matthias Basedau | Alexander Stroh

1. EINLEITUNG¹

Die fast flächendeckende Einführung von Mehrparteiensystemen im subsaharischen Afrika liegt nun mehr als eineinhalb Jahrzehnte zurück. Dennoch gibt es erst seit Beginn der Jahrtausendwende eine wachsende Anzahl von Publikationen zu Parteien und Parteiensystemen in Afrika (vgl. z.B. Salih 2003; Basedau/Erdmann/Mehler 2007; IDEA 2007). Insbesondere das frankophone Afrika kann jedoch weiterhin als diesbezüglich besonders vernachlässigtes Forschungsfeld bezeichnet werden. Viele Beiträge haben einen anglophonen Fokus; erst kürzlich widmete *Politique Africaine* Parteien und Parteiensystemen eine Sondernummer und sprach von einer Rückkehr zu einem vernachlässigten Forschungsobjekt (Gazibo 2006).

Das vorliegende Papier betrachtet Parteien und Parteiensysteme als abhängige Variablen und bemüht sich um eine erste Analyse des Einflusses von gesellschaftlichen Konfliktlinien auf die Wahlentscheidung in vier ausgewählten frankophonen Ländern in Westafrika. In Benin, Burkina Faso, Mali und Niger wurden mit Förderung der DFG und in Zusammenarbeit mit afrikanischen Partnern² vom GIGA Institut

für Afrika-Studien von August bis Dezember 2006 repräsentative Meinungsumfragen durchgeführt, so dass hier eine außergewöhnlich gute Datenlage besteht, die auf Individualdatenniveau eine Analyse von Faktoren der Wahlabsicht gestattet.

Der vorliegende Beitrag beginnt mit einer kompakten Reflexion der Übertragbarkeit des klassischen *Cleavage*-Ansatzes von Lipset und Rokkan (1967) auf den zeitgenössischen (frankophonen) afrikanischen Kontext. Der empirisch-analytische Teil nutzt das Datenmaterial der genannten Meinungsumfragen und umfasst vor allem eine Datenanalyse auf Individualebene, die signifikante Variablen im Sinne einer afrikanischen Konfliktlinientheorie in allen vier Untersuchungsländern identifizieren soll. Im abschließenden Teil werden theoretische Schlussfolgerungen und Herausforderungen für die zukünftige Forschung diskutiert.

2. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN IM AFRIKANISCHEN KONTEXT

Neben Wahlsystemen (vgl. z.B. Nohlen 2004; Sartori 1997) gelten vor allem gesellschaftliche Konfliktlinien als wesentliche Einflussfaktoren für die Gestalt eines Parteiensystems. Die klassische Arbeit von Seymour M. Lipset und Stein Rokkan identifizierte auf einer territorialen und einer funktionalen Achse vier „critical lines of cleavage“ (Lipset/Rokkan 1967: 14f.)³

1. *Subject vs. Dominant Culture*
2. *Church(es) vs. Government*
3. *Primary vs. Secondary Economy*
4. *Workers vs. Employers, Owners*

Die ersten beiden *Cleavages* galten als Ergebnis der „nationalen Revolution“, während die letzten beiden als Resultat der industriellen Revolution aufgefasst wurden, so dass schnell deutlich wird, dass dieses Konfliktlinienmodell keineswegs universell angelegt ist. Vielmehr bezog es sich nach Lipset und Rokkan auf die in Europa seit dem 19. Jahrhundert „eingefrorenen“ gesellschaftlichen Konfliktlinien.

Ebenso wie dieses Modell an politische und gesellschaftliche Entwicklungen in Westeuropa, Nordamerika und Osteuropa angepasst werden musste (z.B. von Beyme 1997), stellt sich die Frage der Angemessenheit für das subsaharische bzw. frankophone Afrika (Erdmann/Weiland 2001;

Erdmann 2004). Angesichts der anscheinend ethnischen Wählerbasis vieler subsaharischer Parteien ist die offensichtlichste Konfliktlinie identifiziert (Erdmann/Weiland 2001; Norris/Mattes 2003), die sich möglicherweise als afrikaspezifische Ausformung des Gegensatzes zwischen dominanter und unterwerfener Kultur interpretieren lässt (Erdmann/Weiland 2001; vgl. zu Sambia Erdmann 2007).

Die anderen Konfliktlinien lassen sich wohl weniger leicht auf das subsaharische Afrika übertragen. Der *Cleavage* zwischen Kirchen (oder anderen religiösen Organisationen) und der (säkularen) Regierung kann frei als religiöser *Cleavage* ausgelegt werden, der sich zwischen verschiedenen Religionsgruppen und/oder zwischen Personen entfaltet, die stärkere oder schwächere Anbindungen an religiöse Identitäten und/oder Organisationen aufweisen.

Das Fehlen einer industriellen Revolution im subsaharischen Afrika macht auch die Übertragung der verbleibenden beiden *Cleavages* problematisch. Dennoch scheint die Annahme eines Stadt-Land-Gegensatzes bzw. einer Konfliktlinie zwischen in der Landwirtschaft einerseits und in anderen „modernerem“ Sektoren andererseits tätigen Personen nicht unplausibel.

Ein *Cleavage* zwischen Arbeit und Kapital ist in wenig industrialisierten Gesellschaften wie dem subsaharischen Afrika, deren Volkswirtschaften von Primärprodukten aus Landwirtschaft oder Bergbau dominiert werden, kaum zu erwarten. Insofern scheint eine Anpassung an einen Gegensatz im Sinne der ökonomischen Klasse sinnvoll, der sich mittels klassischer Indikatoren wie Bildungsstatus und ökonomischer Zufriedenheit messen lässt.

Stärker politisch akzentuierte Konfliktlinien ergeben sich aus länderspezifischen historischen und politischen Gegensätzen. In postautoritären Gesellschaften lebt der Gegensatz zwischen Parteigängern der Diktatur und Demokratiebefürwortern bisweilen als „Posttransitionskonflikt“ fort (Bendel/Grotz 2001). Dies könnte seit den Umbrüchen zu Beginn der 1990er Jahre daher eine weitere Konfliktlinie in den gewählten frankophonen Fällen darstellen.

Darüber hinaus erscheint es angebracht, einen Gender-*Cleavage* und Generationen-*Cleavage* mit aufzunehmen, die sich ja auch in der Parteienforschung in Westeuropa und Nordamerika (und anderswo) als zumindest partiell erklärungskräftig erwiesen haben.

Tabelle 1: Geprüftes Konfliktlinienmodell

Konfliktlinie	Variablen
Ethnizität	Ethnische Gruppe Starke ethnische Identität
Religion	Religionsgruppe Starke religiöse Identität
Stadt-Land	Wohnort Lebensraum Tätigkeit in der Landwirtschaft vs. andere
Ökonomische Klasse/ Sozialstatus	Formaler Bildungsgrad Zufriedenheit mit eigener ökonomischer Situation Starke Klassenidentität
Demokratie/ Posttransitionskonflikt	Demokratieindex (bestehend aus 6 Fragen)*
Gender	Geschlecht Starke Geschlechtsidentität
Generation	Alter

* Der „Demokratieindex“ schließt sechs Fragen ein, bei denen Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden, wobei eine stets als demokratisch aufgefasst werden kann. Die Fragen betreffen a) Regierungsverantwortung vor dem Parlament, b) Pressefreiheit, c) Mehrparteiensystem vs. Einparteiensystem, d) Unabhängigkeit der Gerichte, e) Unabhängigkeit des Wahlrechts vom Bildungsniveau, f) allgemeine Demokratiepräferenz.

Mit einem solchen – zugegebenermaßen – pragmatisch angelegten Design zur Überprüfung von möglichen Konfliktlinien (vgl. Tabelle 1) ist teilweise die Grenze zu mikrosoziologischen Ansätzen wie der Columbia School bereits überschritten. Dies mag man als Mangel an theoretischer Eleganz auslegen. Inkompatibel sind diese Ansätze aber keineswegs. Der Ansatz der Columbia-School stellt den Zusammenhang zwischen Parteienidentifikation und sozialen Hintergrundvariablen her. Damit wird deutlich: Die Mikroperspektive dient der Überprüfung der Makroebene und der differenzierenden Gewichtung (Roth 2006: 23ff.).

3. SELBSTBERICHTETE FAKTOREN BEI DER WAHLABSICHT UND PARTEIENPRÄFERENZ

Welche Motive Wähler oder Befragte subjektiv selbst vorgeben, muss nicht mit den tatsächlichen, „objektiven“ Determinanten der Wahlentscheidung oder Parteienpräferenz identisch sein. Intervieweffekte und Selbsttäuschung sind Hauptgründe, weshalb die objektive Ebene, d.h. die Korrelierung von unabhängig erhobenen sozioökonomischen Hintergrundvariablen (und nicht direkt die Wahlentscheidung betreffenden Einstellungen) einerseits sowie Angaben zur Wahlentscheidung und Parteienpräferenz andererseits dem subjektiven direkten Selbstbericht vorgezogen werden. Dennoch scheint in einem ersten Schritt interessant, welche Gründe die Befragten selbst für ihre Wahlabsicht oder Parteienpräferenz angeben.⁴

Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, geben die Befragten in allen vier Ländern an, dass sie vor allem aufgrund der Zufriedenheit mit Politik und Programm der bevorzugten Partei diese wählen. Auf einer Skala von 1-4 wird für alle Befragten im Durchschnitt ein Wert von mehr als 3 erzielt. Im engeren Sinne ökonomische bzw. rationale Gründe wie die Erwartung von Vorteilen nach dem Wahlsieg der betreffenden Partei oder der direkte Erhalt von Geschenken im Wahlkampf – letzteres eine vielfach durch Beobachter genannte Praxis – erzielen Durchschnittswerte von 2,5 bzw. 2,23. Als eindeutig „weniger wichtig“, und dies entspricht ziemlich exakt dem Durchschnittswert von ca. 2,1 werden die ethnische Affilierung der Partei bzw. von deren Führern angesehen. Nur der Einfluss durch traditionelle Führer, Familie und Freunde sowie der Angst vor der dominanten Partei wird als noch weniger wichtig bewertet; letzteres mag sich freilich auch dadurch erklären, dass es nur in Burkina Faso eine eindeutig dominante Partei gibt. Aber auch hier werden Einschüchterungen an letzter Stelle eingeordnet. Insgesamt sind die Ergebnisse über die Fälle hinweg relativ homogen wie die geringen Spannbreiten ausweisen (s. Tab. 2). Nur Benin weicht etwas stärker ab, dann aber meist nach unten.

Tabelle 2: Durchschnittliche berichtete Bedeutung von Faktoren für Wahlentscheidung

	Benin	Burkina Faso	Mali	Niger	Mittelwert	Spannbreite
Zufriedenheit mit Politik der Partei	2,8	3,2	3,1	3,2	3,1	2,8-3,2
Programm der Partei	3,0	3,2	3,0	2,9	3,0	2,9-3,0
Erwartung von Vorteilen bei Wahlsieg der Partei	2,5	2,6	2,3	2,6	2,5	2,3-2,6
Erhalt von Geschenken und Geld	1,8	2,3	2,4	2,4	2,2	1,8-2,4
Selbe ethnische Gruppe wie ein Parteiführer	2,1	2,2	2,1	2,2	2,2	2,1-2,2
Ethnische Affiliierung der Partei	2,1	2,1	2,0	2,3	2,1	2,0-2,3
Empfehlung traditioneller Führer	1,8	2,3	2,2	2,2	2,1	1,8-2,3
Empfehlung von Freunden und Familie	1,7	2,0	2,2	2,6	2,1	1,7-2,6
Angst vor der dominanten Partei	1,2	1,8	1,8	1,5	1,6	1,2-1,8
N	1022	1003	1026	1008		-

Anmerkung: Skala von 1-4 (1 = überhaupt nicht wichtig; 2 = eher unwichtig; 3 = eher wichtig; 4 = sehr wichtig). Die Kennziffern geben den durchschnittlichen Wert aller Antworten wieder (ohne „weiß nicht“ und „keine Antwort“, die aber immer deutlich unter 10% der Befragten blieben). Fragestellung: „Man kann sich verschiedene Gründe vorstellen, weshalb die Leute eine bestimmte Partei wählen. Wenn man die folgenden Gründe betrachtet, glauben Sie, dass sie sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder überhaupt nicht wichtig für die Wahlentscheidung der meisten Leute sind?“
Quelle: GIGA-Umfragen

Am bemerkenswertesten dürfte sein, dass nach der Selbsteinschätzung eine überraschende „rationale Aufgeklärtheit“ in der Wahlentscheidung dominiert und dass Ethnizität eine weitaus geringere Rolle zugesprochen wird als in der Literatur gemeinhin angenommen. Die geringere Prominenz des ethnischen Wahlverhaltens wird auch durch eine Kontrollfrage bestätigt. Den Befragten wurden zwei Antwortvorgaben bezüglich der Wahl eines Kandidaten vorgelegt. Sie sollten entscheiden, ob sie einen Kandidaten nur wählen würden, wenn er derselben ethnischen Gruppe angehört, oder ob die Parteienpräferenz unabhängig von der ethnischen Identität überwiegt. Die Ergebnisse weisen aus (s. Tab. 3), dass in der Regel mehr als drei Viertel (nur in Mali sind es 74%) unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit ihre Wahlentscheidung treffen. Stets deutlich weniger als 20% räumen eine ethnisch teildeterminierte Präferenz ein. Dieses Resultat sollte nun nicht überbewertet werden: Auf Intervieweffekte wurde eingangs diesen Abschnitts bereits hingewiesen. In der Tat herrschen in den meisten Ländern ausgeprägt antitribalistische Diskurse vor – davon konnten sich die Autoren während der Feldforschungsphasen deutlich überzeugen. Tribalismus im Allgemeinen und ethnisch determiniertes Wahlverhalten ist in den Untersuchungsländern sozial unerwünscht. Vor diesem Hintergrund könnte man den Prozentsatz derjenigen, die ihre ethnisch orientierte Wahlabsicht einräumen möglicherweise sogar als hoch bezeichnen.

Tabelle 3: Bereitschaft Angehörige anderer Ethnie zu wählen

	Benin	Burkina Faso	Mali	Niger
Parteienpräferenz entscheidend	79,1%	76,3%	74,0%	78,9%
Ethnische Gruppe entscheidend	17,1%	14,6 %	17,4%	19,8 %

Antwortalternativen: „(a) Ich wähle nur den Kandidaten einer politischen Partei, der ich nahe stehe, wenn er meiner eigenen ethnischen Gruppe angehört. (b) Ich wähle den Kandidaten einer politischen Partei, der ich nahe stehe, auch wenn er einer anderen ethnischen Gruppe angehört.“
Quelle: GIGA-Umfragen

In jedem Fall kann man davon sprechen, dass Ethnizität zumindest partiell eine Rolle für das Wahlverhalten spielt. Wie stark dieser Zusammenhang insgesamt ist und wie sich dies zu den anderen Konfliktlinien verhält, die oben entwickelt wurden, muss freilich die Analyse des „ob-

jektiven Einflusses“ der sozioökonomischen Hintergrundvariablen (bzw. einiger relevanter Einstellungen) auf die Parteienpräferenz bzw. Wahlabsicht zeigen.

4. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN UND PARTEIENPRÄFERENZ

Obwohl, wie bereits dargelegt, das klassische *Cleavage*-Modell für westliche Demokratien entwickelt wurde, ist es im afrikanischen Kontext zumindest im heuristischen Sinne nützlich. Erdmann und Weiland (2001) haben drei der vier Konfliktlinien als mindestens nachrangig qualifiziert und in der ethnischen Konfliktlinie den zentralen Erklärungsansatz für die Entstehung von Parteien angesehen. Mit den Individualdaten der GIGA-Umfragen aus vier ausgewählten Ländern besteht nun erstmals die Möglichkeit, die Nützlichkeit des Konfliktlinienmodells empirisch zu überprüfen – auch wenn sich die Aussagen notwendigerweise auf die Untersuchungsfälle beschränken.

Die zu prüfenden Konfliktlinien wurden in Tabelle 1 zusammengefasst. Jeder Konfliktlinie werden in der Regel jeweils zwei oder drei unabhängige Variablen zugeordnet. Ausnahmen sind der Posttransitionskonflikt zwischen Befürwortern eines liberaldemokratischen Systems und Anhängern eines autoritären Regimes und der Generationen-*Cleavage*. Letzterer wird schlicht über Altersgruppen operationalisiert, während die Einstellung zur Demokratie mit einem Fragenset in Indexform gemessen wird (vgl. Tab. 1). Als zu erklärende Variable wurde die Antwort auf die Wahlabsicht verwendet, also die sogenannte Sonntagsfrage.⁵

In dem hier präsentierten ersten Schritt einer umfassenderen Analyse zum frankophonen Afrika kommt mit einem Chi-Quadrat-Signifikanztest die aussagekräftigste Methode der Kreuztabellenanalyse zum Einsatz. Für die vier Untersuchungsländer Benin, Burkina Faso, Mali und Niger wurde der Einfluss der genannten unabhängigen Variablen auf die Wahlabsicht gegenüber denjenigen 14 Parteien untersucht, die bei der Sonntagsfrage mehr als fünf Prozent der Nennungen auf sich vereinen konnten. Es stellt sich mithin die Frage: Gibt es überzufällige, d.h. signifikante Übereinstimmungen der Wahlabsicht mit bestimmten Merkmalen der herangezogenen Konfliktlinien? Denkbar sind drei Ebenen einer überzufälligen Häufung. Zum einen könnten einzelne Parteien in die Konfliktlinienmuster passen, was eher für Ausnahmen oder die Vertretung von radikalen Sonderinteressen einer Untergruppe der geprüften Merkmalsgruppen

sprechen könnte. Zweitens könnten nicht alle, sondern nur bestimmte Parteiensysteme mit dem *Cleavage*-Modell erklärbar sein, während andere nationale Kontexte zu anderen Ergebnissen führen. Im dritten und letzten Fall wäre die Erklärungskraft des Konfliktlinienmodells am höchsten: Bestimmte *Cleavages* könnten durchgängig in der gesamten Area signifikante Häufungen aufweisen.

Tabelle 4: Signifikanzen der geprüften Variablen

Konfliktlinie	Variable	Benin	Burkina	Mali	Niger
Ethnizität	Ethnische Gruppen Ethnische Identität	**	*	**	**
Religion	Religion	**		**	nicht sinnvoll
	Religiöse Identität	**		**	
Stadt-Land	Wohnort Lebensraum Bauern	** ** *	** ** **	** ** **	** * *
Sozialstatus	Bildung Ökon. Zufriedenheit Klassen-Identität	**	** **	** *	**
Posttransition	Demokratieindex		*	*	
Gender	Geschlecht Gender-Identität			**	
Generation	Alter (5 Gruppen) Alter (3 Gruppen) Alter (3 Gruppen)	** * *		* *	

Signifikanzen: * auf dem Niveau 0,05; ** auf dem Niveau 0,01; leere Felder weisen auf Nichtsignifikanz hin.

Anmerkungen: Die in allen Ländern signifikanten *Cleavage*-Variablen sind fett gesetzt. Ethnische Gruppen wurden einzeln berücksichtigt, wenn sie mindestens 5% der Befragten ausmachten; in Niger sind 99,7% der Befragten Muslime, weshalb die Prüfung dieser Variable unterblieb; für den Religions*cleavage* wurde lediglich der Unterschied zwischen Befragten gemessen, die eine religiöse Identität vorgaben oder nicht.

Quelle: eigene Darstellung, GIGA-Umfragen

Selbst bei Identifizierung signifikanter Zusammenhänge muss freilich in Rechnung gestellt werden, dass es sich um statistische Überzufälligkeiten handelt und keinesfalls um den Nachweis bestimmter gerichteter, kausaler Zusammenhänge. Es bedarf also jeweils einer qualitativen Interpretation der deskriptiven Statistik.

Einen ersten Überblick über die statistischen Ergebnisse zeigt Tabelle 4, in der die signifikanten Variablen der Chi-Quadrat-Statistik aufgeführt sind. Obwohl theoretisch nur die kulturelle Konfliktlinie als vielversprechend betrachtet wurde (Erdmann/Weiland 2001), weisen Variablen für gleich drei *Cleavages* für alle Länder signifikante Ergebnisse auf. Auf den ersten Blick wenig überraschend gibt es durchgängig überzufällige Häufungen im Bereich der Ethnizität, zusätzlich aber auch hinsichtlich des Sozialstatus und der Stadt-Land-Differenz.

4.1 Die ethnische Konfliktlinie

In Übereinstimmung mit den Aussagen von Erdmann und Weiland ist die Wahrscheinlichkeit in allen Ländern signifikant größer, einer bestimmten Partei zuzuneigen, wenn man einer bestimmten ethnischen Gruppe angehört. Doch in welchem Maße äußern sich diese Überzufälligkeiten konkret? Sind es exklusive Beziehungen, die auf rein ethnische Parteien hinweisen oder gibt es ethnische Koalitionen, die besonders bestimmte Parteien stützen und damit auf die Existenz so genannter ethnischer Kongressparteien hinweisen (vgl. Erdmann 2004; Erdmann/Basedau 2007)? Benin scheint den kulturellen Konflikt am deutlichsten zu bestätigen. Die Zuschreibung der Wählergunst zu bestimmten ethno-regionalen Gruppen ist dort ein altbekanntes Phänomen. Bereits direkt nach der Unabhängigkeit entwickelte sich eine regionale Mehrheit des Landes in parteipolitische Einflussgebiete (Staniland 1973), die geographisch – freilich bei personellen Verschiebungen – bis heute erhalten geblieben ist (Creevey/Ngomo/Vengroff 2005). Nachweisbar ist die deutlich höhere Neigung von Angehörigen ethnischer Gruppen des atlantischen Südens drei größere Parteien zu wählen, die als Parteien eben dieser Region gelten und von Personen aus den entsprechenden Stammgebieten geführt werden. Unterdessen findet man unter den Bevölkerungsgruppen im Norden des weit ausgedehnten Landes kaum Anhänger der „südlichen“ Parteien. Hier entscheidet man sich überdurchschnittlich für andere Parteien. Dies trifft jedoch nicht auf die Anhänger der Kauri-Allianz zu. Die Kaurimuschel ist das Symbol des neuen Staatspräsidenten Boni Yayi, der inzwischen einen

Verbund diverser Kleinstparteien unter der Abkürzung FCBE hinter sich geschart hat. Die mutmaßlichen Wähler dieser „Quasi-Partei“, die zum Zeitpunkt der Umfrage noch nicht existierte, verbergen sich mit hoher Wahrscheinlichkeit hinter denjenigen, die als Wahlabsicht die Kauri-Allianz angegeben haben. Die Kauris bringen es sogar in ethnischen Gruppen zu durchschnittlicher Wahlabsicht, die bislang zu ethnischen Parteihochburgen zählten. Eine Exklusivität der Beziehungen ist mithin nicht (mehr) zu erkennen.

Auch in den anderen drei Ländern sind die Häufungen signifikant. Dies ist wenigstens zum Teil überraschend, da man – so zeigt die qualitative Forschung – vor allem in Burkina Faso oder auch Mali sehr stolz darauf ist, dass ethnische Zugehörigkeit keine Rolle beim Wahlverhalten spiele. So geben in Burkina Faso beispielsweise 16,7% der Bobo an, UNIR/MS wählen zu wollen, während dies nur 7,7% der Gesamtbevölkerung tun. In Mali sind es 36,0% der Songai, die RPM angeben. Insgesamt wollen jedoch nur 19,3% diese Partei wählen. In Niger neigen die Songai hingegen nur zu 4,1% zur CDS, während die Partei auf gesamtstaatlicher Ebene 15,7% erreicht. Offenbar präferieren Songai vor allem die ANDP: Bei diesen erreicht sie mehr als 26%, während das Gesamtergebnis magere 7,8% ausweist. Allerdings handelt es sich in aller Regel nur um größere oder kleinere Anteile, exklusive Beziehungen – und damit starke ethno-politische Zusammenhänge – sind nur in seltenen Ausnahmefällen zu beobachten.

Zu diesen Ausnahmen ist beispielsweise die nigrische UDPS zu zählen. Sie gilt als Partei der Tuareg und wird tatsächlich fast ausschließlich von Angehörigen dieser Gruppe bei der Sonntagsfrage genannt.⁶ Ihre Bedeutung ist freilich gering.

Wahrscheinlich wichtiger ist die Erkenntnis, dass die jeweils größte Partei in allen Ländern von allen relevanten ethnischen Gruppen beträchtliche Stimmenanteile erhält und in den allermeisten Fällen auch stärkste Kraft durch alle Gruppen hindurch ist (vgl. Tab. 5). Mit anderen Worten: Ethnizität spielt in allen Ländern eine Rolle, aber die Parteiensysteme werden von dieser Variable keineswegs hauptsächlich bestimmt.⁷

Tabelle 5: Wahlabsicht der ethnischen Gruppen für die landesweit stärkste Partei

Nationaler Durchschnitt	Ist stärkste Kraft bei...	Erzielt nachgeordnete Ergebnisse bei...
FCBE*, 23,6% (Benin)	Bariba, 52,6% Dendi/Ditamari, 34,0% Yorouba, 26,9%	Adja, 23,1% (2. Platz) Fon, 19,4% (3. Platz)
CDP, 78,3% (Burkina Faso)	Bobo, 66,7 % Gourmantché, 88,6 % Mossi, 79,1% Peul, 63,6% Samo, 83,3%	
ADEMA, 44,8% (Mali)	Bambara, 42,0% Senufo, 43,1% Dogon, 51,2% Soninké, 51,7% Peul, 35,2% Tuareg, 87,5%	Songai, 34,0% (2. Platz)
MNSD, 42,5% (Niger)	Hausa, 34,8% Kanuri, 59,7% Peul, 65,6% Songai-Djerma, 51,5%	Tuareg, 35,1% (2. Platz)

* eigentlich Alliance Cauris

Anmerkung: Es wurden nur ethnische Gruppen aufgenommen, die mehr als 5% der Befragten ausmachten.

Quelle: eigene Darstellung, GIGA-Umfragen August-Dezember 2006

4.2 Die urban-rurale Konfliktlinie

Eingangs wurde erläutert, dass der klassische Interessenskonflikt zwischen etablierten ruralen Landbesitzern und einer urbanen Unternehmungskategorie in Afrika wenig relevant erscheint. Die Industrialisierung blieb marginal, ein Konflikt zwischen Gewerbetreibenden des primären und des sekundären Wirtschaftssektors ist nicht entstanden. Dennoch ist auch in

Afrika die Möglichkeit eines Gegensatzes zwischen ländlichen Subsistenzbauern und „modernerer“ Wirtschaftssektoren, die sich auf die wenigen Städte konzentrieren, durchaus plausibel. Die Bauern sind zwar keineswegs in ihrer Existenz erschüttert oder quantitativ marginalisiert. Das Gegenteil ist der Fall. Die große Mehrheit der Bevölkerung im frankophonen Afrika – zumeist um die 80% – leben in ländlichen Gebieten und sind von Subsistenzwirtschaft abhängig. Jedoch werden deren Interessen in der Hauptstadt von administrativen Eliten möglicherweise nicht hinreichend wahrgenommen, die Entwicklung nicht selten mit Modernisierung gleichsetzen. Diese Modernisierung kann auf die Lebensformen der bäuerlichen Bevölkerung bedrohlich wirken und könnte nach klassischen Vorstellungen im politischen Wettbewerb leicht zur Gründung einer konservativen Bauernpartei führen.

Tatsächlich ergibt die Analyse der Umfrage hinsichtlich des Stadt-Land-Unterschieds starke Signifikanzen. Geprüft wurde dieser *Cleavage* anhand von drei Variablen: Zunächst wurde geprüft, wie sich die Wahlabsicht verteilt, wenn man die Befragten nach urbanen und ruralen Gebieten im Sinne der administrativen Einheiten der Umfrage trennt.⁸ Zweitens wurde die Eigenangabe der Befragten untersucht. Gefragt wurde, ob die Person mehr Zeit ihres Lebens im ländlichen oder im städtischen Raum verbracht hat. Drittens wurde in stärkerer Anlehnung an den klassischen *Cleavage* geprüft, ob Bauern – also in aller Regel ländliche Selbstversorger – andere Wahlabsichten hegen als andere Berufsgruppen.

In allen vier Ländern ergab sich hinsichtlich aller drei Variablen ein gleichgerichtet signifikantes Bild. Eine Bauernpartei mit einer rein bäuerlichen Wählerschaft existiert jedoch in keinem der Länder. Die exklusive Vertretung ländlicher Interessen, wie man sie in der französischen Partei CPNT⁹ finden mag, hat sich trotz des großen Wählerpotenzials nirgends etabliert. Wenn dieses einfache Konfliktmodell nicht greift, müssen die Gründe für die überzufälligen Häufungen an anderer Stelle gesucht werden. Welche Parteien profitieren von welchen lebensräumlichen Bedingungen?

Tabelle 6 zeigt in vereinfachter Form, welche Parteien überdurchschnittlich im ländlichen Raum und von Landwirten Zuspruch erfahren und welche Parteien überdurchschnittlich im städtischen Umfeld gewählt werden. In einigen Fällen weichen die Anteile der Wahlabsicht jedoch kaum ab; eine Besonderheit, auf die später noch eingegangen wird. Doch zunächst zu den Fällen, die relativ eindeutig einem städtischen oder ländlichen Stärke-

pol zuneigen. Analog zu den ethnischen Gruppen gibt es in keinem Land *die* Partei der Städte oder *die* Partei des ländlichen Raums. Alle Parteien werden in beiden Umgebungen gewählt. Es handelt sich lediglich um höhere – oder niedrigere – Anteile der Wählergunst.

Tabelle 6: Parteien mit signifikant höheren Ergebnissen im urbanen oder ruralen Raum

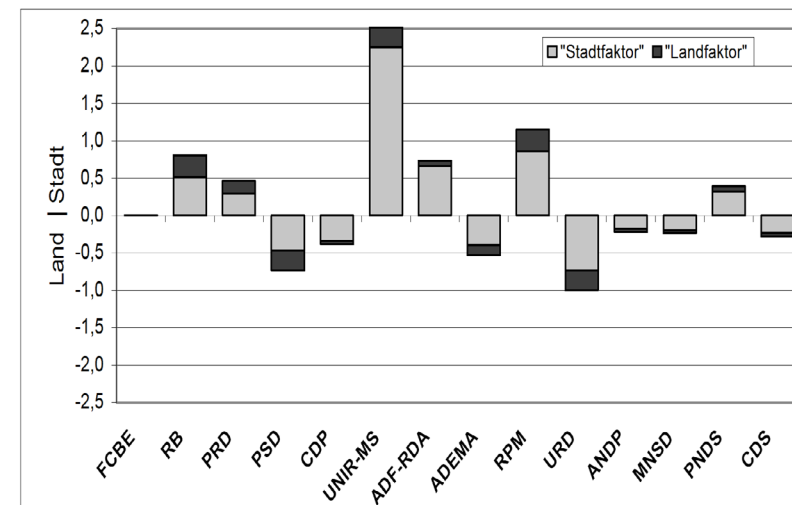
	überdurchschnittliche Ergebnisse im ländlich/bäuerlichen Raum	überdurchschnittliche Ergebnisse im städtisch/nicht-bäuerlichen Raum	weitgehend gleichverteilt
Benin	PSD	RB, PRD	FCBE*
Burkina Faso	CDP	UNIR/MS, ADF/RDA	
Mali	ADEMA, URD	RPM	
Niger	MNSD, CDS	PND5**	(ANDP)

* eigentlich Alliance Cauris, ** Besonderheit: auch leicht überdurchschnittlich von Bauern gewählt

Quelle: eigene Darstellung

Offenbar schneiden in Städten jene Parteien besser ab, die zumindest tendenziell der Opposition angehören. Im ländlichen Raum scheint man hingegen stärker dazu zu neigen, die Regierungen zu unterstützen. Am deutlichsten wird dies in Burkina Faso. Eine der führenden Oppositionskräfte, die UNIR/MS, erhält in den Städten einen Zuspruch, der sich auf mehr als das Dreifache des durchschnittlichen Wahlabsichtsanteils beläuft. In den anderen Ländern ist dies weniger deutlich (siehe Abbildung 1). In der Graphik sind die relativen Abweichungen von der durchschnittlichen Wahlabsicht kumuliert dargestellt. Balken, die nach oben weisen, geben eine größere Stärke in urbanen Räumen wider. Nach unten gerichtete Balken zeigen eine überdurchschnittliche Stärke auf dem Land.¹⁰

Abbildung 1: Stärkepole der Parteien in den Städten oder auf dem Land



Anmerkung: Der Achsenwert gibt an, um welchen Faktor des nationalen Ergebnisses die Ergebnisse im urbanen bzw. ruralen Gebiet größer bzw. niedriger sind. Der Landfaktor erhält dabei ein negatives Vorzeichen, der Stadtfaktor ein positives, so dass sich beispielsweise unterdurchschnittliche (negative) Differenzen bei der ländlichen Häufung in der Graphik als positive Werte auf die positiven Abweichungen in den Städten aufsummieren. Die Parteien sind nach Ländern und diese alphabetisch sortiert.

Quelle: eigene Darstellung, GIGA-Umfragen August-Dezember 2006

Der generelle Trend muss bei näherer Betrachtung der einzelnen Länder relativiert werden. Möglich ist, dass zumindest der Wohnort mit der Variable Ethnizität überlappt. Bestimmte Ethnien sind in ihrem Siedlungsgebiet konzentriert. Solche Überlappungen gibt es in Benin, die sich auch auf die Variable städtischer oder ländlicher Lebensraum erstrecken. Die Hochburgen von RB und PRD umfassen die großen Städte des Südens, in denen maßgeblich die ethnische Gruppe der Fon lebt (und befragt wurde). Die RB ist im Wirtschaftszentrum und Regierungssitz Cotonou sehr stark, während die PRD in der Hauptstadt Porto-Novo dominiert. Über diese beiden Städte hinaus ist die Zahl der urbanen Gebiete gering. Die PSD ist hingegen überdurchschnittlich im ruralen Bereich erfolgreich, was mit ihrer Hochburg im Siedlungsgebiet der Adja im ländlichen Südwesten Benins erklärt werden kann.

Im beninischen Fall scheint es also eher zufällig so zu sein, dass bestimmte Parteien eher in urbanen Räumen stärker sind. Wie bereits ausgeführt, ist es auch in den anderen Ländern wenig wahrscheinlich, dass es sich tatsächlich bei den Regierungsparteien um explizite Verteidiger ländlicher Interessen handeln (und umgekehrt). Viel wahrscheinlicher ist, dass die besser informierte urbane Bevölkerung regierungskritischer als die möglicherweise einseitig informierten Landbevölkerung ist, ohne dass von einem ausgeprägten gesellschaftlichen Konflikt gesprochen werden kann. Dies gilt insbesondere für Burkina Faso.

4.3 Die ökonomische Konfliktlinie

Die weitgehend ausgebliebene Industrialisierung in Afrika ist auch dafür verantwortlich, dass ein Gegensatz zwischen Arbeit und Kapital für Afrika nur sehr eingeschränkt plausibel ist. Dennoch ist ein potentieller Interessengegensatz von reich gegen arm alles andere als abwegig. Die Untersuchungsländer haben einen Gini-Index von 36,5 (Benin) bis 50,5 (Mali und Niger), sind also fern ab von ökonomischer Gleichheit (UNDP 2006: 338). Solche Unterschiede im ökonomischen Status lassen sich durch zwei Näherungsvariablen erfassen. Dabei wurde davon ausgegangen, dass bessergestellte Personen sowohl eine höhere formale Bildung aufweisen als auch mit ihrer ökonomischen Situation zufriedener sind.

Tabelle 7: Parteien mit signifikant höheren Ergebnissen bei Zufriedenheitsgruppen

	überdurchschnittliche Ergebnisse bei den sehr Unzufriedenen	überdurchschnittliche Ergebnisse bei den sehr Zufriedenen
Benin	RB	PSD, andere Parteien
Burkina Faso	UNIR/MS	CDP
Mali	andere Parteien	URD
Niger	ANDP	MNSD, CDS

Anmerkung: Die fehlenden Parteien weisen keine überdurchschnittlichen Werte bei den sehr (Un-)Zufriedenen auf. Sie haben teilweise Stärken bei durchschnittlich Zufriedenen oder unterdurchschnittliche Ergebnisse in anderen Kategorien oder sind gleichverteilt. Die Analyse dieser Fälle fließt in Tab. 8 ein.

Quelle: eigene Darstellung, GIGA-Umfragen

Durchgängig überzufällig sind die Ergebnisse hinsichtlich der ökonomischen Zufriedenheit. Die Verbindung von Bildungsstand und Wahlabsicht ergibt nur in Burkina Faso und Mali signifikante Ergebnisse. Zunächst soll deshalb der allgemeine Trend näher betrachtet werden. Zum einen sind in Tabelle 7 die Parteien genannt, die unter den ökonomisch besonders Unzufriedenen bzw. besonders Zufriedenen überdurchschnittlich stark abschneiden. Zum anderen zeigt Tabelle 8 auf einer Skala von 1-4, wie zufrieden die mutmaßlichen Wähler der einzelnen Parteien im Durchschnitt sind. Erneut sind es tendenziell die regierungsnahen Parteien, bei denen ökonomische Zufriedenheit und Wahlabsicht der Befragten häufiger zusammenfallen. So ist die Partei mit den stärksten Zufriedenheitswerten, die malische URD, auch Regierungspartei und gilt nach den Erkenntnissen der qualitativen Feldforschung als „Partei der Reichen“.

Allerdings sind größere nationale Unterschiede zu beobachten. So sind die Beniner insgesamt deutlich unzufriedener mit ihrer wirtschaftlichen Situation als die Befragten in den anderen Ländern. Dennoch finden sich die beiden Parteien, die am deutlichsten im Oppositionslager verortet werden können (RB in Benin und UNIR/MS in Burkina) auch am unteren Ende der Zufriedenheitsskala. Es ist deutlich wahrscheinlicher, dass ein sehr unzufriedener Burkiner UNIR/MS oder ein sehr unzufriedener Beniner RB wählt als es bei anderen Zufriedenheitsgruppen der Fall ist.

Ob dies allerdings auch im Sinne einer Konfliktlinie „Arm gegen Reich“ in den Parteiensystemen interpretiert werden kann, bleibt fraglich. Dagegen spricht nicht nur der wie bei den anderen Variablen relativ schwache Wahrscheinlichkeitszusammenhang, sondern auch die Möglichkeit einer alternativen Erklärung.

Tabelle 8: Ökonomische Zufriedenheit nach Parteienpräferenz

Partei	Land	Zufriedenheit	Abweichung vom nationalen Mittelwert	Opposition?
RB	Benin	1,86	-0,19	Ja
UNIR-MS	Burkina	1,92	-0,65	Ja
FCBE	Benin	1,99	-0,05	Ja*
PRD	Benin	2,03	-0,02	Ja
ANDP	Mali	2,09	-0,34	Nein
PSD	Benin	2,27	0,22	Nein
RPM	Mali	2,39	-0,01	(Ja)
ADF-RDA	Burkina	2,43	-0,14	(Ja)
MNSD	Niger	2,46	0,03	Nein
PNDS	Niger	2,48	0,06	Ja
ADEMA	Mali	2,50	0,10	Nein
CDS	Niger	2,52	0,10	Nein
CDP	Burkina	2,66	0,09	Nein
URD	Mali	2,71	0,31	Nein

* Zum Umfragezeitpunkt als kommende parlamentarische Alternative zu den etablierten Kräften angesehen, hat die FCBE erst vor Kurzem (30.03.2007) die relative parlamentarische Mehrheit errungen.

Anmerkung: Die Parteien sind aufsteigend gemäß der Zufriedenheit ihrer potentiellen Wähler sortiert.

Quelle: eigene Darstellung, GIGA-Umfragen

Die Frage nach der ökonomischen Zufriedenheit kann ebenso gut als Grundlage einer rationalen Wahlhandlung der Befragten gedeutet werden, also einem *Rational Choice*-Ansatz folgen, der grob zusammengefasst besagt, dass sich ein Wähler für die Partei entscheidet, von der er sich persönlich die meisten Vorteile verspricht. Dieser Gedanke korrespondiert im Übrigen mit den Angaben der Befragten selbst, die u.a. „Zufriedenheit mit der Politik der Partei“, „Programm der Partei“ und „Erwartung von Vorteilen bei einem Wahlsieg der Partei“ als die wichtigsten Motive nannten. Alle drei Angaben können im Sinne der unmittelbaren Nutzenmaximierung interpretiert werden. Wir wissen aus den qualitativen Untersuchungen, dass auch das Interesse am Parteiprogramm sich in der Wahrnehmung der Bevölkerung zumeist auf unmittel-

bare Verbesserungen der lokalen Lebensbedingungen richtet und nicht die Reflexion einer abstrakten, strukturierten und schriftlich verfassten Programmatik widerspiegelt.¹¹

Wendet man diese Überlegungen auf die Beobachtungen hinsichtlich der Wahlabsicht von ökonomisch unzufriedenen Befragten an, lässt sich die Überzufälligkeit der Häufung bei Oppositionsparteien durchaus erklären. Wahlberechtigte, die sich eine Veränderung ihrer wirtschaftlichen Situation wünschen, sind mit höherer Wahrscheinlichkeit unzufrieden mit der Arbeit langjähriger Regierungen. Dort, wo es eine sichtbare Opposition gibt, neigen diese Wähler eher dazu, der alternativen Kraft die Stimme zu geben. Dieser Ansatz kann möglicherweise auch erklären, warum die Ausprägungen in Mali und Niger nicht so markant sind. Die Politik des nationalen Konsenses in Mali hat politische Opposition praktisch unsichtbar gemacht. Es gab Oppositionsparteien lange nur im Ansatz – erst vor der Präsidentschaftswahl formierte sich die RPM stärker in diese Richtung – und damit keine echten Alternativen zur Regierungspolitik (Robert/Heuer 2007). Auch wenn im Niger mit der PNDS seit spätestens 1999 eine klare Oppositionspartei besteht, haben sich die Parteien (und das Militär) in den vergangenen anderthalb Jahrzehnten in verschiedenen Koalitionen an der Regierung abgewechselt, so dass auch hier eine klare Zuschreibung wirtschaftspolitischer Trägheit oder Misserfolge nicht so leicht erfolgen kann.

4.4 Posttransitioskonflikt und nationale Besonderheiten

Strukturell angelegt scheint noch eher ein politischer Posttransitioskonflikt (Bendel/Grotz 2001). Versteht man unter Transition den eng definierten Übergang von Einparteieregimen zu einem erhöhten Ansprüchen genügenden Wahlregime¹², haben jedoch alle Untersuchungsländer diese Hürde genommen und befinden sich in einer Posttransitionsphase, die freilich nicht mit einer konsolidierten Demokratie zu verwechseln ist. In dieser Phase können strukturelle Konflikte zwischen den Anhängern des Ancien Regime und den neuen liberaldemokratisch ausgerichteten Kräften entstehen. Sortiert man die Variablen ein wenig um, fallen zwei Signifikanzen in zwei Ländern gleichgerichtet zusammen, die auf eine Differenz zwischen progressiv-demokratischen und eher regimekonservativen Kräften hinweisen könnten. Es handelt sich um die Variablen Bildungsstand und Demokratieneigung. Beide sind jeweils in Burkina Faso und Mali signifikant. In beiden Ländern gibt es (CDP, Burkina Faso) oder

gab es (ADEMA, Mali) dominante Parteien. Besser gebildete Schichten, die dem Leitbild einer liberaldemokratischen Ordnung folgen, könnten diese Dominanz als riskant wahrnehmen und deshalb überdurchschnittlich zu anderen Parteien neigen. Gegen diese These spricht jedoch Mali, wo undemokratische Ansichten besonders bei Anhängern anderer Parteien verbreitet sind; die ADEMA schneidet durchgängig durchschnittlich ab. Gegen diese Annahme spricht auch der Niger, wo die ehemalige Einheitspartei MNSD keine signifikant überdurchschnittlichen Werte bei den weniger demokratisch eingestellten oder weniger gebildeten Schichten erhält. Eine intensivere Prüfung ist mithin ein Auftrag für die weitere Forschung.

Die anderen angezeigten Signifikanzen erscheinen bei näherer Betrachtung inhaltlich zumindest fragwürdig. Die überdurchschnittlichen Ergebnisse bei der Religionszugehörigkeit lassen sich in Benin erneut auf die ethno-regionale Differenz zurückführen, da im Süden die Christen überwiegen, während im Norden hauptsächlich Muslime leben, ohne dass es zu religiösen Streitigkeiten in Politik oder Gesellschaft gekommen wäre. In Mali beruhen die Signifikanzen auf dem distinkten Wahlverhalten der kleinen christlichen Minderheit (19 Befragte), die überzufällig die URD bevorzugt; ansonsten schneiden alle Parteien bei der stark dominierenden muslimischen Mehrheit weitestgehend durchschnittlich ab. Die Signifikanzen im Generationenkonflikt präsentieren sich inhaltlich als so uneinheitlich, dass man nur sehr eingeschränkt Trends für bestimmte Länder und Parteien ausmachen könnte.

Jenseits der identifizierten Gemeinsamkeiten der Länder ist der Hinweis auf Unterschiede zwischen ihnen mindestens ebenso bedeutsam: Insbesondere Mali zeichnet sich dadurch aus, dass insgesamt zehn Variablen und sechs Konfliktlinien einen gewissen Einfluss zu haben scheinen. Dies entspricht dem Bild der Literatur (z.B. Baudais/Chauzal 2006) und den Ergebnissen der Feldforschung, wo keine vorherrschende Konfliktlinie benannt wird bzw. wurde. Möglicherweise sind die Determinanten der Wahlentscheidung in Mali komplexer als anderswo. In jedem Fall verdient jeder Einzelfall eine gründliche Betrachtung.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Prüfung von sieben möglichen Konfliktlinien – entwickelt aus dem klassischen Konfliktlinienmodell und Erkenntnissen jüngerer Parteienfor-

schung – hat überraschend viele, statistisch überzufällige Ergebnisse geliefert. Auf der Grundlage neuer Individual- bzw. Umfragedaten aus vier Ländern des frankophonen Afrikas konnten insbesondere die ethnische, die urban-rurale und die ökonomische Konfliktlinie als für alle Länder relevant identifiziert werden.

In qualitativer Hinsicht reduziert sich die Erklärungskraft des Konfliktlinienansatzes aber deutlich. Allgemein ist einzuschränken, dass das Konfliktlinienmodell nicht nur die Entstehung von Parteiensystemen, sondern auch deren Fortbestand zu erklären versucht. In strenger Auslegung dürften sich die untersuchten Parteiensysteme kaum verändert haben, denn ethnische und ökonomische Verhältnisse haben sich kaum gewandelt. Dennoch kam und kommt es in den frankophonen Parteiensystemen zu erheblichen Veränderungen. Diese durch die urban-rurale Konfliktlinie zu erklären, scheint nur eingeschränkt sinnvoll. Zwar konzentrieren sich die Oppositionsparteien aufgrund des höheren Bildungsstands oftmals auf die städtischen Zentren, während die Regierungsparteien besonders stark im ländlichen Bereich sind. Manifeste urban-rurale Interessengegensätze – etwa in Form einer Bauernpartei – gibt es jedoch nicht und die Zusammenhänge sind wie auch bei den anderen Variablen nicht sehr stark.

Tragfähig weiterzuhelfen scheint das Konfliktlinienmodell tatsächlich nur im kulturellen Bereich, also im Wahlverhalten unterschiedlicher Ethnien, auch wenn unklar bleibt, ob wir es eher mit regionalem oder ethnischem Wahlverhalten zu tun haben. Überdies soll nicht behauptet werden, dass alle Ethnien über „eigene“ Parteien verfügten, denn der Anteil der beeinflussten Wahlabsicht ist – abgesehen von einzelnen Parteien in Benin und in Ansätzen auch in Niger – wenig beeindruckend. Es gibt nur in absoluten Ausnahmefällen exklusive Verbindungen zwischen bestimmten Ethnien oder auch mehreren ethnischen Gruppen und bestimmten Parteien.

Zudem ist in qualitativer Hinsicht deutlich zu erkennen, dass sich auch hinter international ähnlich ausgeprägten Signifikanzen unterschiedliche nationale Kausalbeziehungen verbergen können. Der Erkenntnisstand bleibt also vorläufig. Im methodischen Bereich besteht insbesondere hinsichtlich statistischer Analyseverfahren die Möglichkeit und Notwendigkeit die Analysen zu vertiefen und zu erweitern. Dies umfasst insbesondere die Prüfung alternativer Indikatoren für die abhängige Variable und die zusätzliche Analyse weiterer unabhängiger Variablen inklusive theoretisch geeigneter Interaktionsterme sowie logistische Regressionsanalysen.

Letztere könnten v.a. klären, ob sich Signifikanzen auch bei multivariaten Analysen als robust erweisen. Doch selbst anspruchsvolle statistische Verfahren können erst im Zusammenspiel mit der qualitativen Kenntnis der Untersuchungsgegenstände – hier der Parteiensysteme im frankophonen Afrika – angemessen beurteilt werden.

Dennoch ist unwahrscheinlich, dass das Konfliktlinienmodell als alleiniges Erklärungsmodell dienen kann. Mikrosoziologische und *Rational Choice*-Ansätze des Wählerverhaltens sind ebenso zu berücksichtigen, wie institutionelle Ansätze, die insbesondere das Wahlsystem einschließen (vgl. Lipset 2000; Nohlen 2004). Nicht zuletzt sollte gerade die Bedeutung von Streitigkeiten auf Führungsebene in vielen Ländern für die Bildung einzelner Parteien und damit die Gestalt des Parteiensystems nicht unterschätzt werden. Insbesondere für die Entwicklung von vielversprechenden Ansätzen der Parteienförderung scheint eine Vertiefung der Erkenntnisse über afrikanische Parteien – nicht nur im frankophonen Afrika – unabdingbar.

- 1| Die Autoren danken Matthijs Bogaards und Siegmund Schmidt für wertvolle Anregungen.
- 2| Institut de recherche empirique en économie politique (IREEP, Benin), Centre pour la gouvernance démocratique (CGD, Burkina Faso), Groupe de recherche en économie appliquée et technique (GREAT, Mali) und Institut National de la Statistique (INS, Niger).
- 3| Wegen der teilweise abweichenden und uneinheitlichen Darstellung in der Sekundärliteratur (z.B. Roth 2006: 27) wird hier auf das Original verwiesen.
- 4| Die in den Meinungsumfragen diesbezüglich gestellten Fragen gestatten keine vollständige Prüfung der oben entwickelten Konfliktlinien – es wurde nur eine bestimmte Anzahl von Antwortmöglichkeiten vorgegeben.
- 5| Eine alternative Operationalisierung der abhängigen Variable unterblieb bislang aus Zeitgründen.
- 6| Sie ist allerdings so klein, dass sie nicht einmal Eingang in die hier verwendete Statistik fand. Nur acht Befragte haben die UDPS angegeben, davon sieben Tuareg. Das sind weniger als 10% der 74 befragten Tuareg, so dass hier zwar sinnvoll von einer ethnischen Partei gesprochen werden kann, nicht aber von einer für das Parteiensystem relevanten Kraft.
- 7| Darauf weist auch hin, dass es offenbar keine signifikanten Unterschiede zwischen Befragten mit ausgeprägter ethnischer Identität und Befragten ohne einen solchen Befund gibt.
- 8| Bei der Auswahl der Befragten wurde darauf geachtet, dass die Anteile der Befragten in Städten und auf dem Land die tatsächliche Bevölkerungsverteilung widerspiegelt. Die Definition urbaner Räume ist generell problematisch. Die Unterschiede zum ländlichen Raum sind jedoch in jedem Fall evident. Grosso modo konzentriert sich die urbane Bevölkerung auf die Hauptstädte und ein bis zwei weitere bevölkerungsreiche Wirtschaftszentren.

- 9| „Chasse, Pêche, Nature et Traditions“ nennt sich auch die Bewegung des ländlichen Raums und wirbt mit dem Slogan „Zuerst der ländliche Raum!“ („La ruralité d’abord!“).
- 10| Der Beitrag der urbanen Abweichungen ist aus mathematischen Gründen stets größer, da die große Mehrheit der Befragten auf dem Land lebt.
- 11| Besonders beliebt sind beispielsweise Wahlkampfversprechen zum Bau einer Schule oder Straße. Dabei geht es nicht um die Verbesserung der Infrastruktur im Allgemeinen, sondern um den lokal begrenzten Vorteil, von dem der Wähler unmittelbar profitieren kann.
- 12| Die im südlichen Afrika vielerorts sehr wichtigen Befreiungsbewegungen, die sich in (dominante) Regierungsparteien transformiert haben (z.B. Namibia, Südafrika, Simbabwe) spielen für das frankophone Afrika spätestens seit den 1990er Jahren keine wesentliche Rolle mehr.

LITERATUR

- BASEDAU, MATTHIAS, GERO ERDMANN und ANDREAS MEHLER (Hrsg.). 2007. *Votes, Money and Violence. Political Parties and Elections in Africa*. Uppsala: Nordic Africa Institute.
- BAUDAIS, VIRGINIE und GRÉGORIE CHAUZAL. 2006. „Les partis politiques et l' 'indépendance partisane' d'Amadou Toumani Touré". In: *Politique africaine*, 104, S. 61-80.
- BENDEL, PETRA und FLORIAN GROTZ. 2001. „Parteiensysteme und Demokratisierung. Junge Demokratien in Afrika, Asien und Lateinamerika im Vergleich". In: *Nord-Süd-Aktuell*, 15, 1, S. 70-80.
- BEYME, KLAUS VON. 1997. „Parteien im Prozess der demokratischen Konsolidierung". In: *Wolfgang Merkel und Eberhard Sandschneider (Hrsg.): Systemwechsel 3. Parteien im Transformationsprozeß*, Opladen: Leske und Budrich, S. 23-56.
- CREEVEY, LUCY, PAUL NGOMO und RICHARD VENGROFF. 2005. „Party Politics and Different Paths to Democratic Transitions. A Comparison of Benin and Senegal". In: *Party Politics*, 11, 4, S. 471-493.
- ERDMANN, GERO. 2004. „Party Research. Western European Bias and the ‚African Labyrinth‘". In: *Democratization*, 11, 3, S. 63-87.
- ERDMANN, GERO. 2007. *Ethnicity, Voter Alignment and Political Party Affiliation – an African Case: Zambia*, GIGA Working Paper No. 45, http://www.giga-hamburg.de/content/publikationen/pdf/wp45_erdmann.pdf (02.05.2007).
- ERDMANN, GERO und MATTHIAS BASEDAU. 2007. *Problems of Categorizing and Explaining Party Systems in Africa*, GIGA Working Paper No. 40, http://www.giga-hamburg.de/content/publikationen/pdf/wp40_erdmann-basedau.pdf (02.05.2007).
- ERDMANN, GERO und HERIBERT WEILAND. 2001. „Gesellschaftliche Konfliktlinien, Ethnizität und Parteienformation in Afrika." In: *Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.). Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 246-262.
- GAZIBO, MAMOUDOU. 2006. „Pour une réhabilitation de l'analyse des partis en Afrique." In: *Politique africaine*, 104, S. 5-17.
- IDEA [International Institute for Democracy and Electoral Assistance]. 2007. *Political Parties in Africa: Challenges for Sustained Multiparty Democracy*. Stockholm: IDEA.
- LIPSET, SEYMOUR M. 2000. „The Indispensability of Political Parties." In: *Journal of Democracy*, 11, 1, S. 48-55.
- LIPSET, SEYMOUR M. und STEIN ROKKAN. 1967. „Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments." In: *dies. (Hrsg.). Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives*. New York: Free Press.
- LOADA, AUGUSTIN. 2006. „L'élection présidentielle du 13 novembre 2005: un plébiscite par défaut." In: *Politique africaine*, 101, S. 19-41.
- NOHLEN, DIETER. 2004. *Wahlrecht und Parteiensystem*, 4. Auflage, Opladen: Leske und Budrich.
- NORRIS, PIPPA und ROBERT MATTES. 2003. *Does Ethnicity Determine Support for the Governing Party? The Structural and Attitudinal Basis of Partisan Identification in 12 African Nations*, Afrobarometer Paper No. 26, www.afrobarometer.org/papers/afropaperno26.pdf (06.02.2007).
- ROBERT, DAVID und CORINNA HEUER. 2007. „Es ist nicht alles Gold, was glänzt. Präsidentschafts- und Parlamentswahlen in Mali." In: *KAS-Auslandsinformationen* 6/07, S. 99-118.
- ROTH, DIETER. 2006. *Empirische Wahlforschung*, 2. Auflage, Opladen: Leske und Budrich.
- SALIH, M. A. MOHAMED (Hrsg.). 2003. *African Political Parties. Evolution, Institutionalisation and Governance*, London/ Sterling: Pluto.
- SARTORI, GIOVANNI. 1997. *Comparative Constitutional Engineering. An Inquiry into Structures, Incentives and Outcomes*, 2. Auflage, Houndmills/London: Macmillan.

- STANILAND, MARTIN. 1973. „The three-party system in Dahomey“. In: *Journal of African History*, 14, S. 291-312/491-504.

- UNDP [United Nations Development Programme]. 2006. *Human Development Report 2006, Human Development Indicators*. Houndmills/ New York: Palgrave Macmillan.

ANHANG

Abkürzung	Name	Land
ADEMA	Alliance pour la Démocratie au Mali	Mali
ADF/RDA	Alliance pour la Démocratie et la Fédération/ Rassemblement Démocratique Africain	Burkina Faso
ANDP	Alliance Nigérienne pour la Démocratie et le Progrès	Niger
CDP	Congrès pour la Démocratie et le Progrès	Burkina Faso
CDS	Convention Démocratique et Sociale	Niger
FCBE	Force Cauris pour un Bénin Emergent	Benin
MNSD	Mouvement National pour la Société de Développement	Niger
PNSD	Parti pour le Socialisme et la Démocratie au Niger	Niger
PRD	Parti pour le Renouveau Démocratique	Benin
PSD	Parti Social-Démocrate	Benin
RB	Renaissance du Bénin	Benin
RPM	Rassemblement pour le Mali	Mali
UNIR/MS	Union pour la Révolution/Mouvement Sankariste	Burkina Faso
URD	Union pour la République et la Démocratie	Mali

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKT- LINIEN UND POLITISCHE GEWALT

ZUM VERBOT ETHNISCHER PARTEIEN IM SUBSAHARISCHEN AFRIKA¹

Anika Becher

1. EINLEITUNG

Dem bundesdeutschen Parteiensystem wird üblicherweise eine beachtliche Rolle in der Stabilisierung der Demokratie in Deutschland zugesprochen. Dies gilt nicht zuletzt auch für die CDU, der es gelang, Bürger verschiedener Konfessionen in das noch junge politische System zu integrieren.

In einem Großteil der Staaten des subsaharischen Afrikas wäre die CDU als religiöse Partei verboten. Gleiches gilt für die CSU, sowie die frühere PDS und den Südschleswiger Wählerverband, die einen (primär) regionalen Charakter haben. Tatsächlich existieren in fast allen afrikanischen Staaten mit einem Mehrparteiensystem Möglichkeiten, spezifische Parteien zu verbieten beziehungsweise deren Gründung zu verhindern. Verboten werden können beispielsweise nicht-demokratische Parteien, Parteien, die zu Gewalt und Hass aufrufen, die öffentliche Ordnung bedrohen, paramilitärische Organisationen haben, finanzielle Unterstützung aus dem Ausland erhalten und vieles mehr. Insbesondere besteht jedoch die Möglichkeit, Parteien zu verbieten, die einen ethnischen, religiösen oder regionalen Charakter haben

bzw. auf anderen askriptiven Identitäten beruhen, wie Sprache, Rasse, Stamm u.ä. (im Folgenden als partikularistische Parteien bezeichnet).²

Eingeführt wurden diese Regulierungen zumeist Anfang der 1990er Jahre: Die (Wieder-)Einführung von Mehrparteiensystemen war von der Angst vor einer Politisierung von Ethnizität und anderen Identitäten begleitet sowie der Befürchtung, dies könnte zu einer Zunahme gewaltsamer Konflikte führen. Mit dem Verbot entsprechender Parteien verband sich die Hoffnung, eine solche Entwicklung verhindern zu können.

Die genannten Regelungen sind zwar im subsaharischen Afrika besonders weit verbreitet, beschränken sich aber keineswegs auf diese Region. Viele Staaten des Nahen und Mittleren Ostens sowie südostasiatische und osteuropäische Staaten haben ähnliche Gesetze (so etwa Algerien, Bulgarien, Indonesien) und auch in der neuen irakischen Verfassung ist ein Passus enthalten, der rassistische Parteien verbietet.

Während Parteien als zentrale Akteure im politischen Prozess derzeit seitens internationaler Geberorganisation und Nichtregierungsorganisationen verstärkte Aufmerksamkeit erfahren und damit auch das Interesse an verschiedenen Formen der Parteiregulierung wächst (vgl. Projekte vom *International Institute for Democracy and Electoral Assistance* in Stockholm sowie dem *National Democratic Institute for International Affairs* in Washington, u.a.), blieb das Instrument des Parteiverbots bisher weitgehend unbelichtet. So gab es bislang keine systematische Untersuchung zu den Auswirkungen der Regelungen sowie ihren normativen Implikationen für das Selbstverständnis demokratischer Regime.

Im Folgenden wird zunächst der Zusammenhang zwischen sozialen und kulturellen Identitäten, Parteien und gewaltsamen Konflikten näher beleuchtet sowie eine Typologie verschiedener Formen von Parteienverboten vorgestellt. Nach einer Diskussion möglicher Auswirkungen von Parteienverboten auf den genannten Zusammenhang werden erste empirische Ergebnisse zu Parteienverboten im subsaharischen Afrika und deren Auswirkungen auf Demokratie und Konflikt vorgestellt. Abschließend werden erste Schlussfolgerungen für die weitere Forschung und die Praxis sowie offene Fragen diskutiert.

2. PARTEIENVERBOTE ZUR VERMEIDUNG GEWALTSAMER KONFLIKTE?

Ethnische und andere askriptive Identitäten werden in Afrika seit langem als Quelle von Konflikt und politischer Instabilität betrachtet. Politische Parteien spielen in diesem Kontext eine zentrale Rolle.

2.1. Politische Parteien, Identität und Konflikt

Afrikanische Gesellschaften werden zumeist als ethnisch und kulturell heterogen beschrieben. In einem breiten Verständnis (vgl. Jackson 1984) kann sich ethnische Identität aus verschiedenen askriptiven Merkmalen wie Sprache, Religion, regionale Herkunft, Clan, Rasse etc. ergeben, die alle die Eigenschaft teilen, sozial attribuiert und damit das Resultat von Selbst- sowie auch Fremdzuschreibung zu sein. Gleichzeitig sind sie zumeist durch die Geburt erlangt und nur schwer durch eine individuelle Entscheidung veränderbar. Welche Merkmale zur Bestimmung der ethnischen Gruppe im Einzelfall herangezogen werden, ist oftmals nicht eindeutig, sodass letztlich die Binnen- und Außenwahrnehmung entscheidend ist.³

Die Bedeutung von ethnischer sowie anderer, (im Folgenden stets mitgedacht) askriptiver Identität für Parteien und Parteiensysteme in afrikanischen Staaten wurde bereits in der Phase der Loslösung der ehemaligen Kolonien thematisiert. Die Notwendigkeit der Herausbildung einer Nation bzw. einer gemeinsamen nationalen Identität wurde sowohl von den neuen Eliten als auch von westlichen Politikern und Wissenschaftlern hervorgehoben. Ethnische Identität und „Tribalismus“ wurden als Gefahr für die nationale Einheit betrachtet, ihre Artikulation in Parteien somit als schädlich für die neuen Staaten angesehen (Berman 1998; Schmidt 1997). Nicht zuletzt spielte auch die Frage der Territorialität eine Rolle: Die neuen Staaten waren bekanntermaßen nicht historisch gewachsen, sondern vielfach auf dem Papier kreiert. Während zunächst im Moment der Gewinnung der Unabhängigkeit Ideen eines Panafrikanismus zirkulierten, einigte man sich schnell auf die berühmte Formel *uti possidetis* und somit die Unantastbarkeit der neuen Grenzen (Young 1991). Ethnische Identität wurde in diesem Zusammenhang auch als mögliche Triebfeder für secessionistische Bestrebungen gesehen. Die Folge dieser Überlegungen ist bekannt: Bis auf in wenigen Fällen schafften die neuen Machthaber Mehrparteiensysteme als gefährlich für die nationale Einheit

und territoriale Integrität ab. Die Existenz nur einer Partei wurde zudem als der politischen Kultur Afrikas angemessener bezeichnet.

Untersuchungen zur Funktionsweise der politischen Systeme nach der Unabhängigkeit zeigten jedoch, dass Ethnizität, entgegen der vorherrschenden Rhetorik, keineswegs an Bedeutung verlor. Sie spielte vielmehr in den Macht- und Klientelstrukturen der Einparteienregime eine zentrale Rolle (Weiland 1994).

Die Demokratisierung vieler afrikanischer Staaten zu Beginn der 1990er Jahre verschaffte dem Thema der Ethnizität jedoch eine besondere Relevanz. Die ethnische und kulturelle Heterogenität der afrikanischen Staaten wurde, wie bereits 40 Jahre zuvor, als Hemmnis für die Herausbildung und das Fortbestehen eines stabilen demokratischen Systems betrachtet. Viele Wissenschaftler befürchteten eine Mobilisierung und Politisierung askriptiver Identitäten durch die Situation des Umbruchs sowie die neuen politischen Strukturen und Prozesse und eine daraus resultierende Zunahme gewaltsamer Konflikte (Berman/Eyoh/Kymlicka 2004; Tetzlaff 1991).

Eine solche Politisierung askriptiver Identität wird aus verschiedenen Gründen für nicht wünschenswert gehalten (Horowitz 1985). Erstens besitzen Fragen der Identität in politischen Prozessen einen hohen Symbolwert und sind oftmals nicht verhandelbar. Werden materielle Fragen kulturell-identitär aufgeladen, sind auch sie nicht mehr oder nur noch schwer verhandelbar, wodurch der demokratische Prozess der Entscheidungs- und Kompromissfindung deutlich erschwert oder gar unmöglich wird. Das Ausmaß an politischer Macht und die Möglichkeit zur Aneignung und Absicherung von Besitzständen ist zweitens Ausdruck des Gruppenstatus und von Bedeutung, weil Angehörige der verschiedenen Gruppen ihr Selbstwertgefühl mit dem relativen Wert ihrer Gruppe in Beziehung setzen (Horowitz 1985: 141f.). Bei primär gruppenspezifischem Wahlverhalten, das freie Wahlen Volkszählungen gleichen lässt, und eindeutigen Mehr- und Minderheiten besteht drittens die Gefahr einer andauernden Dominanz der Mehrheit und der gewaltsamen Rebellion der von der politischen Macht ausgeschlossenen Minderheit (Horowitz 1985: 629f.).

Mit einer Politisierung von askriptiver Identität steigt demzufolge das Risiko von möglicherweise gewaltsamen Konflikten. Politische Parteien nehmen in diesem Kontext eine zentrale Rolle ein (Reilly 2003). Sind sie

das Sprachrohr nur einer Gruppe können sie die genannten Zusammenhänge in einem negativen Sinne beeinflussen. Um ihre Wählerschaft zu mobilisieren, haben partikularistische Parteien einen Anreiz, Gruppenunterschiede zu betonen und politisch aufzuladen. So besteht die Gefahr der Polarisierung entlang ethnisch gefärbter Konfliktlinien sowie des gegenseitigen Aufstachelns und Überbieten an radikalen Thesen (vgl. ebd.: 3f.). Aufgrund der geringen Ausprägung alternativer Konfliktlinien (wie beispielsweise der sozioökonomischen) in den meisten afrikanischen Gesellschaften fungierte Identität jedoch sehr häufig als politische Ressource für die Mobilisierung potentieller Parteianhänger und Wähler (Erdmann/Weiland 2001; Mozaffar/Scaritt/Galaich 2003). Afrikanische Parteien werden in der Forschung zumeist nicht nur als institutionell schwach und ideologisch-programmatisch wenig ausdifferenziert beschrieben, sondern zudem als primär ethnisch und/oder regional gekennzeichnet (Erdmann 2004; Erdmann/Basedau 2007; Posner 2001).

Die Forschung befasst sich seit längerem mit der Frage, wie die genannten Zusammenhänge zwischen Identität, Demokratie und dem Auftreten gewaltsamer Konflikte durch die gezielte Konstruktion von politischen Institutionen beeinflusst werden können. Das Augenmerk lag dabei primär auf der Einführung föderaler Elemente, der Angemessenheit präsidientlicher oder parlamentarischer Regimetyper und der Ausgestaltung des Wahlrechts bzw. des Wahlsystems (Bogaards 2003, 2007; Hartmann 2002). Insbesondere letzteres hat natürlich direkte Auswirkungen auf Parteien und das Parteiensystem.

Die mögliche Rolle der Parteiengesetzgebung wurde dabei weitgehend außen vor gelassen. Es gibt daher kaum Studien, die gezielt den Einfluss von Parteienregulierung auf das Verhalten von Parteien sowie die Gestalt des Parteiensystems untersuchen (exemplarisch zu Afrika Basedau 2005). Dabei liegt es nahe, zu vermuten, dass ein solcher Zusammenhang besteht. Parteienregulierung dürfte sich, vermittelt über diesen Einfluss, auch auf weitere zentrale Aspekte des Funktionierens eines politischen Systems auswirken, wie etwa die Regierungseffektivität und -stabilität und die Konsolidierung der jungen Demokratien, aber auch auf das Konfliktniveau im betreffenden Staat.

2.2 Partikularistische Parteienverbote: eine Typologie

Parteienverbote als eine Form der Parteienregulierung können verschiedene Formen annehmen. Parteienverbot wird hier als restriktive legale Regulierung verstanden, die darauf abzielt, die Existenz oder Aktivität einer partikularistischen politischen Partei zu verbieten. Dieses Ziel kann über verschiedene Formen der Entscheidung erreicht werden: Durch das Verbot bzw. die Auflösung einer bereits bestehenden Partei, durch die Ablehnung der Registrierung einer politischen Gruppierung als Partei sowie durch ein zeitlich begrenztes Verbot, eine Suspendierung.

Der Begriff der partikularistischen Partei wird im Folgenden, gemäß den obigen Ausführungen zu Ethnizität, als Oberbegriff für Parteien verwendet, deren Mitgliedschaft sich aus Angehörigen nur einer, durch eine gemeinsame askriptive Identität verbundene, Gruppe zusammensetzt sowie für Parteien, die die Unterstützung nur einer Gruppe suchen oder nur im Interesse einer Gruppe agieren. Betroffen von Verboten in afrikanischen Staaten sind unter anderem Parteien auf der sozialen Grundlage von Bruderschaft, Clan, Ethnizität, Gemeinschaft, Rasse, Religion, Region, Sprache und Stamm. Hier zeigt sich eine große Varianz auch zwischen den Ländern, wobei vielfach mehrere Formen der Gruppenidentität als mögliche Verbotgrundlage angeführt werden.

Der partikularistische Charakter einer Partei kann sich dabei über verschiedene Dimensionen ausdrücken. So können das Programm und die politischen Aktivitäten einer Partei partikularistisch sein, der Name der Partei oder das verwendete Symbol, ihre Organisationsstrukturen, die Mitgliedschaftsstrukturen sowie auch die politische Kommunikation (generell sowie insbesondere im Wahlkampf).

Desweiteren kann zwischen positiven und negativen Maßnahmen unterschieden werden. Das Ziel, die Bildung regionaler Parteien zu verhindern, kann beispielsweise durch ein direktes Verbot regionaler Parteien verfolgt werden („die Gründung und Aktivität politischer Parteien, die lokalen oder regionalen Charakter haben [...] ist verboten“, Parteiengesetz Angolas von 2005, Art. 5, Übersetzung durch die Autorin) oder aber, in dem die Anforderung formuliert wird, dass eine Partei national repräsentiert sein muss. Nationale Repräsentanz kann sich beispielsweise dadurch ausdrücken, dass eine Partei über Parteibüros in allen Distrikten des Landes verfügt oder Gründungsmitglieder aus allen Regionen hat.

Primäre rechtliche Quellen für Parteienverbote sind Verfassungen, Parteiengesetze und Wahlgesetze, in einigen Ländern existieren auch Gesetze über die politische Opposition sowie sogenannte *Codes of Conduct* mit Gesetzeskraft. Auch die für die Umsetzung zuständige Institution variiert von Land zu Land, besonders häufig genannt werden jedoch Oberste Gerichtshöfe und andere Gerichte, das Innenministerium, Wahlkommissionen sowie spezielle Registrierungsbehörden für politische Parteien.

Abbildung 1: Charakteristika partikularistischer Parteienverbote

	Rechtliche Form	Soziale Grundlage	Regulierte Dimension	Rechtliche Quelle	Umsetzungsinstitution
Beispiel	Verbot/ Auflösung Registrierungsverweigerung Suspendierung Gerichtshof	Ethnizität Religion Region Rasse Sprache	Name Symbol Programm Mitgliedschaft Wahlkampf/ politische Kommunikation	Verfassung Parteiengesetz Wahlgesetz	Wahlkommission Ministerium Registrierungsbehörde (Registrar)

Quelle: Eigene Darstellung

2.3 Mögliche Wirkungen partikularistischer Parteienverbote

Für politische Akteure vor Ort sowie für internationale Institutionen, die sich mit Fragen der Demokratisierung und/oder der Parteienförderung befassen, ist nun interessant, welche Auswirkungen die genannten Regelungen sowie durchgeführte Verbote haben, vor allem hinsichtlich der Demokratisierung eines Landes sowie der Existenz und Intensität gewaltvoller Konflikte.

Parteienverbote können dabei wie oben angeführt als eine Form des *institutional engineering*, also der Ausgestaltung politischer Institutionen verstanden werden, die Demokratie in heterogenen Gesellschaften ermöglichen soll, indem sie Einfluss nehmen auf die Art, wie sich soziale und kulturelle Identitäten im politischen Prozess niederschlagen. Es sind verschiedene Formen der Wirkung von Parteienverboten denkbar (vgl. zum Folgenden auch Basedau/Becher 2007).

Politische Parteien haben, als intermediäre Akteure zwischen Gesellschaft und Staat, die Aufgabe, gesellschaftliche Interessen zu artikulieren, zu bündeln und in politischen Programmen zusammenzufassen. Verbote partikularistischer Parteien sowie deren Nicht-Registrierung verhindern zunächst die Artikulation spezifischer gesellschaftlicher Interessen im politischen System. Parteien müssen so entweder die Interessen verschiedener Gruppen bündeln oder sich um andere Konfliktlinien herum bilden. Angesichts des erwähnten Anreizes für partikularistische Parteien, Gruppenidentitäten zu politisieren, können die Verbote aber auch vorgeschaltet die Politisierung partikularistischer Interessen verhindern. Eine entsprechende Wirkung kann vor allem durch den präventiven Effekt einer rechtlichen Regelung erzielt werden.

Denkbar ist aber ebenfalls, dass Verbote einen genau gegensätzlichen Effekt entfalten. Wenn bestimmte Interessen bereits politisiert sind, aber an der legalen politischen Artikulation gehindert werden, ist es möglich, dass Gruppen zu nichtlegalen oder sogar gewaltsamen Mitteln greifen. Durchgeführte Verbote oder Registrierungsverweigerungen können zudem selbst zu einem Konfliktgegenstand werden. Möglicherweise werden Verbote in semi-autoritären hybriden Regimen auch dazu genutzt, politische Gegner auszuschalten oder klein zu halten, was wiederum gewaltsamen Widerstand begünstigen könnte.

Nicht ausgeschlossen werden kann auch die Option, dass Parteienverbote gar keinen nennenswerten Einfluss auf die Demokratisierung oder das Konfliktniveau eines Staates haben. Dies könnte dann der Fall sein, wenn die rechtliche Regelung primär eine Reaktion auf vorangegangene Konflikte darstellt. Zudem sind sowohl Demokratisierung als auch die Entstehung und das Fortbestehen gewaltsamer Konflikte hoch komplexe Prozesse, die möglicherweise viel stärker durch andere Faktoren, wie etwa das sozioökonomische Entwicklungsniveau eines Landes, beeinflusst werden als durch Parteienverbote.

3. PARTEIENVERBOTE IN AFRIKA – EIN ÜBERBLICK

Während die rechtliche Möglichkeit eines Verbots partikularistischer Parteien im subsaharischen Afrika weit verbreitet ist, machten deutlich weniger Länder von dieser Möglichkeit Gebrauch. Anhand von drei Fallbeispielen werden divergierende Auswirkungen partikularistischer Parteienverbote diskutiert.

3.1 Rechtliche Grundlagen partikularistischer Parteienverböten

Generell lässt sich feststellen, dass Parteienregulierung in Afrika weit verbreitet ist (damit fügt sich Afrika in den weltweiten Trend ein, der zeigt, dass politische Parteien in jungen Staaten stärker reguliert sind als in den etablierten Demokratien, vgl. Karvonen 2007). Parteiengesetze finden sich in 38 Staaten, in zwei Staaten ohne Parteiengesetz enthält das Wahlgesetz ein Kapitel zur Regulierung von Parteien.

Die Möglichkeit eines Verbots partikularistischer Parteien existiert in 40 der 46 afrikanischen Staaten mit Mehrparteiensystem (ohne Swasiland und Eritrea, Stand Dezember 2006). Nur Botswana, Kenia, die Komoren, Mauritius, Simbabwe und Südafrika verfügen nicht über eine derartige Möglichkeit.

Was die soziale Grundlage für ein Verbot angeht, zeigen sich deutliche Unterschiede in der Häufigkeit, mit der ein bestimmter Verbotsgrund genannt wird. Fast alle Staaten, die über die Möglichkeit eines Verbots partikularistischer Parteien verfügen, benennen Ethnizität, Tribalismus oder Nationalitäten unterhalb der Ebene des Nationalstaats als möglichen Verbotsgrund. Eine Ausnahme stellt Äthiopien dar, das ethnisch-regionalen Gruppen zumindest in der Verfassung sogar die Möglichkeit der Sezession zugesteht. Eine noch größere Anzahl an Staaten verbietet religiöse Parteien, nur Somalia erwähnt diesen Aspekt nicht. Etwas seltener, aber immer noch häufig wird die Beschränkung einer Partei auf eine Region als Verbotsgrund angeführt. In einem Großteil dieser Länder wird die nationale Verankerung von Parteien zusätzlich durch organisatorische Anforderungen abgesichert. Äthiopien verfügt als Sonderfall über nationale sowie regionale Parteien, an die je spezifische Anforderungen gestellt werden. Ebenfalls häufig genannt werden Rasse beziehungsweise Hautfarbe, eher seltener dagegen Sprache sowie andere Gründe, wie Clan, Bruderschaft, Familie und explizit als „andere sektionale Spaltungen“ bezeichnete.

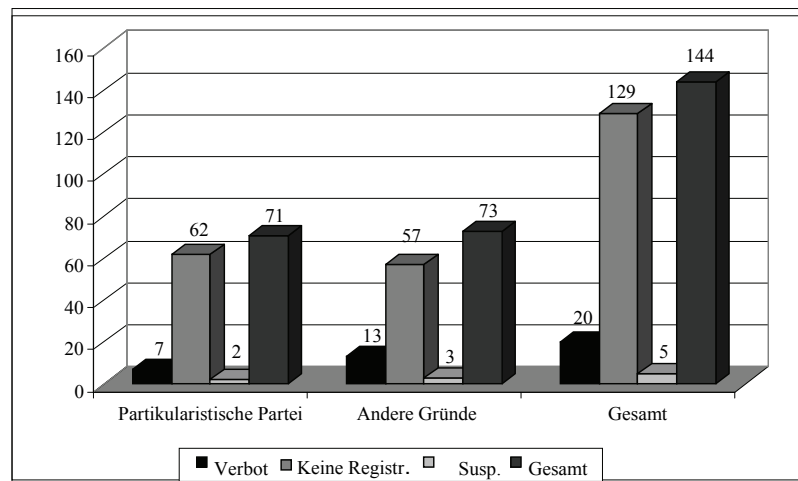
3.2 Anwendung partikularistischer Parteienverböten

Während die rechtliche Möglichkeit zum Verbot partikularistischer Parteien in sehr vielen Ländern besteht, zeigen bisherige Untersuchungen, dass nur elf, also vergleichsweise wenige Länder, von ihr Gebrauch gemacht haben. Verbote oder Ablehnungen von Neugründungen aus anderen Gründen, also beispielsweise aufgrund von Putschversuchen durch

eine Partei oder wegen Fehlern im Registrierungsantrag, geschahen dagegen in ungefähr der Hälfte der afrikanischen Staaten.

Bisherige Untersuchungen weisen auf 62 Ablehnungen von Parteigründungen wegen deren partikularistischem Charakter hin sowie auf sieben Verbote und zwei Suspendierungen partikularistischer Parteien. Interessanterweise verboten auch zwei Länder Parteien aufgrund ihres religiösen Charakters, die zu diesem Zeitpunkt gar nicht über eine explizite rechtliche Regelung hierfür verfügten, nämlich Kenia und Sambia.

Abbildung 2: Parteienverbote im Vergleich



Quelle: Eigene Darstellung

Eine genauere Betrachtung der Gründe für die Ablehnung⁴ der Registrierung partikularistischer Parteien zeigt, dass die größte Anzahl an Registrierungsanträgen abgelehnt wurde, weil Parteien die Anforderung einer nationalen Repräsentanz nicht erfüllten. In Tansania beispielsweise wurde im Jahr 2005 zwei Parteien die Registrierung verweigert, weil sie nicht nachweisen konnten, dass sie über je 200 Mitglieder in zehn Regionen Tansanias verfügten. Deutliche seltener wurde die Gründung religiöser Parteien abgelehnt. Zu nennen ist hier zum Beispiel der Fall Kenias. Als Daniel arap Moi im Jahr 1992 der Einführung eines Mehrparteiensystems zustimmte, gründeten junge Muslime in der stark islamisch geprägten Küstenstadt Mombasa die *Islamic Party of Kenya* (IPK). Die Registrierung der Partei wurde jedoch abgelehnt, da in Kenia keine religiösen Parteien

erlaubt seien. In der Folge kam es zu gewaltsamen Zusammenstößen zwischen Anhängern der IPK und staatlichen Sicherheitskräften. Der Konflikt beruhigte sich, als Sheikh Khalid Balala, der nach kurzer Zeit zum politischen und spirituellen Führer der IPK avanciert war, bei einem Europaaufenthalt im Jahr 1995 die kenianische Staatsbürgerschaft entzogen wurde und er nicht mehr ins Land einreisen konnte (vgl. Oded 1996). Die Gründung ethnischer sowie secessionistischer Parteien wurde beispielsweise in Burundi sowie in Äquatorialguinea abgelehnt.

Bei den Verboten partikularistischer Parteien ist Ethnizität der am häufigsten angeführte Grund. In Mauretanien wurde beispielsweise im Jahr 2002 die *Partei Action pour le Changement* (AC) mit der Begründung aufgelöst, sie bedrohe die nationale Einheit durch ihre rassistische Argumentation. AC-Generalsekretär Messaoud Ould Boulkheir hatte in einer direkt übertragenen Plenarsitzung den Fortbestand sklavereiähnlicher Zustände in der Schicht der *Haratin* (Freigelassenen) angeprangert und an die nicht aufgearbeiteten Menschenrechtsverletzungen an schwarzafrikanischen Mauretaniern der Jahre 1986-1991 erinnert (vgl. Clausen 2003). Der Versuch der Registrierung einer neuen Partei, der *Convention pour le Changement* (CC), durch Ould Boulkheir im selben Jahr wurde mit der Begründung, ethnische Parteien seien in Mauretanien nicht zugelassen, abgelehnt. Neben ethnischen Parteien wurden aber auch religiöse sowie secessionistische Parteien verboten, zum Beispiel in der Zentralafrikanischen Republik.

3.3 Auswirkungen partikularistischer Parteienverbote – drei Fallbeispiele

Drei Fallbeispiele sollen im Folgenden verdeutlichen, wie vielfältig die Wirkungsweisen von Parteienverboten sein können. Dabei wird auch die Abhängigkeit der Wirkung von weiteren Rahmenbedingungen deutlich.

Fallbeispiel 1: Nigeria

Der ethnisch und kulturell sehr heterogene Föderalstaat Nigeria verfügt seit langem über verschiedene institutionelle Regelungen, die der Bevölkerungsvielfalt Rechnung tragen sollen. Nach früheren Experimenten eines künstlich geschaffenen Zweiparteiensystems (von 1987 bis 1993) existieren seit längerer Zeit strikte Anforderungen an die nationale Verankerung politischer Parteien. Im Jahr 1998, nach dem Tod des damali-

gen Staatschefs General Abacha und dem Regimewechsel unter Abubakar, wurde eine neue Wahlkommission eingesetzt. Die *Independent National Electoral Commission* (INEC) war für die Zulassung von Parteien zuständig. Sie ließ im Oktober 1998 von 26 Gruppierungen, die ihre Bewerbung fristgerecht eingereicht hatten, nur die neun zu, die die Anforderung von eigenen Büros in zumindest zwei Dritteln der Bundesstaaten erfüllt hatten (vgl. hierzu und zum Folgenden Bergstresser 1999). Die Zahl der Parteien reduzierte sich im Dezember jedoch noch einmal: Nur die Parteien, die bei den Wahlen auf der Local Government-Ebene zumindest fünf Prozent (die frühere Hürde von zehn Prozent wurde von der INEC aufgrund heftiger Proteste herabgesetzt) der abgegebenen Stimmen in mindestens zwei Drittel der Bundesstaaten auf sich vereinigen konnten, wurden zu weiteren Wahlgängen zugelassen. Hätte keine oder hätten weniger als drei Parteien diese Anforderung erfüllt, hätte die INEC die Partei(en) mit der jeweils höchsten Stimmenzahl zugelassen. Nur drei Parteien erfüllten die genannten Kriterien (die *People's Democratic Party*, die *All People's Party* sowie die *Alliance for Democracy*) und konnten im Januar des Folgejahres zu den verschiedenen Wahlen antreten.

Bereits im Jahr 2002 gewann die Debatte wieder an Aktualität. Mehrere politische Gruppierungen versuchten, sich für die 2003 stattfindenden Wahlen registrieren zu lassen, die INEC verweigerte jedoch allen bis auf drei die Registrierung mit der Begründung, dass ihr föderaler Charakter nicht nachgewiesen sei. Einige der abgewiesenen Antragsteller klagten daraufhin gegen die Wahlkommission. Ende des Jahres bestätigte der Oberste Gerichtshof die Verfassungswidrigkeit des Vorgehens der INEC, die daraufhin 24 weitere Parteien zuließ (US Department of State 2002). Im Zuge einer längeren Auseinandersetzung um eine Reform des Wahlgesetzes im selben Jahr gewann insbesondere die Regelung einer Mindestanzahl abgegebener Stimmen bei den Local Government-Wahlen an Brisanz: Eine neue Variante sah eine Erhöhung der Anforderungen sowie eine Verschiebung des Wahltermins um ein Jahr vor – die Wahl sollte nun am Ende der verschiedenen Wahlgänge stattfinden. Unter diesen Umständen hätte sich keine neue Partei rechtzeitig für die Parlaments- und Präsidentschaftswahlen registrieren lassen können. Nach langem Gezerre um den endgültigen Text wurde auf die entsprechende Anforderung verzichtet, so dass nun 30 Parteien an den Wahlen im Jahr 2003 teilnehmen konnten (Bergstresser 2003). Die Ergebnisse der Wahl 2007 zeigen jedoch, dass sich von den neu gegründeten Parteien kaum eine landesweit durchsetzen konnte, die großen Parteien behalten klar die Oberhand im Parlament.

Die Diskussion um den Wahltermin zeigt, wie leicht entsprechende Regelungen verwendet werden können, um politische Opposition zu erschweren. Interessant ist zudem, dass die oben erwähnte Regelung, bei der Wahl 1999 auf jeden Fall drei Parteien zuzulassen, primär dazu diente, die Beteiligung der Yoruba sicherzustellen. Die eigene Regelung wurde demzufolge so „aufgeweicht“, dass der Ausschluss einer politisch und wirtschaftlich starken Minderheit, der möglicherweise zu größeren Konflikten geführt hätte, verhindert wurde (Bergstresser 1999). Insgesamt ist festzustellen, dass die Registrierungsanforderungen zwar kaum direkten Einfluss auf die vielfachen Spannungen und Konflikte in Nigeria haben, aber dennoch zur politischen Integration des Landes beitragen (Bogaards 2007).

Fallbeispiel 2: Ruanda

Anders stellt sich der Fall Ruandas dar, das zu den Ländern mit der höchsten Anzahl an Parteienverboten gehört. Bereits im Jahr 1994 wurden zwei Parteien wegen ihrer aktiven Rolle im Genozid verboten. Das jüngste Verbot erfolgte im Jahr 2003 und betraf die größte ruandische Oppositionspartei, den *Mouvement Démocratique Républicain* (MDR). Der MDR war die Nachfolgeorganisation des Ende der 1950er Jahre gegründeten MDR-Parmehutu, der unter Kayibanda von 1962-1973 die Regierung stellte. General Juvénal Habyarimana löste die Partei 1973 nach seinem Putsch auf, der MDR gründete sich jedoch im Zuge der Liberalisierung des Regimes im Jahr 1991 neu, nun ohne den Zusatz Parmehutu (EIU 2004). Während des Genozids spaltete sich die Partei in einen radikalen und einen gemäßigten Flügel, erstere war Teil der Hutu-Power-Bewegung und wirkte aktiv am Genozid mit. Dennoch wurde der MDR ebenso wie andere Parteien, deren radikalisierte Flügel am Völkermord mitgewirkt hatten, an der Übergangsregierung beteiligt und war neben der regierenden *Ruanda Patriotic Front* (RPF) die stärkste politische Kraft.

Ende 2002 beauftragte das Übergangsparlament eine Gruppe von Parlamentariern mit der Erstellung eines Berichts zu den „Problemen des MDR“. Die Kommission sollte Hinweise finden auf die Bedeutung des MDR für die „Spaltungen, die die Geschichte Ruandas geprägt haben“, auf Spaltungen innerhalb des MDR sowie die Frage, wie diese internen Spaltungen sich auf Spaltungen innerhalb der ruandischen Gesellschaft auswirken. Der abschließende Bericht empfahl die Auflösung des MDR, da dieser einer divisionistischen Ideologie verhaftet sei und jetzt, wie bereits zu früheren Zeitpunkten, zur Spaltung des ruandischen Volks

beiträge (*Rapport parlementaire sur les problèmes du MDR*). Das Parlament akzeptierte die Empfehlung, der MDR wurde jedoch nicht offiziell aufgelöst, sondern trat nicht mehr an, als nach der Verabschiedung eines neuen Parteiengesetzes alle bestehenden Parteien zur Neuregistrierung gezwungen waren (US Department of State 2003).

Während diese „de facto-Auflösung“ des MDR von ruandischer Seite mit Verweisen auf die historische Entwicklung des Landes und die akute Gefährdung der politischen Stabilität des Landes gerechtfertigt wurde, betrachten Menschenrechtsorganisation wie Human Rights Watch diese Begründung mit Skepsis (HRW 2003). Sie befürchten, der Vorwurf des Divisionismus könne zur Eliminierung politischer Opposition gebraucht werden und werfen der ruandischen Regierung vor, die Ausschaltung des MDR sei ein wesentlicher Schritt in diese Richtung. Während das Verbot also bereits bestehende autoritäre Tendenzen des ruandischen Regimes noch verstärkt hat, kann eine Beendigung des seit Jahren mit wechselnder Intensität schwelenden Konflikts zwischen Hutus und Tutsis nicht beobachtet werden.

Fallbeispiel 3: Namibia

Anfang September 2006 erklärte die namibische Regierung die *United Democratic Party* (UDP) wegen secessionistischer Bestrebungen für illegal. Die UDP wurde 1985 von Mishake Myongo gegründet und war zunächst Teil der *Democratic Turnhalle Alliance* (DTA). Als Myongo, der damalige Vorsitzende der UDP, aus der DTA ausgeschlossen wurde, weil er die Unabhängigkeit Caprivis forderte, spaltete sich die UDP von der DTA ab, ohne sich jedoch je als eigenständige Partei registrieren zu lassen (vgl. EIU 2006). Nach den Unruhen in Caprivi 1998 und 1999, als die *Caprivi Liberation Army*, der militärische Arm der UDP, erfolglos versuchte, die Unabhängigkeit Caprivis mit Waffengewalt zu erzwingen, ging Myongo ins Exil und die UDP blieb lange Jahre inaktiv.

Im Jahr 2006 jedoch zeigten sich Bestrebungen einer Wiederbelebung der UDP. Crispin Matongo, der erste Commissioner of Prisons Namibias, bezeichnete sich als Vorsitzenden der Partei und verkündete, deren Hauptziel sei die Sezession Caprivis, die jedoch durch friedliche Mittel erreicht werden sollte (Menges 2006). Die namibische Regierung reagierte sehr rasch. Der stellvertretende Minister für Rundfunk und Information, Rafael Dinyando, bezeichnete die Partei als illegal und kündigte an,

die Regierung verbiete künftig alle Zusammenkünfte von Parteianhängern und werde gegen jeden Sympathisanten vorgehen, der öffentlich die Lösung des Caprivi vom Rest Namibias propagiert. Die Begründung dieser Entscheidung bezog sich dabei sowohl auf die secessionistischen Bestrebungen der UDP als auch auf die Tatsache, dass diese gar nicht offiziell als Partei registriert sei. Dies wäre Dinyando zufolge aufgrund der politischen Zielsetzungen der UDP auch nicht möglich (Springer 2006). Es handelt sich demzufolge bei der Entscheidung der namibischen Regierung nicht um ein eigentliches Parteienverbot – die Bezeichnung der UDP als illegal ist jedoch in ihrer Wirkung äquivalent.

Die Entscheidung der namibischen Regierung wurde von mehreren Seiten kritisiert. Die National Society for Human Rights bezeichnete die Aktion als verfassungswidrig, da die Befürwortung der Sezession unter das Recht auf freie Meinungsäußerung falle (Menges 2006). Dennoch kann das Ereignis nicht als Ausdruck autoritärer Entwicklungen in Namibia betrachtet werden. Es brachte jedoch auch keine Beendigung des Konfliktes um den Caprivi-Zipfel. Die dortige Lage bleibt weiter angespannt. Dies zum einen aufgrund der Fortdauer des Prozesses gegen die Protagonisten des Aufstands im Jahr 1999, zum anderen jedoch auch aufgrund der wirtschaftlich schwierigen Lage des Gebiets, das zu den ärmsten Regionen Namibias gehört. Indem die Entscheidung das Handlungspotenzial der offen separatistischen Kräfte einschränkt, könnte sie jedoch die Organisation und Mobilisierung weiterer Teile der caprivischen Bevölkerung erschweren.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Verbote partikularistischer Parteien sind in Afrika, aber auch vielen anderen Regionen der Welt, ein weit verbreitetes, bislang jedoch wenig untersuchtes Phänomen. Bisherige Untersuchungsergebnisse im subsaharischen Afrika weisen darauf hin, dass die Auswirkungen auf Frieden und Demokratie als ambivalent zu bezeichnen sind. In keinem der hier vorgestellten Fälle konnte die Durchführung eines Verbots oder die Ablehnung von Parteineugründungen einen bestehenden Konflikt beenden. Stattdessen zeigte sich, insbesondere in wenig demokratischen Staaten, die Gefahr, dass die Regelungen zur Ruhigstellung oder Ausschaltung politischer Opposition genutzt werden. Gleichzeitig ist jedoch wichtig, den Kontext der Entscheidung im Blick zu behalten. Wurde die Entscheidung auf legalem Weg getroffen und wird sie von einer demokratisch legitimierten

Regierung mitgetragen, so mag das die Akzeptanz der Entscheidung erhöhen. Das Beispiel Kenia dagegen zeigt deutlich, dass Entscheidungen der Regierung einen Konflikt zumindest zeitweise auch verschärfen können. Unklar ist bisher auch, was die Länder, die spezifische Parteien in der Verfassung verbieten, diese Regelung jedoch bisher nicht auf eine existierende politische Partei angewandt haben, von jenen unterscheidet, die bereits Parteien verboten haben. So wäre es denkbar, dass die präventive Wirkung der Regelung stärker konfliktmindernd ist, indem sie von vorneherein die Mobilisierung der Bevölkerung um partikularistische Themen verhindert. Das wirft jedoch sofort die Frage auf, unter welchen Umständen dies gelingt und ob nicht womöglich andere Faktoren dazu führen, dass sich keine partikularistischen Parteien bilden.

Viele Fragen bleiben also offen. Sie zeigen, dass bei der Einführung spezifischer Dispositionen in Gesetze und Verfassungen, Vorsicht geboten ist, da die Wirkungen nicht immer dem entspricht, was die Gesetzgeber vielleicht beabsichtigten. Dies gilt auch für internationale Akteure, die im Bereich der Beratung bei Gesetzgebungsprozessen tätig sind. Nicht zuletzt auch, weil die Frage nach der normativen Bedeutung des Verbots bestimmter Parteien immer wieder neu gestellt werden kann.

- 1| Für kritische Anmerkungen und Kommentare danke ich Matthias Basedau, Holger Moroff, Siegmund Schmidt sowie den Teilnehmern der Konferenz „Parteien und ihre Wähler“ vom 22.-23.05.2007 in Berlin.
- 2| Die hier präsentierten Daten wurden im Rahmen des Projekts „Managing ethnic conflict through institutional engineering: Ethnic party bans in Africa“ gewonnen, das seit Oktober 2006 von der Fritz-Thyssen-Stiftung gefördert wird und als Kooperation von Matthijs Bogaards (Jacobs University Bremen), Matthias Basedau (GIGA), Christof Hartmann (Universität Duisburg-Essen) sowie Peter Niesen (TU Darmstadt) durchgeführt wird. Jörg Kemmerzell arbeitet als Projektmitarbeiter an der TU Darmstadt.
- 3| Dieses weite Verständnis von Ethnizität ist abzugrenzen von einem engeren, das dem Begriff des „Stamms“ entspricht.
- 4| Die Gründe für die Ablehnung wurden hier so erfasst, wie sie in den konsultierten Quellen wiedergegeben wurden. Damit sind nur offizielle Begründungen registriert, nicht jedoch möglicherweise dahinter liegende Motive der beteiligten politischen Akteure.

LITERATUR

- BASEDAU, MATTHIAS. 2005. *Regulating Political Parties in Africa – a preliminary note on empirical evidence paper prepared for the FES/IAK conference, February 28th 2005. Accra, Ghana.*
- BASEDAU, MATTHIAS und ANIKA BECHER. 2007. *The Impact of Party Regulation: Ethnic Party Bans in Africa, GIGA Working Paper.*
- BERGSTRESSER, HEINRICH. 1999. „Nigeria“. In: *Afrika Jahrbuch 1998. Opladen, S. 135-151.*
- BERGSTRESSER, HEINRICH. 2003. „Nigeria“. In: *Afrika Jahrbuch 2002. Opladen, S. 155-171.*
- BERMAN, BRUCE J. 1998. „Ethnicity, Patronage and the African State: The Politics of Uncivil Nationalism“. In: *African Affairs, 388. Oxford University Press, S. 305-341.*
- BERMAN, BRUCE J., DICKSON EYOH und WILL KYMLICKA. 2004. (Hrsg.): *Ethnicity and Democracy in Africa. Oxford: James Currey, Athens: Ohio University Press.*
- BOGAARDS, MATTHIJS. 2003. „Electoral Choices for Divided Societies: Multi-Ethnic Parties and Constituency Pooling in Africa“. In: *Commonwealth & Comparative Politics, 43, 3, S. 59-80.*
- BOGAARDS, MATTHIJS. 2007. „Electoral Systems, Party Systems and Ethnicity in Africa“. In: Matthias Basedau, Gero Erdmann und Andreas Mehler (Hrsg.): *Votes, Money and Violence. Political Parties and Elections in Sub-Saharan Africa. Uppsala/Scottsville: Nordiska Afrikainstitutet/KwaZulu-Natal Press, S. 168-193.*
- CLAUSEN, URSEL. 2003. „Mauretanien“. In: *Afrika Jahrbuch 2002. Opladen, S. 147-150.*
- ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. 2006. *Country Report Namibia, October, http://www.eiu.com/report_dl.asp?issue_id=1461318731&mode=pdf (Zugriff am 17.08.2007).*

- ERDMANN, GERO. 2004. „Party Research: Western European Bias and the ‚African Labyrinth‘“. In: *Democratization*, 11, 3, S. 63-87.
- ERDMANN, GERO. 1999. „Parteien in Afrika. Versuch eines Neuanfangs in der Parteienforschung“. In: *Afrika Spectrum*, 34, 3, S. 375-393.
- ERDMANN, GERO und HERIBERT WEILAND. 2001. „Gesellschaftliche Konfliktlinien, Ethnizität und Parteienformation in Afrika.“ In: Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.): *Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 246-262.
- ERDMANN, GERO und MATTHIAS BASEDAU. 2007. *Problems of Categorizing and Explaining Party Systems in Africa*, GIGA Working Paper.
- GANTER, STEPHAN. 1995. *Ethnizität und ethnische Konflikte. Konzepte und theoretische Ansätze für eine vergleichende Analyse*. Freiburg: Arnold-Bergstraesser-Institut, *Freiburger Beiträge zu Entwicklung und Politik* 17.
- HARTMANN, CHRISTOF. 2002. *Managing Conflict through Democratic Institutions: A tentative Balance Sheet*. Paper prepared for the VAD conference „Africa’s Diversity: Ending the Monologues?“, Hamburg, May 23 – May 26, 2002.
- HOROWITZ, DONALD. 1985. *Ethnic Groups in Conflict*. Berkeley: University of California Press.
- HUMAN RIGHTS WATCH. 2003. *Preparing for Elections: Tightening Control in the Name of Unity*, HRW Briefing Paper, <http://hrw.org/backgrounders/africa/rwanda0503bck.pdf> (Zugriff am 17.08.2007).
- IFES. 2007. *Election Profile Nigeria*, <http://www.electionguide.org/results.php?ID=335> (Zugriff am 22.08.2007).
- JACKSON, ROBERT. 1984. „Ethnicity“. In: Giovanni Sartori (Hrsg.): *Social Science Concepts: A Systematic Analysis*. Beverly Hills, S. 205-233.

- JANDA, KENNETH. 2005. *Political Parties and Democracy in Theoretical and Practical Perspectives. Adopting Party Law*. Washington, D.C.: National Democratic Institute for International Affairs.
- KAVONEN, LAURI. 2007. „Legislation on Political Parties: A Global Comparison“. In: *Party Politics*, 13, 4, S. 437-455.
- LIJPHART, AREND. 1968. *The Politics of Accommodation: Pluralism and Democracy in the Netherlands*. Berkeley: University of California Press.
- MENGES, WERNER. 2006. „UDP ‚ban‘ draws flak“. In: *The Namibian*, 05.09.2006, <http://www.namibian.com.na/2006/September/national/0644978F58.html> (Zugriff am 17.08.2007).
- MOZAFFAR, SHAHEEN, JAMES R. SCARITT und GLEN GALAICH. 2003. „Electoral Institutions, Ethnopolitical Cleavages, and Party Systems in Africa’s Emerging Democracies“. In: *American Political Science Review*, 97, 3, S. 379-390.
- ODED, ARYS. 1996. „Islamic Extremism in Kenya: the Rise and Fall of Sheikh Khalid Balala“. In: *Journal of Religion in Africa*, 26, 4, S. 406-415.
- POSNER, DANIEL N. 2001. *Regime Change and Ethnic Cleavages in Africa: Paper prepared for the Workshop on Democracy in Africa in Comparative Perspective*. Stanford University, 27 April 2001.
- RAPPORT PARLEMENTAIRE SUR LES PROBLÈMES DU MDR, Kigali, 17.03.2003, <http://www.grandslacs.net/doc/2856.pdf> (Zugriff am 07.05.2007).
- REILLY, BENJAMIN. 2003. *Political Engineering of Parties and Party Systems*. Paper prepared for the 2003 Annual Meeting of the American Political Science Association, August 28 –31, 2003.
- SCHMIDT, SIEGMAR. 1997. „Parteien und demokratische Konsolidierung in Afrika unter besonderer Berücksichtigung der Entwicklung Kenias“. In: Wolfgang Merkel und Eberhard Sandschneider (Hrsg.): *Systemwechsel 3, Parteien im Transformationsprozess*. Opladen: Leske + Budrich, S. 251-292.

- SPRINGER, MARC. 2006. „Regierung verbietet die UDP“. In: *Allgemeine Zeitung*, 04.09.2006, http://www.namibiana.de/Photos/htm/presse-schau/az/az_0436.cfm (Zugriff am 17.08.2007).

- TETZLAFF, RAINER. 1991. „Politiserte Ethnizität - eine unterschätzte Realität im nachkolonialen Afrika“. In: *Africa Spectrum*, 26. Hamburg: Institut für Afrika-Kunde, S. 5-28.

- US DEPARTMENT OF STATE. 2002. *Country Reports on Human Rights Practices: Nigeria, Released by the Bureau of Democracy, Human Rights, and Labor, March 31, 2003*, <http://www.state.gov/g/drl/rls/hrrpt/2002/18220.htm> (Zugriff am 20.02.2007).

- WEILAND, HERIBERT. 1994. „Der schwierige Weg zur Demokratie in Afrika: Voraussetzungen, Chancen und Rückschläge“. In: Oberreuter, Heinrich und Heribert Weiland (Hrsg.): *Demokratie und Partizipation in Entwicklungsländern. Politische Hintergrundanalysen zur Entwicklungszusammenarbeit*. Paderborn/München/Wien/Zürich: Schöningh, S. 246-262.

- YOUNG, CRAWFORD. 1991. „Self-Determination, Territorial Integrity, and the African State System“. In: Deng, Francis M. und I. William Zartmann (Hrsg.): *Conflict Resolution in Africa*. Washington D.C.: The Brookings Institution, S. 320-346.

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKT-LINIEN UND WÄHLERMobilisierung IN SÜDOSTASIEN

INDONESIEN UND MALAYSIA IM VERGLEICH¹

Andreas Ufen

1. EINLEITUNG

Wie werden Wähler in Indonesien und Malaysia mobilisiert, welche Rolle spielen dabei Parteibindungen entlang politischer Konfliktlinien, und welche Unterschiede ergeben sich bei einzelnen Parteytypen?

In Indonesien und Malaysia werden – wie sonst nirgendwo in Südostasien – Wähler entlang deutlich ausgeprägter politischer Konfliktlinien mobilisiert. Während in den Philippinen und in Thailand Parteien schwach institutionalisiert, programmatisch kaum unterscheidbar und im Regelfall klientelistische Netzwerke sind, die nur zu Zeiten des Wahlkampfes aktiviert werden, ist in den Parteiensystemen von Indonesien und Malaysia eine *Cleavage*-Struktur deutlich auszumachen. Parteien sind dort besser institutionalisiert und verfügen über einen hohen Wiedererkennungswert. In Indonesien ist es schon in den 1950er Jahren zu einer mit den Niederlanden vergleichbaren, in Asien einzigartigen „Versäulung“ gekommen. So konnten sich soziale Milieus herausbilden, die die Parteipolitik bis heute prägen. Dieses Phänomen lässt sich am besten mit Hilfe eines historisch-soziologischen Ansatzes

à la Lipset und Rokkan erklären. Indonesien ist eines der wenigen nicht-westlichen Demokratien, in der sich deren *Freezing*-Hypothese sehr gut überprüfen lässt. Das gilt auch für Malaysia. Dort „fror“ das heutige Parteiensystem im Wesentlichen vor mehr als 50 Jahren ein. Die auffällige „ethnische Versäulung“ wird aber zunehmend durch eine Islamisierung einerseits und – seit 1999 – die Entstehung eines Oppositionsbündnisses andererseits überlagert.

Bei der Darstellung der Parteiensysteme konzentriere ich mich zum besseren Verständnis auf die Zeit seit 1998, also die Post-Suharto-Phase in Indonesien und die Phase, die in Malaysia mit der Schaffung der Reform-Bewegung begann.² Im ersten Teil werden die wesentlichen Konfliktlinien in den beiden Ländern vorgestellt. Außerdem wird erläutert, unter welchen Bedingungen *Cleavages* in die Parteiensysteme „übersetzt“ werden. Dann werden verschiedene Formen politischer Mobilisierung und diesen entsprechende Parteitypen in beiden Ländern beschrieben. Am Schluss werden die Ergebnisse zusammengefasst.

2. DIE KONFLIKTLINIEN IN INDONESIA UND MALAYSIA

In den Philippinen und in Thailand werden *Cleavages* nur in Ansätzen in das jeweilige Parteiensystem „übersetzt“; die starke Fluktuation in den Parteiensystemen und die schwache Institutionalisierung der meisten Parteien verhindert seit den Anfängen der Demokratisierung ein *Freezing*. Dementsprechend mobilisieren (bzw. demobilisieren) Parteien in der Regel Wähler in sehr viel stärkerem Maße als in Indonesien und Malaysia mit illegalen Mitteln, also mittels Stimmenkauf oder bloßer Gewalt: In den Philippinen wurden im letzten Wahlkampf über ein Hundert Menschen, darunter die Hälfte Politiker, ermordet. Programmatische Aussagen oder affektive Bindungen an politische Parteien oder an mit diesen assoziierten Massenorganisationen sind weit überwiegend allenfalls von sekundärer Bedeutung. Im Gegensatz dazu erfolgt sowohl in Malaysia als auch in Indonesien die politische Mobilisierung in erster Linie durch die Politisierung relativ stabiler *Cleavages*.

Überträgt man das Lipset-Rokkan-Modell (Lipset/Rokkan 1967a, 1967b; Rokkan 2000; Flora 2000; Zuckerman 1975) auf die Region Südostasien, ist zu bedenken, dass die vier klassischen Konflikte „Zentrum-Peripherie“, „Stadt-Land“, „Staat-Kirche“, „Kapital-Arbeit“ um ethnische Konfliktlinien und jene zwischen „Regime und Antiregime-Parteien“ ergänzt werden

müssen. Außerdem werden ökonomische Konflikte häufiger kulturell überformt. Zu den beiden Revolutionen im Modell von Lipset und Rokkan, also der nationalen und der industriellen, ist es, wenn überhaupt, in einer anderen Sequenzierung gekommen. Parteien sind häufig schlecht institutionalisiert – zum einen aufgrund von Klientelismus und Personalismus und zum anderen, weil in längeren Phasen des Autoritarismus ein „Einfrieren“ der Konfliktlinien wesentlich erschwert war. Viele Parteien sind in autoritären Phasen „von oben“ geschaffen worden und damit nicht aus gesellschaftlichen *Cleavages* quasi „organisch“ hervorgegangen. Das verweist auf die von Lipset und Rokkan nicht berücksichtigte bewusste Konstruktion von Konfliktlinien durch Eliten, die in Südostasien eine wichtige Rolle spielt.³

Was bedeutet das für Konfliktlinien in Indonesien und Malaysia? Nach Auswertung von Wahlergebnissen, Parteiprogrammen, Politikerinterviews sowie dem Abstimmungs- und Koalitionsverhalten der Parteien, sind folgende, für die Struktur der Parteiensysteme zentralen Konflikte zu unterscheiden:

1. zwischen Zentrum und Peripherie, also beispielsweise zwischen Java und den sogenannten Außeninseln in Indonesien oder zwischen West- und Ostmalaysia bzw. zwischen West- und Ostküste auf der Halbinsel Malaya.
2. zwischen Staat und Kirche: In Indonesien und Malaysia ist es keine Kirche im westlichen Sinne, vielmehr geht es um die Auseinandersetzung zwischen Säkularisten, moderaten Muslimen und Islamisten: dies ist also kein *Cleavage*, das zwei Lager voneinander trennt, sondern es ist eine Teilung in drei Lager entlang eines Kontinuums.
3. zwischen Stadt und Land: Bei Lipset und Rokkan ist das der Konflikt zwischen industriellen und agrarischen Interessen, der auch – im weiteren Sinne – als kultureller Konflikt zwischen Modernisierung und Traditionalismus gedeutet werden kann (Mielke 2001), in Indonesien in erster Linie zwischen traditionalistischem und modernistischem Islam, repräsentiert durch die entsprechenden Massenorganisationen Nahdatul Ulama und Muhammadiyah. In Malaysia gibt dafür keine unmittelbare Entsprechung,⁴ allerdings mit der PAS⁵ ebenfalls eine Partei, die im ländlichen Raum besonders stark ist.

4. zwischen Kapital und Arbeit: ein solches *Cleavage*, also der Konflikt zwischen Unternehmern und Lohnempfängern, ist in beiden Parteiensystemen kaum erkennbar; es fehlen Arbeiterparteien, weil sozialistische Organisationen und Parteien lange unterdrückt wurden. Heute sind auch die typischen Vorfeldorganisationen, also Gewerkschaften, staatlich kontrolliert wie in Malaysia oder fragmentiert wie in Indonesien. Löst man sich aber von der engen Definition des Kapital-Arbeit-*Cleavages*, indem man die Wählerschaft danach unterscheidet, aus welchen sozialen Schichten sie stammt, lassen sich in Indonesien zumindest in Ansätzen solche Konflikte ausmachen; in Malaysia konstituieren die Regierungsparteien (insbesondere die UMNO) eine Art „Staatsklasse“.

5. zwischen ethnischen Gruppen, insbesondere ist dies in Malaysia ausgeprägt, wo der Gegensatz zwischen *bumiputera* (das sind Malaien und einige sogenannte indigene ethnische Gruppen) und Nicht-*bumiputera* (Malaysier indischer bzw. chinesischer Abstammung) den gesamten politischen Diskurs im Wesentlichen mitbestimmt und wo Parteien in der Regel jeweils eine ethnische Gruppe repräsentieren.

6. zwischen Verteidigern des Status quo und Befürwortern demokratischer Reformen (oder: Regime- versus Antiregime-Parteien). Dieser Konflikt brach in Malaysia mit der Reform-Bewegung um Anwar Ibrahim auf dem Höhepunkt der Asienkrise 1998/99 auf; in Indonesien ist der Gegensatz inzwischen fast nicht mehr vorhanden.

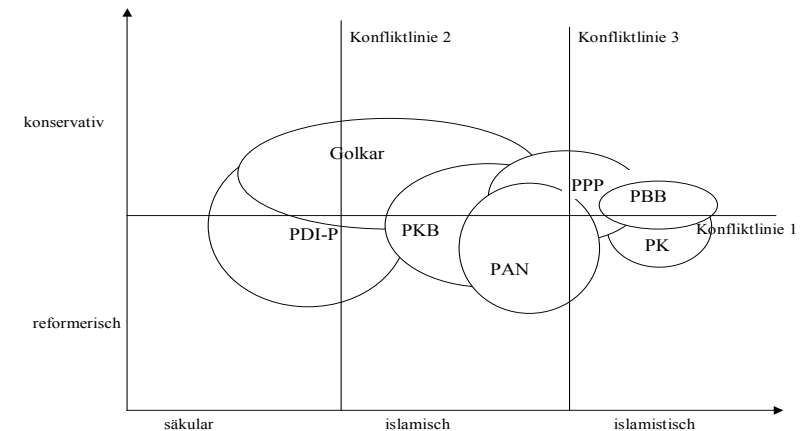
Indonesien

Von den vier „klassischen“ Konflikten ist im heutigen indonesischen Parteiensystem vor allem jener zwischen Parteien, die Staat und Religion strikt trennen, und jenen, die die Religion, in diesem Fall den Islam, politisieren wollen, ausgeprägt (vgl. Abbildung 1).⁶ Der Konflikt zwischen „Anhängern eines politischen Islams“ und „Säkularisten“ (Angehörige religiöser Minderheiten, Synkretisten und orthodoxe Muslime, die national nicht an einer Politisierung der Religion interessiert sind) lässt sich bereits in der nationalistischen Bewegung und in ähnlicher Form in den 1950er Jahren ausmachen (Ufen 2006).

Die drei anderen Konflikte haben auf die Struktur des Parteiensystems nur indirekt einen Einfluss, indem einzelne Parteien eher, aber keines-

wegs deutlich prononciert, Interessen der Peripherie, ländlicher Gruppen oder der Unterschichten artikulieren und vertreten. Parteien, die sich speziell an Bauern oder Arbeiter wenden oder die Interessen bestimmter Regionen besonders betonen, sind einflusslos.

Abbildung 1: Wichtigste Konfliktlinien im indonesischen Parteiensystem (1999)*



Partai Golongan Karya (Golkar), Partei der Funktionalen Gruppen; *Partai Demokrasi Indonesia - Perjuangan* (PDI-P), Demokratische Partei Indonesien - Kampf; *Partai Kebangkitan Bangsa* (PKB), Partei des Nationalen Erwachens; *Partai Persatuan Pembangunan* (PPP), Vereinigte Entwicklungspartei; *Partai Demokrat* (PD), Demokratische Partei; *Partai Keadilan* (PK), Gerechtigkeitspartei, neu gegründet als *Partai Keadilan Sejahtera* (PKS), Gerechtigkeits- und Wohlfahrtspartei; *Partai Amanat Nasional* (PAN), Partei des Nationalen Mandats; das Militär erhielt 1999-2004 automatisch 38 Sitze

Tabelle 1: Wahlergebnisse 1999 und 2004 (nationales Parlament DPR, nur die wichtigsten Parteien)⁷

Partei	Stimmen in % (1999)	Sitze (1999)	Stimmen in % (2004)	Sitze (2004)
Golkar	22,5	120	21,6	128
PDI-P	33,8	153	18,5	109
PKB	12,6	51	10,6	52
PPP	10,7	58	8,2	58
PD	-	-	7,5	57
PK (2004: PKS)	1,4	7	7,3	45
PAN	7,1	34	6,4	52

Quelle: Ananta/Arifin/Suryadinata 2004, 2005

Ein Stadt-Land-Gegensatz zwischen urbanen industriellen und Händlereliten einerseits und Grundbesitzern andererseits spiegelt sich indirekt als Gegensatz zwischen modernistischen und traditionalistischen Parteien wider, ein wirtschaftlicher Gegensatz wird damit religiös überformt. Der Konflikt wird kaum durch programmatische oder ideologische Aussagen reflektiert, aber die Zusammensetzung der Parteiführungen sowie Wahlergebnisse zeigen deutliche Unterschiede zwischen urbanen und eher in ländlichen Räumen verankerten Parteien. Heute vertreten die in den Städten besonders erfolgreichen Parteien (PD, PKS, PAN) eher die Interessen der Mittel- und Oberschichten, nicht aber vornehmlich jene von Unternehmern. Alle größeren Parteien erhalten einen Großteil ihrer Stimmen aus den Unterschichten, ohne aber programmatisch oder im Gesetzgebungsprozess deren Interessen besonders zu vertreten. Der Gegensatz Kapital-Arbeit ist also von den vier „klassischen“ Konflikten – angesichts einer sehr hohen Armutsquote ist das überraschend – am schlechtesten in das Parteiensystem übersetzt worden.

Die vier grundlegenden von Lipset und Rokkan benannten Konfliktlinien müssen durch jene zwischen Reformern und Status-quo-Anhängern, die in der Entstehungsphase des Parteiensystems 1998/99 eine wichtige Rolle spielte, ergänzt werden. Der für Systemwechselprozesse typische Gegensatz zwischen Status-quo- und Reformkräften hat sich aber nach wenigen Jahren wieder abgeschwächt. Die für den westeuropäischen

Raum immer wieder diskutierten neuen *Cleavages*, vornehmlich die Konflikte „Materialismus versus Postmaterialismus“ und „Protektionisten“ versus „Globalisierer“, sind in Indonesien ohne erkennbaren Einfluss. Zudem gibt es keine ethnisch fundierten Parteien. Die ethnische Spaltung wird religiös überformt oder als Zentrum-Peripherie-Gegensatz in das Parteiengefüge transformiert.

Malaysia

Im Gegensatz zu Indonesien werden in Malaysia alle wichtigen Parteien von einzelnen Ethnien dominiert (vgl. Abbildung 2). Bei den wichtigsten Koalitionspartnern in der Nationalen Front sind die drei größten Parteien (UMNO, MCA und MIC) schon dem Namen nach ethnisch definiert. Diese Spaltung wird durch die interethnische Kooperation der Eliten einerseits aufrechterhalten, andererseits etwas abgeschwächt. Bei der Opposition geben die Parteienamen keinen Aufschluss über die ethnische Fundierung, gleichwohl ist die PAS eindeutig malaiisch, die DAP chinesisch und die Parti Keadilan weit überwiegend malaiisch.

Diese Segregation der Ethnien besteht seit der Unabhängigkeit 1957, allerdings sind in den letzten 20 bis 30 Jahren zwei Spaltungen deutlicher hervorgetreten. Die malaiische Identität wird immer mehr durch eine Hinwendung zu einem orthodoxen, von synkretistischen Elementen „gereinigten“ Islam bekräftigt. Dadurch ist eine Spaltung zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen vertieft worden, die heute die Beziehungen innerhalb der Regierungskoalition, der Nationalen Front (*Barisan Nasional*, BN), innerhalb der Opposition, der Alternativen Front (*Barisan Alternatif*, BA), und zwischen diesen beiden Blöcken betrifft. Außerdem konnte sich nach der Verhaftung des damaligen UMNO-Politikers Anwar Ibrahim eine pro-demokratische Bewegung bilden, die der *Cleavage*-Struktur eine weitere Spaltung hinzugefügt hat, nämlich die zwischen Status-quo-Kräften und Reformern. Es gibt also eine deutlich ausgeprägte ethnische Spaltung, eine diese überlagernde zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen sowie jene zwischen Konservativen und Reformern. Eine weitere Spaltung ist die zwischen orthodoxen, jedoch laizistisch orientierten Muslimen (UMNO) und den Islamisten (der PAS). Letztere wollen sämtliche Gesellschaftsbereiche islamisieren und einen – allerdings bisher nicht näher beschriebenen – Islamstaat schaffen.⁸

Tabelle 2: Abgeordnete im nationalen Parlament⁹ seit 1999*

	1999	2004
Barisan Nasional	148	198
UMNO	72	109
MCA	28	31
MIC	7	9
Gerakan	7	10
Barisan Alternatif	42	8
PAS	27	7
PKN (2004: PKR)	5	1
DAP (2004: nicht Teil der BA)	10	12
Gesamt	193	219

* MCA, *Malaysian Chinese Association*; MIC, *Malaysian Indian Congress*; UMNO, *United Malays National Organization*; Gerakan (*Parti Gerakan Rakyat Malaysia, Party Gerakan*); DAP, *Democratic Action Party*; PKR, *Parti Keadilan Rakyat, People's Justice Party*; PAS, *Parti Islam SeMalaysia, Pan-Malaysian Islamic Party*. Es fehlen die Mandate der kleinen ostmalaysischen BN-Parteien wie der *Parti Pesaka Bumiputera Bersatu* (2004: 11 Mandate), der *Sarawak United People's Party* (6 Mandate), der *Parti Bansa Dayak Sarawak* (6 Mandate), der *Parti Bersatu Sabah* (4 Mandate) etc.

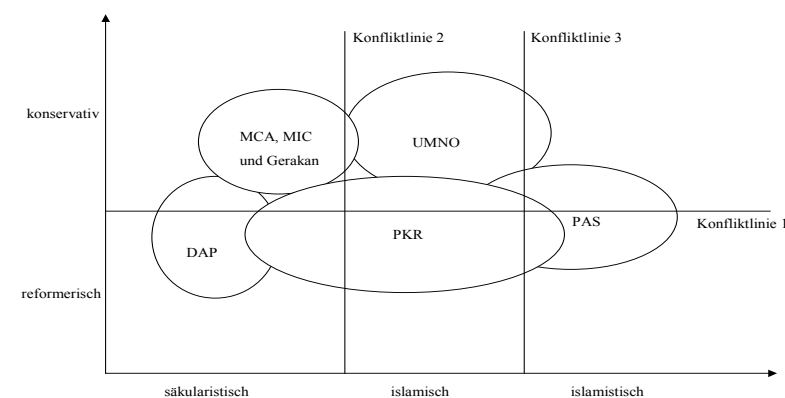
Quelle: Ufen 2005

In Malaysia treten meist zwei Parteien gegeneinander an, die dieselbe Ethnie repräsentieren, also etwa die UMNO gegen die PAS. Daher kann Ethnizität im Wahlkampf keine so prominente Rolle spielen, zumal die Parteien eine *catch-all*-Strategie verfolgen müssen.¹⁰ Die Parteien befinden sich permanent in einem Dilemma zwischen der Vertretung partikularer Interessen und eben dieser *catch-all*-Strategie, also zwischen einer *mobilizing* und einer *chasing strategy*.

Das ethnische *cleavage* spielt deshalb in Malaysia im Wahlkampf oft eine untergeordnete Rolle, anders als im alltäglichen, landesweiten politischen Diskurs. Die Opposition lehnt grundsätzlich den ethnischen Charakter der meisten Parteien ab. Die PKR und die DAP achten daher sehr genau darauf, dass auch Angehörige der anderen Ethnien in Vorstandspositionen gelangen. Diese Parteien definieren sich als multiethnisch.

In Malaysia ist die UMNO an der Ethnisierung und Islamisierung des politischen Diskurses und des Wahlkampfes interessiert, weil sie so am einfachsten die Entstehung eines multiethnischen Oppositionsbündnisses verhindern kann. Sie kann durch ein Arsenal von repressiven Gesetzen und die Kontrolle der Massenmedien Themen tabuisieren oder skandalisieren und den politischen Wettbewerb vielfach steuern. All das zeigt, dass anders als von Lipset und Rokkan konzipiert, die bewusste Konstruktion von *Cleavages* eine wichtige Rolle spielt.

Abbildung 2: Wichtigste Konfliktlinien im malaysischen Parteiensystem seit 1999*



3. STRATEGIEN DER WÄHLERMOBILISIERUNG UND PARTEITYPEN

Nach Rohrschneider (2002) lassen sich Parteien entlang eines *mobilizing-chasing*-Kontinuums anordnen: Mobilisierende Parteien sind in erster Linie ideologisch motiviert, versuchen, bestimmte *policies* durchzusetzen, sind somit weniger personalisiert und konzentrieren sich auf ihre Stammwähler. In diesem Sinne sind die Parteien in den Philippinen und in Thailand meist *chasing parties*, während in Indonesien und Malaysia die Mobilisierung im Vordergrund steht.

Birgitta Nedelmann unterscheidet drei Dimensionen der politischen Mobilisierung (Nedelmann 1987: 185f.): eine kognitive Dimension, bei der es um die Formation von Interessen geht, also um deren soziale

Konstruktion, wie also – und hier zitiert sie Marx – beispielsweise aus einer „Klasse an sich“ eine „Klasse für sich“ wird. Die affektive Dimension umfasst die Frage, wie emotionale Bindungen geschaffen, also etwa Feindbilder konstruiert und instrumentalisiert werden. Weitere Fragen, die in diesen Zusammenhang gehören, lauten: Wie kann man Menschen dazu bringen, sich emotional mit Parteien oder Weltbildern zu identifizieren? Gibt es gemeinsame Symbole und Rituale, also eine symbolische Repräsentation von Gruppensolidarität? Die dritte Dimension, die instrumentelle, bezieht sich auf Mobilisierungstechniken, die vom Gebrauch von Gewalt bis zu legalen Mitteln der Stimmenwerbung reichen. In Anlehnung an diese Analysen unterscheide ich drei Formen der Wählermobilisierung. Eine,

- die sich erstens aus einer starken Milieubindung und/oder Assoziierung mit Massenorganisationen ergibt, also eine *Cleavage*-basierte Wählermobilisierung,
- die zweitens in erster Linie auf den Aufbau einer Parteimaschine setzt, die mithilfe von Patronage weitverzweigte Netzwerke aufbaut, also eine Patronage-basierte Wählermobilisierung, und
- die auf dem Charisma einer oder weniger Personen in der Parteispitze gegründet ist, also eine personalistische Wählermobilisierung.

Die Mobilisierungsformen 2 und 3 wären nach Rohrschneider Strategien des *chasing*.

Die drei vorherrschenden Mobilisierungsformen korrespondieren mit drei Parteytypen in Indonesien.¹¹ Mehrere der großen und mittelgroßen Parteien sind an spezifische Milieus, für die bestimmte Weltanschauungen, Symbole und Vergemeinschaftungsformen typisch sind, gebunden. Die PKB ist unmittelbar aus der traditionalistischen, islamischen Massenorganisation *Nahdatul Ulama*, die nach eigenen Angaben ca. 40 Millionen Mitglieder haben soll, entstanden. Die PAN gilt als diejenige Partei, die eng an die modernistische, islamische Massenorganisation Muhammadiyah gebunden ist. Muhammadiyah soll etwa 30 Millionen Mitglieder haben und verfügt über ein Netz von Bildungsinstitutionen, Krankenhäusern etc. Das dritte Beispiel für eine an ein spezifisches Milieu gekoppelte Partei ist die islamistische PKS, eine straff organisierte Kaderpartei, die aus Zellen hervorgegangen ist, die schon in der Ära Suharto insbesondere an Hoch-

schulen organisiert waren (Furkon 2004). Auch die PDI-P unter Megawati Sukarnoputri ist eine gesellschaftlich verwurzelte Partei, die in erster Linie durch eine vom ersten indonesischen Präsidenten geprägte Ideologie eines populistischen, antikolonialistischen, antiwestlichen Nationalismus des „kleinen Mannes“ geprägt ist. Während die PKS ihre Wähler fast ausschließlich durch ihre moderat islamistische Ideologie und die von ihr propagierte und auch in der Parteiorganisation aktualisierte strenge politische Ethik mobilisiert¹², spielen bei der PKB, der PAN und der PDI-P auch charismatische Parteiführer (Abdurrahman Wahid, Amien Rais und Megawati Sukarnoputri) eine wichtige Rolle.

Von diesen eher milieugebundenen Parteien unterscheiden sich Golkar als eine typische Patronagemaschine und die *Partai Demokrat* als eine Partei, die fast vollkommen auf ihren einstigen Präsidentschaftskandidaten bzw. jetzigen Präsidenten Susilo Bambang Yudhoyono zugeschnitten ist. Die *Partai Demokrat* wird wahrscheinlich dann verschwinden, wenn auch ihr charismatischer Führer seine politische Laufbahn beendet. Golkar hat keine erkennbare Weltanschauung, wird auch nicht von charismatischen Personen geführt, sondern baut auf die Netzwerke, die in der Neuen Ordnung unter Suharto geschaffen worden waren.

In Malaysia besteht ein deutlicher Unterschied zwischen Regierungs- und Oppositionsparteien.¹³ Personalismus oder charismatische Herrschaft sind in fast allen Parteien von untergeordneter Bedeutung, insofern als der langfristige Wahlerfolg und der Bestand der Parteien nicht von einzelnen Personen abhängt. Nur in der PKR war ihre Entstehung und ist zum Teil ihre Attraktivität an die Person Anwar Ibrahim gebunden. Während die Oppositionsparteien nur in eingeschränktem Maße über die Fähigkeit zur Patronage verfügen, hängt der Wahlerfolg der BN-Parteien in starkem Maße von deren Zugang zu öffentlichen Aufträgen und Krediten, von der Vergabe von Stellen in der staatlichen Verwaltung etc. ab. Trotzdem ist in Malaysia bei fast allen Parteien eine starke Milieubindung von primärer Bedeutung für die Wählermobilisierung. Bei der PAS ist es die Bindung zu verschiedenen orthodox-muslimischen Milieus, d.h. einerseits zu Teilen der eher urbanen, konservativen malaiischen Mittelklasse, andererseits zu den nordmalaysischen Dorfbewohnern. Bei der PKR ist es die Verbindung zur multiethnischen, prodemokratischen *Reformasi*-Bewegung. Sowohl bei der oppositionellen DAP als auch bei mehreren Regierungsparteien ist diese Milieubindung lockerer. Wähler identifizieren sich mit diesen Parteien, weil sie besonders die Interessen bestimmter ethnischer

Gruppen repräsentieren, die emotionalen Bindungen beziehen sich also auf ein größeres Kollektiv.

Die BN-Parteien sind Hybridformen. Einerseits fungieren sie als Wahlmaschinen und Patronageagenturen, andererseits haben sie mittlerweile auch die Qualität von Massen- oder Massenintegrationsparteien angenommen. Sie sind multifunktionale Dienstleistungsagenturen, die sich für ihre Klientel in zahlreichen Bereichen einsetzen (Loh Kok Wah 2003). Der MIC beispielsweise sorgt dafür, dass indische Schulen gebaut werden. Vor ein paar Jahren konnte die Partei sogar den Bau einer eigenen Hochschule durchsetzen. Die Parteiuntergliederungen dienen auch als Beschwerde- und Beratungsstellen für Inder. Ähnliches gilt für die MCA, dessen *public complaints bureau* nationale Berühmtheit erlangt hat. Während die UMNO fast identisch mit dem Staatsapparat ist, haben die anderen BN-Parteien die Funktion, zwischen den politisch-administrativ dominierenden Malaien und den anderen ethnischen Gruppen auf höchster Ebene zu vermitteln. Das betrifft häufig bildungspolitische Fragen, da die verschiedenen ethnischen Gruppen größtenteils noch über eigene Bildungseinrichtungen verfügen, aber auch religionspolitische Fragen, also die Stellung der Minderheitenreligionen in einem Staat, in dem der Islam Staatsreligion ist und der im letzten Vierteljahrhundert weiter islamisiert wurde. Ein weiteres wichtiges Thema sind die beträchtlichen *bumiputera*-Privilegien, die selbst vom ehemaligen Premierminister Mahathir als kontraproduktiv in Frage gestellt wurden und die wegen der Benachteiligung etwa bei der Hochschulzugangsberechtigung oder bei der Ausschreibung öffentlicher Projekte bei der chinesischen und indischen Mittelklasse verhasst sind. Der MIC und die MCA sind Regierungsparteien, die die Interessen bedrängter Minderheiten vertreten und von der UMNO innerhalb der *Barisan Nasional* in den letzten Jahrzehnten zunehmend marginalisiert wurden.

4. ZUSAMMENFASSUNG

Sowohl in Malaysia als auch in Indonesien erfolgt die politische Mobilisierung in erster Linie durch die Politisierung relativ stabiler *Cleavages*. Eine solche Politisierung ist durchaus nicht typisch für südostasiatische Parteien: In den Philippinen und in Thailand werden *Cleavages* nur in Ansätzen in das jeweilige Parteiensystem „übersetzt“. In Malaysia werden Wähler – im Gegensatz dazu – durch die Politisierung von *Cleavages* und, im Falle der Regierungsparteien, durch Patronage sowie den Einsatz fest kontrollierter Massenmedien und einer mächtigen politisch-administrati-

ven Maschinerie mobilisiert. Diese Politisierung ist vor dem Hintergrund sich vielfach gegenseitig verstärkender Konfliktlinien zu sehen. Mit allen wichtigen Parteien lassen sich sehr konkrete programmatische Aussagen verbinden. Die politische Mobilisierung geschieht also auf der Basis tief verankerter Feindbilder, Ressentiments, affektiver Bindungen, sozialer Milieus und wohl definierter Kollektivinteressen.

Während beim Wahlkampf in Malaysia politische Alternativen klar formuliert werden, bewegen sich die meisten indonesischen Parteien vor dem Hintergrund sich gegenseitig schwächender Konfliktlinien in die politische Mitte, formulieren ihre Programme eher nebulös und legen sich auch im Wahlkampf selten fest. Für den Wähler ergeben sich so kaum erkennbare policy-Alternativen bei wichtigen wirtschaftspolitischen Fragen und mit Blick auf weitere demokratische Reformen. Dafür werden aber Milieubindungen mobilisiert bzw. religiös-weltanschauliche Haltungen angesprochen. Eine weitere Möglichkeit, dem Wähler glaubhaft den versprochenen Bruch mit den traditionellen Praktiken des Parteienkartells zu vermitteln, ist die Berufung auf die Integrität einzelner Spitzenpolitiker oder auf die beispielhafte Korruptionsbekämpfung in den eigenen Reihen wie bei der islamistischen PKS.

In Indonesien spielt die Politisierung von *Cleavages* ebenfalls eine herausragende Rolle. Allerdings sind anders als in Malaysia die Fronten sehr viel flüder, weil die Parteien gegenwärtig in einem Kartell die politisch-administrativen Spitzenpositionen unter sich aufteilen. Während also in Malaysia Konfliktlinien an der Zusammensetzung des politischen Personals und der Parteianhänger, an den Parteiprogrammen, an Gesetzesinitiativen und am Koalitionsverhalten sehr deutlich ablesbar sind, ergibt sich in Indonesien eine merkwürdige Trennung in parteipolitische Rhetorik einerseits und realpolitisches Verhalten andererseits.

1| Dieser Artikel entstand im Rahmen des DFG-Forschungsprojektes „Islam und Demokratie in Südostasien. Politischer Islam, Konfliktlinien und Demokratisierung in Indonesien und Malaysia“, das am GIGA Institut für Asien-Studien durchgeführt wurde. Ich bedanke mich für den sehr hilfreichen Kommentar von Prof. Jürgen Rüländ bei der GIGA-KAS-Tagung, auf der dieser Band beruht.

- 2] *In Indonesien brach 1998 das autoritäre Regime unter Präsident Suharto auf dem Höhepunkt der Asienkrise, nach monatelangen Demonstrationen und dem langsamen Zerfall der Regimekoalition zusammen. Seither befindet sich das Land in einem mühsamen Prozess der Demokratisierung (Bünthe/Ufen 2007). In Malaysia entstand ebenfalls im Gefolge der Asienkrise ein Konflikt zwischen Premierminister Mahathir Mohamad und seinem Stellvertreter Anwar Ibrahim, der zu dessen Entlassung und Inhaftierung und zur Entstehung der Reformasi-Bewegung führte, die u.a. aus Studenten- und Nichtregierungsorganisationen sowie mehreren Oppositionsparteien bestand. Das politische System Malaysias seit der Unabhängigkeit 1957 ist in der politikwissenschaftlichen Literatur wiederholt als „Semidemokratie“ beschrieben worden (Crouch 1996; Case 2002). Das System befindet sich seit Jahrzehnten in der Mitte von Autoritarismus und Demokratie und ist nicht in einem erkennbaren Zustand der Transition.*
- 3] *Zu den Problemen bei der Anwendung des Konzeptes auf nicht-europäische Parteiensysteme: Deegan-Krause 2006; Eith 2001; Enyedi 2005; Kitschelt 1995; Kriesi 1998; Lawson 1999; Randall 2001; Rüländ 2001; Stubager 2003; Torcal/Mainwaring 2003.*
- 4] *Dieser Konflikt findet eher innerparteilich statt, also etwa in der islamistischen, oppositionellen PAS. Dort reicht das Spektrum von erzkonservativen islamischen Gelehrten wie Abdul Hadi Awang und Nik Aziz bis zu den Geschäftsleuten und westlich ausgebildeten Akademikern, die vor allem für die Professionalisierung des Parteiapparates und der Öffentlichkeitsarbeit zuständig sind. In Malaysia spricht man vom Gegensatz zwischen ulama und professionals.*
- 5] *Zu den Parteienamen siehe die Anmerkungen zu den Abbildungen bzw. Tabellen.*
- 6] *Zu den letzten beiden Wahlen und zur Interpretation der Wahlergebnisse: Ananta/Arifin/Suryadinata 2004, 2005; Baswedan 2004; Hadiwinata 2006; Johnson Tan 2002, 2006; King 2003; Ufen 2006.*
- 7] *Die 1. Kammer, das Abgeordnetenhaus DPR (Dewan Perwakilan Rakyat), besteht gegenwärtig aus 550 Mitgliedern, die nach Verhältniswahlrecht in Mehrpersonenwahlkreisen gewählt werden. Die 2. Kammer, der Volkskongress MPR, besteht aus den DPR-Abgeordneten sowie 132 Parlamentariern, die nach Mehrheitswahlsystem in Mehrpersonenwahlkreisen auf Provinzebene gewählt werden und keiner Partei angehören dürfen. Hinzu kommen direkte Präsidentschaftswahlen seit 2004 und Direktwahlen für Bürgermeister, Distriktchefs und Gouverneure seit 2005.*
- 8] *Die Islaminterpretationen von Mahathir (1981-2003) bzw. Badawi prägen die Regierungspolitik und letztlich staatliches Handeln. Bei der UMNO war der religiöse Faktor lange von geringer Bedeutung, erst mit der Islamisierungspolitik Mahathirs trat die Betonung einer muslimischen Identität stärker in den Vordergrund. Das sekundäre Cleavage „Religion“ wurde fortan immer mehr zum primären, nur unterbrochen durch die Reformasi-Phase, in der sich die Konfrontation auf essentielle politische Institutionen fokussierte.*
- 9] *Malaysia hat ein bikamerales Parlament. Der weitgehend einflusslose Senat (Dewan Negara), das Oberhaus, hat 70 Mitglieder, von denen jeweils 2 Vertreter der 13 Bundesstaatsparlamente gewählt und 44 vom König auf Vorschlag des Premierministers ernannt werden. Die zweite Kammer ist das Repräsentantenhaus (Dewan Rakyat) mit gegenwärtig 219 Mitgliedern, die in relativer Mehrheitswahl in Einerwahlkreisen gewählt werden.*
- 10] *Zu den Wahlen: Funston 2000; Lim Hong Hai 2002; Loh Kok Wah/Saravannamuttu 2003; Puthucheary/Othman 2005; Ufen 2005; Welsh 2004.*
- 11] *Zu Parteien in Indonesien: Baswedan 2004; Johnson Tan 2002, 2006; Kompas 2004a, 2004b; Sherlock 2005; Slater 2004; Tomsa 2006; Ufen 2006, Rinakit 2007.*

- 12] *Insofern trifft auf diese Partei das zu, was Rohrschneider (2002: 377) als organisatorische Innovation bezeichnet, die als Teil des Wahlkampfes thematisiert wird, um die Attraktivität der Partei für die Wähler zu steigern.*
- 13] *Vgl. zu einzelnen Parteien bzw. zum Parteiensystem: Brown 2004; Farish Noor 2004; Gomez 1988; Hwang In-Wong 2003; Ufen 2005; Welsh 2004.*

LITERATUR

- ANANTA, ARIS, EVI N. ARIFIN und LEO SURYADINATA. 2004. *Indonesian Electoral Behaviour. A Statistical Perspective*. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies.
- ANANTA, ARIS, EVI N. ARIFIN und LEO SURYADINATA. 2005. *Emerging Democracy in Indonesia*. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies.
- BASWEDAN, ANIES. 2004. „Political Islam in Indonesia“. In: *Asian Survey*, 44, 5, S. 669-690.
- BROWN, GRAHAM. 2004. „The Enemy of My Enemy? Opposition Parties during the Mahathir Years“. In: *Bridget Welsh (Hrsg.). Reflections. The Mahathir Years*. Washington, DC: Johns Hopkins University, S. 96-109.
- BÜNTE, MARCO und ANDREAS UFEN. (Hrsg.). *Democratization in Post-Suharto Indonesia*. London: Routledge, i. E.
- DEEGAN-KRAUSE, KEVIN. 2006. „New Dimensions of Political Cleavage“. In: *Russell J. Dalton und Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.). Oxford Handbook of Political Science*. Oxford: Oxford University Press, http://ecpr2007cleavages.pbwiki.com/f/Deegan-Krause_New%20Dimensions%20of%20Political%20Cleavage.pdf, gelesen am 05.04.2007.
- EITH, ULRICH und GERD MIELKE. (Hrsg.). 2001. *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- EITH, ULRICH. 2001. „Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme: Möglichkeiten und Grenzen eines überregionalen Vergleichs“. In: *ders., Gerd Mielke (Hrsg.). 2001. Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme. Länder- und Regionalstudien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 322-335.

- ENYEDI, ZOLTÁN. 2005. „The Role of Agency in Cleavage Formation“. In: *European Journal of Political Research*, 44, S. 697–720.
- FARISH A. NOOR. 2004. *Islam embedded. The historical development of the Pan-Malaysian Islamic Party PAS (1951-2003)*. 2 Bände. Kuala Lumpur: Malaysian Sociological Research Institute.
- FLORA, PETER. 2000. „Einführung und Interpretation“. In: Rokkan, Stein. *Staat, Nation und Demokratie in Europa*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 14-119.
- FUNSTON, JOHN. 2000. „Malaysia's Tenth Elections: Status Quo, Reformasi or Islamization?“. In: *Contemporary Southeast Asia*, 22, S. 23-59 .
- FURKON, AAY MUHAMAD. 2004. *Partai Keadilan Sejahtera. Ideologi dan Praksis Politik Kaum Muda Muslim Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Teraju.
- GOMEZ, EDMUND TERENCE. 1998. „Malaysia“. In: Sachsenröder, Wolfgang und Frings, Ulrike (Hrsg.), *Political Party Systems and Democratic Development in East and Southeast Asia*. Vol. 1: Southeast Asia, Aldershot, Brookfield, Singapore, Sydney: Ashgate, S. 226-288.
- HADIWINATA, BOB S. 2006. „The 2004 Parliamentary and Presidential Elections in Indonesia. In: Croissant, Aurel und Martin, Beate (Hrsg.). *Between Consolidation and Crisis. Elections and Democracy in Five Nations in Southeast Asia*. Berlin: LIT-Verlag, S. 85-146.
- HWANG IN-WONG. 2003. *Personalized Politics. The Malaysian State under Mahathir*. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies.
- JOHNSON TAN, PAIGE. 2002. „Anti-Party Reaction in Indonesia: Causes and Implications“. In: *Contemporary Southeast Asia*, 24, 3, S. 484-508.
- JOHNSON TAN, PAIGE. 2006. „Indonesia Seven Years after Soeharto: Party System Institutionalization in a New Democracy“. In: *Contemporary Southeast Asia*, 28, 1, S. 88-114.

- KARVONEN, LAURI und STEIN KUHNLE. (Hrsg.). 2001. *Party Systems and Voter Alignments Revisited*. London: Routledge.
- KING, DWIGHT Y. 2003. *Half-Hearted Reform. Electoral Institutions and the Struggle for Democracy in Indonesia*. Westport, Conn.: Praeger.
- KITSCHOLT, HERBERT. 1995. „Formation of Party Cleavages in Post-Communist Democracies. Theoretical Propositions“. In: *Party Politics*, 1, 4, S. 447-472.
- KOMPAS. 2004a. *Peta Politik Pemilihan Umum 1999-2004*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- KOMPAS. 2004b. *Partai-Partai Politik Indonesia. Ideologi dan Program 2004-2009*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- KRIESI, HANSPETER. 1998. „The Transformation of Cleavage Politics“. In: *European Journal of Political Research*, 33, S. 65-85.
- LAWSON, KAY. 1999. „Cleavages, Parties and Voters“. In: Kay Lawson, Andrea Römmele und George Karasimeonov, (Hrsg.). *Cleavages, Parties and Voters: Studies from Bulgaria, the Czech Republic, Poland and Romania*. Westport, Conn.: Praeger, S. 19–36.
- LAWSON, KAY, ANDREA RÖMMELE und GEORGE KARASIMEONOV, (Hrsg.). 1999. *Cleavages, Parties and Voters: Studies from Bulgaria, the Czech Republic, Poland and Romania*. Westport, Conn.: Praeger.
- LIM HONG HAI. 2002. „Electoral Politics in Malaysia: 'Managing' Elections in a Plural Society“. In: Croissant, A. (Hrsg.). *Electoral Politics in Southeast and East Asia: A Comparative Perspective*. Singapur: Friedrich Ebert Stiftung, S. 101-148.
- LIPSET, SEYMOUR M. und STEIN, ROKKAN. 1967a. „Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction“. In: dies. (Hrsg.). *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. New York: Routledge, S. 1-64.

- LIPSET, SEYMOUR M. und STEIN ROKKAN. (Hrsg.). 1967b. *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. New York: Routledge.
- LOH KOK WAH, FRANCIS. 2003. „Towards a New Politics of Fragmentation and Contestation“. In: ders., Saravanamuttu, J. (Hrsg.). *New Politics in Malaysia*. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies, S. 253-282.
- LOH KOK WAH, FRANCIS und JOHAN SARAVANAMUTTU. (Hrsg.). 2003. *New Politics in Malaysia*. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies.
- MIELKE, GERD. 2001. „Gesellschaftliche Konflikte und ihre Repräsentation im deutschen Parteiensystem. Anmerkungen zum Cleavage-Modell von Lipset und Rokkan“. In: Eith, Mielke (Hrsg.): *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme*. Länder- und Regionalstudien. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 77-95.
- MUJANI, SAIFUL und WILLIAM R. LIDDLE. 2007. „Leadership, Party and Religion: Explaining Voting Behavior in Indonesia“. In: *Comparative Political Studies*, 40, 7, 2007, S. 832-857.
- NEDELMANN, BIRGITTA. 1987. „Individuals and parties – changes in processes of political mobilization“. In: *European Sociological Review*, 3, 3, S. 181-202.
- PUTHUCHEARY, MAVIS und NORANI OTHMAN (Hrsg.). 2005. *Elections and Democracy in Malaysia*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- RANDALL, VICKY. 2001. „Party Systems and Voter Alignments in the New Democracies of the Third World“. In: Karvonen, Lauri und Stein Kuhnle (Hrsg.). *Party Systems and Voter Alignments Revisited*. London: Routledge, S. 238–260.
- RINAKIT, SUKARDI. 2007. „Indonesia“. In: Konrad-Adenauer-Stiftung (ed.). *Parties and Democracy. The KAS Democracy Report 2007*. Bonn: Bouvier, S. 138-156.

- ROHRSCHEIDER, ROBERT. 2002. „Mobilizing versus Chasing: How Do Parties Target Voters in Election Campaigns?“. In: *Electoral Studies*; 21, 3, September. S. 367-382.
- ROKKAN, STEIN. 2000. *Staat, Nation und Demokratie in Europa*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- RÜLAND, JÜRGEN. 2001. „Politische Parteien, Zivilgesellschaft und Modernisierung in Demokratien der Dritten Welt“. In: Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.). 2001. *Gesellschaftliche Konfliktlinien und Parteiensysteme*. Länder- und Regionalstudien. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 34-60.
- SHERLOCK, STEPHEN. 2005. „The Role of Political Parties in a Second Wave of Reformasi“. Jakarta: UNSFIR.
- SLATER, DAN. 2004. „Indonesia’s Accountability Trap: Party Cartels and Presidential Power after Democratic Transition“. In: *Indonesia*, No. 78, S. 61-92.
- STUBAGER, RUNE. 2003. *Cleavages Re-Formulated: The Development of a Sociostructurally Anchored Definition*. Paper presented at the European Consortium of Political Research, Edinburgh: <http://www.ps.au.dk/stubager/Project1/Cleavages%20Reformulated%20ECPR%2003.pdf>, gelesen am 22.3.2007.
- TOMSA, DIRK. 2006. *Uneven Party Institutionalization in Indonesia: Explaining the Enduring Strength of Golkar in the Post-Suharto Era*. PhD Diss., Melbourne: Asia Institute, The University of Melbourne.
- TORCAL, MARIANO und SCOTT MAINWARING. 2003. „The Political Recrafting of Social Bases of Party Competition: Chile, 1973–95“. In: *British Journal of Political Science*, 33, S. 55-84.
- UFEN, ANDREAS. 2005. „Die 11. nationalen Wahlen in Malaysia: Semikompetitive Wahlen, cleavages und Demokratisierungsblockaden in einem hybriden Regime“. In: *Internationales Asienforum*, 36, 1-2, S. 49-74.

- UFEN, ANDREAS. 2006. *Political Parties in Post-Suharto Indonesia: Between „politik aliran“ and „Philippinisation“*. GIGA Working Paper 37. Hamburg.
- WELSH, BRIDGET. 2004. „Shifting Terrain: Elections in the Mahathir Era“. In: dies. (Hrsg.). *Reflections. The Mahathir Years*. Washington, DC: Johns Hopkins University, S. 119-133.
- ZUCKERMAN, ALAN S. 1975. „Political Cleavage: A Conceptual and Theoretical Analysis“. In: *British Journal of Political Science*, 5, 2, S. 231-248.

GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKT-LINIEN UND WÄHLERMobilisierung IN INDIEN

Joachim Betz

1. EINFÜHRUNG

Indische Parteien haben manche gesellschaftliche Konfliktlinien nicht oder kaum genutzt, die bei der Ausbildung der europäischen Parteiensysteme eine prominente Rolle spielten. Stattdessen haben sie dort unbekannte oder sekundäre Scheidelinien aufgegriffen und durch ihr eigenes politisches Handeln intensiviert. Hinsichtlich dieser Unterschiede bei der politischen Mobilisierung durch Parteien ist Indien kein Einzelfall in der Gruppe der demokratischen Systeme in Entwicklungs- und Transitionsländern. Auffällig ist aber erstens, dass sich die heute politisch relevanten Konfliktlinien erst nach und nach ausprägten, in den ersten beiden Dekaden der unabhängigen Republik nur in Ansätzen und bei nur mäßigem Erfolg jener Parteien, die quer zur *catch-all*-Strategie der Kongresspartei gesellschaftliche Konfliktlinien aufgegriffen. Zweitens erhielten Konfliktlinien stärkere Prominenz, die sich eigentlich durch die sozio-ökonomische Modernisierung eher hätten abschwächen müssen (etwa die Scheidung in Ober- und Unterkastige, die Hindumehrheit und die religiösen Minderheiten), andere, welche sich durch diese Modernisierung hätten intensivieren müssen (zwischen

Kapital und Arbeit, Land und Stadt) schwach ausgeprägt blieben. Dies ist drittens auch eine Folge der Tatsache, dass Parteien und das von ihnen bestimmte Regierungshandeln vorhandene Konfliktlinien nicht etwa nur reaktiv mobilisierten, sondern diese durch ihr Tun – in den vom institutionellen *Set-up* und den Strategien ihrer Konkurrenten gesetzten Grenzen – bewusst machten, zuspitzten und neu strukturierten (Chhibber 2001). Mit Händen zu greifen ist dies vor allem bei der politisch bestimmten Verteilung von Lebenschancen durch gruppenbezogene Reservierungen auf der Basis auch politisch gesetzter Gruppenzugehörigkeit, durch staatliche Subventionen und Vergünstigungen oder bei der bewussten Verschärfung religiös definierter Gegensätze zwischen Moslems und Hindus durch die BJP (s.u.). Schließlich ist viertens weniger auffällig, dass Parteien nach sehr unterschiedlichen sozialen bzw. Identitätsmerkmalen mobilisieren, wohl aber, dass sich die aktivierten Scheidelinien regional erheblich unterscheiden. Ist in manchen Regionen (v.a. im Süden und im Nordosten des Landes) der ethnische/sprachliche Faktor besonders relevant, so spielen im Zentrum v.a. die Kastenzugehörigkeit die wichtigste Rolle, während in Westbengalen und in Kerala stärker sozioökonomische Scheidelinien bei der Wählermobilisierung eine entscheidende Rolle spielen (Yadav 1999; Chakrabarty 2003).

Diese je unterschiedliche politische Prominenz von Scheidelinien weist darauf hin, dass es natürlich nicht allein auf das parteipolitische Handeln ankommt, um diese zu aktivieren, es muss auch ein günstiges gesellschaftliches Umfeld vorhanden sein. In Südindien, wo die niederen Kasten früh und effektiv politisch mobilisiert wurden und die Oberkastigen aus der politischen Macht verdrängten, ist mit ausschließlich kastenbasierten Parteien wenig Staat zu machen, in Zentralindien, wo die Oberkastigen (durch ihren höheren Bevölkerungsanteil und die Beharrungstendenzen der sozioökonomischen Verfasstheit) nur langsam und unvollständig aus den Schaltstellen der Macht verdrängt werden konnten, aber durchaus (Weiner 2001; Jaffrelot 2003). In Kerala und Westbengalen, hatten linke Parteien wegen des hohen Bildungsgrades der Bevölkerung, deren früher politischer Bewusstwerdung und einem überdurchschnittlichen Industrialisierungsgrad (in Westbengalen) leichteres Spiel als in den ganz überwiegend agrarisch und patriarchalisch/klientelistisch geprägten Regionen. Diese Unterschiede verweisen gleichzeitig darauf, dass nationale Parteien, die nach panindischen Konfliktlinien zu mobilisieren versuchen, einen schweren Stand haben. Sie verweisen auch auf die Gründe, warum das einstige Kongresssystem, d.h. einer auf allen Ebenen des politischen

Systems dominanten Partei, welche auch den Staatsapparat kolonisierte, nur so lange Bestand haben konnte, wie der Nimbus des Kongress als Vorkämpfer der Freiheit anhielt, politisch nicht inkorporierte Gruppen nicht aufbegehrten und sich nicht in Parteien mit jeweils gruppenspezifischer gesellschaftlicher Mobilisierung organisierten.

Zunächst soll begründet werden, warum Konfliktlinien, welche in der Entwicklung der westeuropäischen Parteisysteme eine große Rolle spielten, dies in Indien nur eingeschränkt taten bzw. eine wichtiger werdende Rolle erst durch Partei- bzw. Regierungshandeln zugunsten oder zu Lasten bestimmter Klientelgruppen bekamen. Im Zusammenhang damit sollen spezifisch indische Konfliktlinien behandelt werden, die von nahezu allen Parteien zunehmend stärker beachtet und aktiviert worden sind (Abschnitt 2). Anschließend ist zu überlegen, mit welchen Mitteln dies geschieht, ob also Wähler durch programmatische oder identitätsbezogene Appelle, Patronageversprechungen oder andere Mittel mobilisiert werden und inwieweit sich der Mitteleinsatz im Zeitablauf und nach Parteien/Wählergruppen veränderte (Abschnitt 3). Schließlich soll betrachtet werden, wie und aus welchen Gründen sich gesellschaftliche Konfliktlinien verändert haben, welche Rolle dabei der gesellschaftliche Wandel, die Erosion kollektiver Identitäten und das Parteienhandeln selbst gespielt haben (Abschnitt 4).

2. GESELLSCHAFTLICHE KONFLIKTLINIEN IN INDIEN UND IHR AUFGREIFEN DURCH PARTEIEN

Die unterschiedliche Ausprägung gesellschaftlicher Konfliktlinien in Indien wie in anderen demokratischen Entwicklungsländern im Vergleich zu Westeuropa hat einerseits – dies ist eine banale Erkenntnis – mit dem unterschiedlichen Entwicklungsstand zum Zeitpunkt der demokratischen Transition zu tun. In Indien wurde das allgemeine Wahlrecht vor der breitenwirksamen Industrialisierung, vor vollständiger Alphabetisierung und vor der Ausprägung eines gesamtindischen Nationalbewusstseins eingeführt. Gleichzeitig waren hier die Parteien wie in anderen Entwicklungsländern früher bei der Informationsvermittlung der Konkurrenz durch die modernen Medien ausgesetzt (Mainwaring 1999), haben diese auch vergleichsweise früher zur Wählermobilisierung nutzen können als ihre klassischen Vorbilder. Schließlich ist auch die gesellschaftliche Fragmentierung in Indien (in sprachliche, ethnische, religiöse und Kastengemeinschaften) nahezu beispiellos, wobei sich Zugehörigkeiten stark

überschneiden. Dies erschwert die Bildung von Parteien, die sich an vorhandenen nationalen Konfliktlinien orientieren wollen ungemein. Von daher waren indische Parteien, wenn sie denn nicht wie der Kongress alle Wähler erfassen wollten, darauf angewiesen, bislang schwach ausgeprägte Scheidelinien zu intensivieren und neue Gruppenallianzen, also im wesentlichen imaginierte Gemeinschaften zu schaffen (zum Folgenden v.a. Rösel/Jürgenmeyer 2001).

Die Konfliktlinie zwischen Zentrum und Peripherie war einige Jahre wenig virulent, weil die Kongresspartei letztlich eine Föderation regionaler politischer Führer und der von ihnen kooptierten und einflussreichen Landbesitzer vor Ort war. Sie artikulierte sich stärker durch Versuche der Zentralregierung, eine gesamtindische kulturelle Identität durchzusetzen (nebst Hindi als alleiniger Nationalsprache) und dagegen gerichteter Versuche v.a. südindischer Parteien, die eigene kulturelle Identität und die Beschäftigungschancen der Landeskinder zu wahren, die Hindi nur begrenzt beherrschten. Träger dieser Bestrebungen waren naturgemäß die nur in der jeweiligen Landessprache (bzw. im englischen Medium) ausgebildete Mittelschichten und die ihr nahestehenden Schichten der Kleinunternehmer und Mittelbauern. Diese konnten sich zudem noch, da Angehörige der obersten Kasten nur einen kleinen Teil der Bevölkerung ausmachten, als Speerspitze gegen die Dominanz des Brahmanentums profilieren. Diese Konfliktlinie verlor mit der 1956 einsetzenden Gebietsreform, also der Schaffung neuer oder geographisch neu zugeschnittener Bundesstaaten nach sprachlichen Kriterien, an Schärfe. Das verhinderte nicht, dass die einschlägigen Regionalparteien mit nun weniger radikaler Programmatik überlebten.

Die Konfliktlinie zwischen Anhängern eines laizistischen und eines stärker an der religiösen Mehrheit ausgerichteten Staates prägte sich deutlich erst in den 1980er Jahren aus, zumindest teilweise als Reaktion auf das „Verhätscheln“ der Minderheiten durch die Kongressregierungen, wogegen sich eine Partei – die BJP – als Vertretung der benachteiligten Hindu-mehrheit profilierte. Mit dem Verhätscheln war u.a. der Fortbestand eines eigenen Zivilrechts für die moslemische Minderheit, der Autonomiestatus von Kaschmir und die sich stark ausweitenden Reservierungen gemeint. Die BJP versuchte diese, aus ihrer Sicht die Hindueinheit gefährdenden politischen Entscheidungen durch gezielte Aktionen zur Stiftung religiösen Unfriedens zu konterkarieren, am spektakulärsten bei der von ihr und ihren Vorfeldorganisationen angezettelten Erstürmung der Moschee

in Ayodhya. Sie konnte zunächst die urbanisierten Mittelschichten und die Oberkastigen mobilisieren, deren Lebenschancen durch die Reservierungspolitik am meisten beeinträchtigt wurden und die der tradierten Gesellschaft am meisten entfremdet und daher besonders orientierungsbedürftig waren (Bhatt 2004).

Deutlich wird aus diesen Ausführungen, dass es bei dieser Konfliktlinie nicht so sehr um die Rolle der Kirche im Staat geht – zumal eine Amtskirche im Hinduismus unbekannt ist –, sondern stärker um die kulturelle Dominanz der Mehrheitsreligion bzw. Unterwerfung der Minderheitsreligionen, weniger um einseitige materielle Begünstigungen. Dennoch oder gerade deswegen hat die Virulenz dieses Konflikts zugenommen, zumal auch die natürlichen Stabilisierungsfaktoren seiner Einhegung (also die hohe Fragmentierung der Hindugemeinschaft) im Zuge der Modernisierung abnehmende Kraft entfalten.

Die Konfliktlinie zwischen Stadt und Land ist in Indien schwach ausgeprägt, weil Wahlen wegen geringer Urbanisierung und mäßigem Gewicht des Industriesektors immer noch auf dem Lande gewonnen werden. Man kann mit gutem Recht sogar sagen, dass eine der Industrialisierung vorausgehende Demokratisierung des Landes geradezu zu einer politischen Ermächtigung der Bauern geführt hat. Eine straff organisierte Bauernpartei konnte oder brauchte sich deswegen nicht zu bilden; keine regierende Koalition der letzten zwei Dekaden wagte, die Vergünstigungen für die Landwirtschaft abzubauen (Varshney 1995). Die Konfliktlinie zwischen Kapital und Arbeit wird wenigstens ansatzweise von den kommunistischen und den übrig gebliebenen sozialistischen Splitterparteien genutzt. Freilich ist die indische „Arbeiterklasse“ gewerkschaftlich stark zersplittert, Lohnarbeiter im modernen Sektor stellen einen geringen Teil der Gesamtbevölkerung und sind überdies relativ privilegiert und auch etliche andere Parteien kultivierten eine sozialistische Rhetorik. Schließlich waren die kommunistischen Parteien wegen des schwachen Umfangs eines industriellen Proletariats genötigt, im Wesentlichen die Klein- und Mittelbauern zu mobilisieren. Facharbeiter wählten in den stark industrialisierten Distrikten vornehmlich die Kongresspartei (Malhotra 1990; Mallick 1994). Mit der wirtschaftlichen Liberalisierung des Landes nach 1991 hat sich eine wirtschaftliche Konfliktlinie zwischen den Profiteuren des Kurswechsels und den Verlierern zweifelsohne intensiviert. Letztere haben zumindest teilweise der Kongresspartei und ihren Koalitionspartnern zum Siege verholfen. Ursächlich dafür waren die bescheidenen Be-

schäftigungseffekte der Liberalisierung (die sich auf den IT-Sektor und wenige industrielle Bereiche konzentrierten) und das Abhängen der wachstumsarmen Regionen sowie der Landwirtschaft.

Indische Parteien mobilisieren nach einer ansonsten eher seltenen Konfliktlinie, nämlich der Zugehörigkeit nach Kasten bzw. Kastengruppen. Ohne an dieser Stelle das Kastenwesen und seine gesellschaftlichen Bedeutung darstellen zu wollen, sei so viel gesagt: Es gibt Tausende von Kasten in Indien mit durchaus noch stark endogamen Charakter aber abnehmender Prägekraft der durch Zugehörigkeit zu ihnen vermittelten bzw. verwehrten sozialen Aufstiegschancen. Kastenhierarchien unterscheiden sich lokal deutlich ebenso wie die Dominanz bestimmter Kasten, die durchaus nicht rigide Grenzen haben und kollektiven Auf- oder Abstieg ermöglichen (vgl. Bayly 1999: Kap. 8). Es gibt eine gewisse, allerdings abnehmende Kongruenz von sozioökonomischem und Kastenstatus, ein beachtliches Ausmaß von Gewalttätigkeiten gegen und von sozialer Exklusion der Niedrigkastigen, die eigentlich schon eine frühe politische Instrumentierung dieser Konfliktlinie nahe gelegt hätte. Dies geschah nach der Unabhängigkeit zunächst nur begrenzt, weil Unberührbarkeit verfassungsgemäß für abgeschafft erklärt wurde, den sogenannten Kastenlosen und den Stammesangehörigen reservierte Sitze in den Parlamenten, Quoten bei den Stellen im Staatsapparat und in der Hochschulausbildung eingeräumt wurden und sich überdies die Kongresspartei immer als Fürsprecher der Unterprivilegierten profilierte. Im Jahre 1972 trat mit den *Dalit Panthers* aber eine vergleichsweise militante Partei der Unberührbaren auf, die ein frühes Ende fand, 1984 jedoch von einer neuen Partei (der BSP) abgelöst wurde, die vollständige soziale Transformation auf ihre Fahnen schrieb, zunehmend auch andere Gruppen als die Unterkastigen zu mobilisieren vermochte und im größten Unionsstaat (Uttar Pradesh) mehrmals an einer Koalitionsregierung beteiligt war und dort 2007 die Alleinherrschaft übernahm.

Die niedrigen Kasten, also nach der Tradition jene der Bauern und Handwerker, für die zunächst verfassungsgemäß keine Sonderbehandlung (affirmative Aktion) vorgesehen war, wurden in wachsendem Maße von den schon erwähnten Regionalparteien mobilisiert, die sich vom Süden des Landes über ganz Indien ausdehnten, zuletzt in den hindisprachigen Kerngebieten mit traditionell starker wirtschaftlicher und sozialer Dominanz der oberen Kasten. Diese Regionalparteien appellieren relativ direkt an die Solidarität der von ihnen vertretenen Kastengruppen, kämpfen gegen Vorurteile wegen ihres niederen rituellen Status, verlangen soziale

Gerechtigkeit und Wiedergutmachung erfahrener Zurücksetzung und nutzen dabei als Vehikel die Forderung nach zusätzlichen Reservierungen im öffentlichen Dienst und in der Hochschulausbildung (Varshney 2000). Der Aufstieg der Eliten dieser „Other Backward Castes“ (die immerhin einen Bevölkerungsanteil von über 40 Prozent haben) wurde in den etablierten nationalen Parteien lange Zeit blockiert, ihr Anteil an den Sitzen im Unterhaus betrug in den 1970er Jahren knapp zehn Prozent (Jaffrelot 2000: 98). Folgerichtig liefen sie zunächst zu den sozialistischen Parteien oder gründeten parallel zu deren Niedergang selbst neue Parteien. Deren Aufstieg korrelierte ganz eindeutig mit der unterschiedlich raschen sozio-politischen Emanzipation dieser Gruppen und der unterschiedlichen Fähigkeit der etablierten Parteien, diese Gruppen bzw. deren Elite zu inkorporieren (Chandra 2004: Kap. 5). Wichtig ist, dass diese neuen Parteien nicht einfach bestehende Kasten oder Kastengruppen mobilisierten, weil dies bei deren starker Zersplitterung kaum den Wahlsieg ermöglicht hätte, vielmehr mussten Zugehörigkeit zu Kastengruppen, der Status einzelner Kasten und die Allianzfähigkeit mit anderen Gruppen oft erst neu definiert oder später umdefiniert werden (Yadav 1999: 2398).

So ist denn die Mobilisierung nach Kastenzugehörigkeit keineswegs ein gesellschaftliches Relikt der Vormoderne (so etwa Kaviraj 1999: 17), sondern eine höchst neuzeitliche politische Strategie, mitunter schon über den Namen identifizierbare Merkmale der politischen Ein- und Ausgrenzung parteitaktisch zu nutzen (Kaviraj 1999; Weiner 2001). Dies hat sich für die niederen Kasten durchaus ausgezahlt. Sie erreichten nicht nur, dass Mitte der 1990er Jahre weitere 27 Prozent der Stellen im öffentlichen Dienst und in der Hochschulausbildung für die Angehörigen der niederen Kasten reserviert wurden, sie stellen heute etwa ein Drittel aller Abgeordneten im Unterhaus und können durch die Führung etlicher unionsstaatlicher Regierungen ihre Klientel mit staatlichen Subventionen und Postenvergabe bedienen. Ihr Stimmgewicht hat es auch mit sich gebracht, dass sich die großen nationalen Parteien bemüht haben, durch sogenanntes *Social Engineering* ihren Oberkastencharakter sukzessive abstreifen. Jaffrelot (2000) zeigt verschiedentlich, wie auch die BJP ab den 1990er Jahren den Anteil ihrer niedrigkastigen Amtsträger selbst im traditionellen Hindigürtel deutlich gesteigert hat. Es versteht sich von selbst, dass Niedrigkastige und ihre parteilichen Vertretungen mit diesen relativen Erfolgen in ihrer Mobilisierungsstrategie eher bestärkt wurden, Kastenzugehörigkeit politisch also keineswegs erodiert, sondern politisch bedeutsam bleibt.

Zusammenfassend kann man sagen, dass indischen Parteien trotz anfänglich mäßiger Ausprägung jener Konfliktlinien, welche die Entwicklung westlicher Parteiensysteme prägten, durchaus Möglichkeiten offen stehen, diese und andere Konfliktlinien aufzugreifen, zu strukturieren und durch gruppenbezogene Begünstigungen zu verstärken. Die Aktivierung von Konfliktlinien ist nicht beliebig, sondern vor dem Hintergrund der jeweiligen sozioökonomischen oder soziokulturellen Gegebenheiten zu sehen. Entsprechend setzen die Regionalparteien auf die urban-ländliche Konfliktlinie, die Kommunisten (begrenzt) auf die sozioökonomische, die BJP die säkular-religiöse, fast alle Parteien auf die Konfliktlinie zwischen Hoch- und Niedrigkastigen (Thakur 1995).

3. AKTIVIERUNG DER KONFLIKTLINIEN DURCH PROGRAMME, KAMPAGNEN UND GRUPPENBEZOGENE PATRONAGE

Die Aktivierung der gesellschaftlichen Konfliktlinien setzt voraus, dass einschlägige Gruppen sich ihrer Identität und Interessen bewusst sind oder werden und sich Parteien dieser Interessen und Forderungen annehmen, sie sinnvoll aggregieren und in den politischen Raum tragen. Sie tun dies auch immer noch durch programmatische Bemühungen, die sich in Indien wie anderswo in Parteistatuten und -programmen, Wahlmanifesten und Äußerungen zu spezifischen Fragen wiederfinden. Indische Parteistatute und -programme definieren recht wolkige Ziele von Demokratisierung, Säkularisierung, sozialem Fortschritt, Friedensbeitrag Indiens und Wahrung der territorialen Integrität, gegen die kaum jemand etwas haben kann. Die kommunistischen Parteien fallen etwas aus dem Rahmen, weil sie ihre schon etwas bejahrten Programme mit Rücksicht auf die Altkader nur vorsichtig anzupassen vermochten. Im Parteistatut etwa wird immer noch als Ziel die Diktatur des Proletariats vorgegeben, im Programm aus dem Jahr 2000 wird daraus ein um direkt-demokratische Elemente angereichertes parlamentarisches System. Die Abschleifung einstmals radikaler programmatischer Rhetorik kann auch bei den Hindunationalisten konstatiert werden. Insgesamt konvergieren indische Parteien programmatisch seit Jahren deutlich wahrnehmbar, liegen in etlichen Fragen – etwa den Vorstellungen zur Demokratie, zur Förderung von Chancengleichheit, zur Gleichberechtigung von Frauen, zur weiteren Dezentralisierung – kaum oder gar nicht auseinander, in Fragen der Sicherheits- und Außenpolitik nur minimal (Ausreißer sind hier nur die kommunistischen Parteien). Substantielle Unterschiede gibt

es nur in Bezug auf den säkularen Charakter des Staates, die Politik gegenüber den Minderheiten und die Wahrung regionaler Autonomie Kaschmirs.

Versuchen wir die programmatischen Differenzen zwischen indischen Parteien auf Konfliktachsen einzufangen, wird sofort augenfällig, dass man wohl mit drei Dimensionen hantieren muss: Neben eine Achse „soziale Gerechtigkeit/Marktfreiheit“ treten eine Achse „säkular/Mehrheitskultur“ und eine schwächere „Zentrum/Peripherie“. Unter den beiden letztgenannten Achsen wären auch der Schutz der Minderheiten gegenüber der Mehrheit bzw. affirmative Aktionen zugunsten der niedrigen Kasten zu subsumieren. Eine Achse Land/Stadt entfällt, weil alle Parteien angeblich eine bauernfreundliche Politik betreiben wollen, diese auch mit fortgesetzter Begünstigung niedriger Kasten zusammenfällt. Die nationalen indischen Parteien bzw. die in ihren Staaten herrschenden Regionalparteien siedeln sich in diesem Schema alle relativ nahe dem Nullpunkt an, besetzen aber jeweils unterschiedliche Segmente.

Man mag zu Recht die Frage stellen, welche Mobilisierungskraft und Diskriminationsfähigkeit Parteiprogramme und Wahlmanifeste indischen Wähler bieten, die oftmals über wenig Lese- und noch weniger Interpretationsfähigkeit relativ schwacher programmatischer Differenzen verfügen, überdies auch weder Zeit noch Interesse haben, diese Druckwerke zur Kenntnis zu nehmen. Man kann sich auch fragen, ob ausformulierte Parteiprogramme etwas aussagen über die tatsächliche ideologische Geschlossenheit von Parteien, zumal Differenzen innerhalb dieser oft ausgeprägter sind als zwischen ihnen. Überdies ändert sich der Positionsbezug deutlich bei Übernahme oder Abgabe der Regierungsverantwortung (besonders in Fragen der wirtschaftlichen Liberalisierung) und steht mitunter auch in gewissem Kontrast zur Regierungspraxis. Schließlich koalieren auch Parteien mit recht unterschiedlicher, mitunter gegensätzlicher Programmatik wie bei den beiden, von der BJP auf der Ebene des Bundes geführten Regierungen (ab 1998 bzw. 1999). Dort standen der BJP als Protagonistin einer Einheitskultur und wirtschaftlicher Liberalisierung regionalistische und autonomistische Kleinparteien staatswirtschaftlicher Couleur zur Seite. Noch augenfälliger war der Kontrast bei der Koalition zwischen der Partei der Unterkastigen (der BSP) in Uttar Pradesh mit der bis heute stark von Oberkastigen durchgesetzten BJP.

Ganz belanglos sind die programmatischen Aussagen indischer Parteien trotz ausgeprägtem machtpolitischem Opportunismus aber nicht: Sie enthalten nämlich relativ konkrete Verpflichtungen im Falle des Wahlsieges, wie etwa die Aufstockung der Bildungs- und Gesundheitsausgaben auf einen bestimmten Anteil des BIP, die Durchsetzung einer Frauenquote in den Parlamenten, einen bestimmten Umfang von Landverteilung, den Bau eines Hindutempels in Ayodhya etc. Hier werden also nicht nur luftige, politisch nicht einklagbare Versprechungen gemacht. Diese finden sich überdies nicht nur in möglicherweise wenig beachteten Wahlmanifesten, sondern werden auf zahlreichen Wahlveranstaltungen popularisiert, dabei gedanklich und verbal auf das bare Minimum reduziert. Diese Versprechungen sind auch nicht konsequenzenlos für das Regierungshandeln; ähnlich, wie das auch für westliche Regierungssysteme beschrieben worden ist (Klingemann et al. 1994), weil sie zumindest teilweise – auch in Abhängigkeit von der Koalitionslogik – umgesetzt werden. Dies gilt etwa für die im letzten Unterhauswahlkampf versprochene Einführung eines Programms der Beschäftigungsgarantie auf dem Lande. Es gilt auch für verschiedentliche Versprechungen zur Erhöhung der Konsumentensubventionen, Ausdehnung des Nutzerkreises, zur Senkung/Eliminierung von Stromgebühren für die Bauern, zusätzliche Reservierungsquoten und Ähnliches. Deutlich wird, dass diese Versprechungen zumeist gruppenbezogenen Patronagecharakter haben. Von diesen, so Kanchan Chandra (2004), würden indische Wähler auch sehr viel stärker beeinflusst als von programmatischen Perspektiven, deren Realisierung ihnen allenfalls langfristige und unsicheren Nutzen brächten.

Die klientele Beziehung zwischen Wählern und Patronen in Indien ist nur noch begrenzt traditionaler Natur, schon allein deshalb, weil die Wahlkreise dafür viel zu groß und zu heterogen sind. Sie ist zwar immer noch instrumenteller Natur, Gruppen und einzelne Wähler sind aber frei, ihre Stimme dem höchsten Bieter zu geben und tun dies auch. Der Patron ist nicht mehr der lokale Boss, sondern die Partei bzw. deren Führung (vgl. Hopkin 2006).

Patronage kann es in einem demokratischen System nur dann geben, wenn staatliche Leistungen beträchtlichen Einfluss auf Beschäftigungschancen (im öffentlichen Dienst) und die Lebensqualität von einzelnen Wählern/Wählergruppen haben und gewählte Politiker bei der Gewährleistung dieser Leistungen erheblichen Entscheidungsspielraum haben. Beides ist in Indien – allerdings in abnehmendem Maße – der Fall

(Chandra 2007). Politiker gewähren diese Leistungen im Gegenzug gegen Stimmen und verteilen sie sinnvollerweise nach strategischem Nutzen in Bezug auf den Erhalt ihrer Stammwählerschaft bzw. die Gewinnung neuer Unterstützergruppen. Wilkinson (2007) liefert hierzu sehr anschauliche Empirie für Indien bis hinunter auf die lokale Ebene. Es wird gegen die langfristige Erfolgsträchtigkeit dieser Strategie immer eingewendet, der durchschnittliche Wähler erhalte nur einen schwachen Gegenwert, da die Gratifikationen spärlich und oftmals nur in symbolischer Gestalt ausfallen, diese eine billige Ersatzhandlung eigentlich notwendiger gesellschaftlicher Umverteilung von Macht und Vermögen darstelle (Subramanian 1999). Das ist alles richtig. Solange aber Wähler auch auf symbolische Gratifikationen Wert legen (wie etwa die Beendigung sozialer Diskriminierung unterer Kasten), sich mit der begünstigten Gruppe identifizieren und damit rechnen können, in deren Geleitzug später auch einmal zu den Patronagegewinnern zu gehören, hat diese Strategie noch nicht ausgedient. Ihre Erfolgsträchtigkeit schwindet aber in dem Maße, wie staatliche Agenturen ihre Steuererhebungskapazität steigern, daher allgemeine Programme mit Umverteilungscharakter auflegen können, wie die Wähler individuell wohlhabender und gebildeter werden, die Wählerfluktuation und die Parteikonkurrenz zu- und die Bedeutung ethnischer Konfliktlinien abnimmt (Subramanian 1999; Kitschelt/Wilkinson 2007; Medina/Stokes 2007). Mit dem starken Wachstum der Privatwirtschaft und der Verbreiterung prosperierender Mittelschichten in Indien seit den 1990er Jahren steigt daher auch die Abneigung der Bevölkerung gegenüber klienteler und korrupter Praktiken, damit auch der Anreiz für Parteien zur stärkeren programmatischen Mobilisierung von Wählern; der Übergang ist aber durchaus fließender Natur. Es sei noch darauf hingewiesen, dass klientele Mobilisierung durchaus mit hohem Organisationsgrad und hoher Institutionalisation der Parteien vereinbar ist bzw. diese geradezu erzwingt, weil sie den Aufbau dichter Netzwerke auf allen Ebenen des politischen Systems nötig macht. Dieser Zusammenhang ist gerade bei den indischen Massenparteien mit hoher Mitgliedschaft und einem dichten Netz von Kollateralorganisationen mit Händen zu greifen.

Indische Parteien mobilisieren ihre Wähler im Wesentlichen durch folgende klientele/patronageorientierte Strategien: Am simpelsten und deutlich rückläufig durch den mehr oder weniger offene Stimmenkauf. Nur wenige Parteiführer agierten dabei so dreist wie der einstmalige Chefminister von Bihar, der Ende 2004 vor laufenden Fernsehkameras Geld an seine Anhänger verteilen ließ, oder Laji Tandon, ein BJP-Führer, bei dessen Ge-

burtstagsfeier Saris an arme Frauen verteilt wurden, mit der Folge, dass im Konkurrenzkampf darüber 22 Personen zu Tode kamen. Meist finden diese Aktionen etwas diskreter statt, beinhalten die Verteilung von Snacks, Getränken und kleiner Andenken für Anwesende. Viele werden in Aussicht auf diese Wohltaten kostenlos zu Wahlkampfveranstaltungen gebracht. Fraglich ist heutzutage, ob dadurch Wähler wirklich „gekauft“ werden können oder nicht diese Wohltaten einstreichen (möglicherweise auch von mehreren Parteien), sich dann aber dennoch unabhängig entscheiden. Rückläufig ist diese Strategie, weil sie neuerdings durch die proaktive indische Wahlkommission aufgespürt, beanstandet und häufig durch die angeordnete Wiederholung des Wahlvorganges geahndet wird.

Parteiaktivisten werden in Indien vor und während der anstrengenden Kampagnen nicht durch Entlohnung für ihren Einsatz bei Laune gehalten – immerhin verzichten sie für diese Zeit ja auf eigenes Erwerbseinkommen – sondern durch Versprechungen, sie bei der Besetzung von Stellen nach der Wahl zu berücksichtigen, die Durchsetzung ihrer Anliegen im Behördenapparat zu beschleunigen etc. Parteiaktivisten pflegen äußerst vergrätzt zu reagieren und ihre Mitarbeit in der Regel herunterzufahren oder einzustellen, wenn diese Erwartungen nicht befriedigt werden. Platz für die Befriedigung dieser Ansprüche schaffen die Einrichtung neuer Posten im öffentlichen Dienst für die eigenen Anhänger und/oder der häufige und massenhafte Transfer von Beamten anderer Couleur auf weniger attraktive Stellen. Platz dafür schaffen aber v.a. die kodizierte oder faktische Verfügungsgewalt indischer Politiker über den Zuschnitt und die Verteilung lokaler Entwicklungsprogramme, darunter ein umstrittenes Programm (MPLADS), dessen Mittel nahezu unkontrolliert durch Unterhausabgeordnete verausgabt werden. Untersuchungen einer indischen Expertengruppe zufolge kontrollieren indische Abgeordnete direkt und indirekt annähernd 80 Prozent der ländlichen Entwicklungsausgaben (Wilkinson 2007).

In der Stufenleiter persönlich zurechenbarer Vorteile folgen als strategische Elemente Versprechungen indischer Parteien, im Falle ihres Wahlsieges neue, zumeist gruppenbezogene Vergünstigungen einzuführen oder deren Streichung durch die Vorgängerregierung zurückzunehmen. Der Phantasie sind dabei nahezu keine Grenzen gesetzt: Einschlägig sind hierbei die zusätzliche Subventionierung von Grundnahrungsmitteln auf unionsstaatlicher Basis, die Ausgabe kostenloser Mittagmahlzeiten für Schüler, der Bau vergünstigter Mietwohnungseinheiten, der Anschluss

von Dörfern an das öffentliche Stromnetz oder die Wasserversorgung, die Abschaffung von Fernsehgebühren, die Bereitstellung zusätzlicher Stipendien für Kinder weniger bemittelter Familien, die Umwidmung öffentlicher Flächen in private Baugrundstücke und ähnliches mehr (Überblicke in Alam 2004; Chandra 2004; Thakurta/Rahuraman 2004). Die mit Abstand beliebteste Zielgruppe staatlicher Wohltaten sind die Bauern, die v.a. mit dem Versprechen nahezu kostenfreier Elektrizität, subventioniertem Dünger, besserer staatlicher Aufkaufpreise für ihre Produkte und Schuldenstreichung für ihre aufgenommenen Kredite bei staatlichen Finanzierungsinstitutionen zu ködern versucht werden. Es ist keine Frage, dass diese Vergünstigungen einen großen Beitrag zur bis unlängst äußerst prekären Situation der unionsstaatlichen Haushalte geleistet haben, ihre Verteilungswirkung auch sozial unausgewogen war, weil davon v.a. die mittleren und wohlhabenderen Bauern profitierten. Dieser Großzügigkeit befehligen sich letztlich alle Parteien, welche die Chance haben, die Regierungsführung zu übernehmen oder zu bewahren, einzig die kommunistischen Parteien sind vergleichsweise frei davon, verteilen aber über die von ihnen beherrschten lokalen Körperschaften (v.a. in Westbengalen) ähnliche, gruppenbezogene Wohltaten.

Die Reservierungsquoten für Stellen im öffentlichen Dienst und für Ausbildungsplätze im Hochschulwesen stellen kastengruppenbezogene Vergünstigungen dar. Diese haben eine lange Tradition: Zunächst wurden davon – per Verfassungskompromiss zwischen der Führung der Kongresspartei und derjenigen der Unterkastigen – zunächst nur Letztere und die Stammesangehörigen begünstigt durch eine Reservierungsquote von 22,5 Prozent. Der einschlägige Verfassungsartikel, verstanden als zeitweilige Maßnahme (zunächst begrenzt auf zehn Jahre), sollte zur Heranführung dieser Gruppen an den Durchschnitt der indischen Gesellschaft dienen. Er wurde seither auf praktisch unbegrenzte Zeit verlängert. Um seine Bedeutung einschätzen zu können, muss man wissen, dass nur knapp 30 Millionen relativ privilegierte Arbeitsplätze auf den formalen, organisierten Wirtschaftssektor (mit hoher Sicherheit des Arbeitsplatzes) entfallen, davon deutlich mehr als die Hälfte auf den öffentlichen Bereich. Auch wenn die begünstigten Gruppen bis heute nicht die Eingangsvoraussetzungen erfüllen, um insbesondere die höherwertigen Stellen ganz auszufüllen, so konnte sich deren Elite dennoch deutlich verbesserter Berufs- und Lebenschancen erfreuen und entwickelte folglich ein solides Interesse am Fortbestand der Reservierungen.

Politisch war dieses Interesse bei der Kongresspartei, die wahltaktisch angesichts erodierender Basis bei den niederen und oberen Kasten darauf angewiesen war, die Minderheiten zu kultivieren, auch lange Zeit gut aufgehoben. Einer eigenständigen politischen Partei bedurften die *Dalits* (Kastenlosen) daher lange nicht. Diese entstand nach dem relativ erfolglosen Intermezzo der *Dalit Panthers* in den 1970er Jahren erst mit der *Bahujan Samaj Party* (BSP) im Jahre 1984. Letztere war 1993 erstmals in der Regierung von Uttar Pradesh vertreten und koalierte später zweimal mit ihrem eigentlichen Kastenfeind, der BJP. Spannender als die Feststellung relativer Prinzipienlosigkeit ist allerdings die Frage, warum sich die BSP nicht wesentlich über Uttar Pradesh hinaus ausdehnen konnte. Sie wird von Kanchan Chandra (2004) plausibel dadurch beantwortet, dass nur in diesem Bundesstaat die Unterkastigen genügend Stimmgewicht entfalten konnten, anderenorts auf die Vertretung ihrer Interessen durch andere Parteien (vornehmlich die Kongresspartei) verwiesen waren.

Die Mobilisierung per kastenbezogener Reservierung ließ sich natürlich auch auf Kastengruppen oberhalb der *Dalits* anwenden. Handhabe dazu hätte ein weiterer, vergleichsweise unbestimmter Verfassungsartikel bieten können. Dieser brachte 1953 immerhin die Einsetzung einer Regierungskommission zur Untersuchung der Lage anderer benachteiligter Gruppen. Der von ihr 1955 vorgelegte Bericht identifizierte denn in der Tat insgesamt 2.399 *Other Backward Castes* (OBCs) und schlug einschlägige Fördermaßnahmen vor, darunter auch zusätzliche Reservierungsquoten für die OBCs. Dieser Bericht fand freilich keine Zustimmung. Ähnlich erging es zunächst einem zweiten Bericht (der nach ihrem Vorsitzenden benannten Mandal-Kommission), der bereits auf eine Zahl von 3.743 OBCs kam und für sie eine zusätzliche Reservierungsquote von 27 Prozent vorsah. Interessant ist, dass dieser zweite Bericht lange Zeit unbeachtet blieb, bis ihn die Regierung V.P. Singh 1990 aus der Versenkung holte. Diese Regierung verfügte über keine parlamentarische Mehrheit und zielte mit der Umsetzung des Mandal-Berichtes wohl im Wesentlichen auf Verbreiterung ihrer Wählerbasis und Sicherung des eigenen Überlebens. Bemerkenswert ist nicht diese Mobilisierungstaktik an sich, sondern dass sie erst so spät zum Einsatz kam. Dies verweist darauf, dass sich entweder die niederen Kasten erst zu diesem Zeitpunkt ihrer Identität und Interessen stärker bewusst und daher mobilisierbar geworden sind und dass ihre Interessen nicht oder nicht mehr ausreichend durch andere Parteien wahrgenommen wurden. Beides ist offensichtlich der Fall. Die

etablierten nationalen Parteien konnten bis vor nicht allzu langer Zeit die schmalen Eliten niedrigkastiger Gruppen inkorporieren, diese nahmen aber im Zuge der relativen Bildungsrevolution in Indien im Umfang zu, die von ihnen vertretenen Schichten wurden sich ihrer eigenen Interessen und ihrer Stimmstärke bewusst. Unionsstaatliche Regierungen bildeten die Vorhut bei der Ausdehnung von Reservierungen auf die Angehörigen der OBCs, haben die Quoten für alle begünstigten Gruppen dabei bis auf 69 Prozent (Tamil Nadu) heraufgesetzt, während sie auf der Ebene des Bundes durch ein Urteil des Obersten Gerichtshofes von 1992 auf 49 Prozent der in Frage kommenden Stellen und Ausbildungsplätze begrenzt wurden, wobei die wohlhabenden Schichten der Unter- und Niedrigkastigen (über einem bestimmten Jahreseinkommen) ausgenommen wurden (Weiner 2001). Später waren Bestrebungen zu verzeichnen, zusätzliche Quoten für die Moslems einzuführen und Reservierungen auf die zentralen und die privaten Hochschulen sowie den privaten Wirtschaftssektor auszudehnen. Als Folge dieser Initiativen haben sich die Aufstiegschancen der Oberkastigen gegenüber früher deutlich reduziert, wobei die relative Schrumpfung des Staatssektors diese Entwicklung für die Betroffenen bislang abmilderte. Es gibt heute keine Partei von nationaler Bedeutung mehr, auch nicht die BJP, die sich für die Abschaffung oder nur Reduzierung der Reservierungsquoten einsetzen würde.

Die Mobilisierung nach Kastenzugehörigkeiten geschieht nicht nur durch affirmative Aktion, sondern auch durch zunehmende Berücksichtigung der Angehörigen niederer Kasten bei der Besetzung von Führungspositionen in Parteien und der Aufstellung von Wahlkreiskandidaten. Auch dabei spielten die südlichen Bundesstaaten wegen des geringeren Anteils oberkastiger Wähler an der Bevölkerung die Vorreiter, die nördlichen Staaten folgten ab 1977 (Wahlsieg der Janata-Partei). Seither hat sich dort der Anteil der Parlamentarier mit OBC-Hintergrund verdoppelt (Jaffrelot 2000). Zwischen den Parteien gibt es noch gewisse Unterschiede. So sind die Parlamentarier und Regierungen der BJP auf allen Ebenen hochkastiger als die der Kongresspartei (die allerdings ebenfalls einen Bias zugunsten der höheren Kasten aufweist), die Unterschiede haben sich aber schon deutlich abgeschliffen (Jaffrelot 1998b).

Bemerkenswert ist also, dass auch Parteien mit einer eigentlich säkularen oder pan-indischen Agenda sich der *Mandalisierung* (= der kompetitiven Erhöhung der Quoten) nicht entziehen konnten bzw. bei der Bestellung von Kandidaten und Führungspersonal *Social Engineering* betrieben, wie

das bei der BJP heißt. Dazu kam die „indirekte *Mandalisierung*“ der Partei durch ihre Wahlallianzen und Regierungskoalition mit Parteien auf zentralstaatlicher und unionsstaatlicher Ebene, welche die niederen Kasten repräsentieren (Jaffrelot 2000).

Bemerkenswert ist ferner, dass Kasten und Kastengruppen durchaus nicht primordiale Einheiten darstellen und Parteien nicht einfach Konfliktlinien zwischen Kastengruppen widerspiegeln, sondern diese durch politische Aktion geschaffen und verändert werden. Erstens müssen sich aufgrund der kastenmäßigen Zersplitterung Kasten zusammenschließen, um wahlwirksamen Einfluss zu erlangen (Chandra 2004), zweitens erfolgt die Zuordnung zur Kategorie der OBCs, der Unterkastigen oder Stammesangehörigen durch politische Setzung und drittens definieren Kasten ihre Zugehörigkeit in gewissen Grenzen selbst. In Indien beobachten wir also nicht in erster Linie die Revitalisierung traditioneller Gemeinschaften, sondern ihre höchst moderne Redefinition unter dem Einfluss der politisch-institutionellen Rahmenbedingungen. Empirisch stellt sich die Frage, inwieweit Kastengruppen tatsächlich politisch als Kollektiv handeln, deren Vorleute – welche dies behaupten – die Wählerstimmen ihrer Gruppe wirklich zuverlässig dem Meistbietenden zuführen können. Neuere Wahlanalysen bzw. *Exit-Poll*-Untersuchungen geben Anlass zu begründeten Zweifeln (Verma 2007). Diese werden verstärkt durch die Beobachtung, dass die politischen Vertretungen gesellschaftlich dominanter Gruppen in einzelnen Regionen durchaus Anstrengungen unternehmen, ihre Appelle auch an weitere Gruppen zu richten (s.u.). Ethnische, religiöse und kastenbezogene Identitäten haben auch in Indien offenbar leicht abnehmende Bindekraft.

4. STIMMENWERBUNG JENSEITS DER KERNWÄHLERSCHAFT

Die bisher behandelten Strategien indischer Parteien zielen im Wesentlichen darauf, vorhandene, mehr oder weniger latente gesellschaftliche Konfliktlinien zu aktivieren und dadurch einen Stamm von Kernwählern aus bestimmten gesellschaftlichen Segmenten zu gewinnen. Erwähnt werden müssen aber auch aggressivere Versuche dieser Parteien, ihre Wählerbasis zu erweitern. Eine besonders von den Hindu-Nationalisten kultivierte Strategie ist dabei die wahltaktisch motivierte und inszenierte Anheizung gesellschaftlicher Ressentiments, speziell zwischen der Hindu-Mehrheit und der Moslem-Minderheit. Das bekannteste Beispiel ist die Instrumentalisierung der jahrzehntelang anhaltenden Auseinandersetzungen

um die Moschee in Ayodyha, angeblich der Geburtsort des Gottes Rama und Ort eines früheren Hindutempels zu seinem Angedenken, der von den Mogulherrschern angeblich zerstört wurde. Hindufundamentalistische Gruppen hatten schon von den britischen Kolonialherren die Wiederherstellung des Tempels und den Abriss der Moschee gefordert. Diese Agitation verschärfte sich – nachdem der Konflikt jahrzehntelang durch Gerichtsbeschluss stillgelegt worden war – wieder ab Mitte der 1980er Jahre. Ende der 1980er Jahre kam die Minderheitsregierung unter V.P. Singh ans Ruder, die sich sozial v.a. auf die niederen Kasten und Bauern stützte und als Überlebensstrategie die schon genannten Reservierungen für die niederen Kasten durchzusetzen versuchte. Unmittelbar nach der Ankündigung dieses Planes, der logischerweise die Hindu-Einheit untergraben hätte, stellte sich die BJP an die Spitze der Bewegung zum Tempelbau, organisierte eine massenwirksame Pilgerschaft ihres Präsidenten Advani, die in der Zerstörung der Moschee Anfang Dezember 1992 durch parteinahe Aktivisten und blutige kommunale Auseinandersetzungen mündete. Ähnlich agierte die Landesregierung in Gujarat 2002, die in offenkundig wahltaktischer Absicht die Angriffe von Moslem-Aktivisten auf einen Pilgerzug zur Aufwiegelung der Hindu-Mehrheit nutzte und den pogromartigen Angriffen auf die Moslems im Lande nicht wehrte. Die elektorale Dividende dieser Aufwiegelungsstrategie war beachtlich. Der BJP gelang es, über ihre gesellschaftlichen Hochburgen hinaus, Angehörige der Mehrheitsreligion zu mobilisieren, ihre Unterhaussitze in der Folge zu vervielfachen (Frankel 2006), während die BJP einen phänomenalen Wahlsieg bei den vorgezogenen Landtagswahlen in Gujarat einfuhr. Wilkinson (2004) konnte sehr überzeugend nachweisen, dass kommunale Ausschreitungen vor allem in jenen Landesteilen Indiens um sich gegriffen haben, in denen die Landesregierung (wegen ausreichend breiter Unterstützungsbasis und geringer Konkurrenz durch nicht kommunal orientierte Parteien) auf die Unterstützung der religiösen Minderheit oder der sie vertretenden Parteien nicht angewiesen ist. Um nicht einseitig die religiöse Mehrheit anzuschwärzen, muss man natürlich einräumen, dass die dargestellte Mobilisierungsstrategie zumindest zum Teil auf Versuche anderer Parteien zu werten ist, die Hindu-Einheit durch Reservierungen zu unterminieren, bzw. auf frühere gesetzliche Initiativen der Kongresspartei, ihre Moslem-Anhänger dadurch zu binden, dass die Geltung des moslemischen Familienrechts festgezurr wurde.

Weniger aggressive Versuche, über die eigene Stammwählerschaft hinaus zu mobilisieren, sind soziale Aktivitäten der Parteien und ihrer Vorfeld-

organisationen bei unterprivilegierten, bisher der Partei fernstehenden Gruppen. Einschlägig sind dabei etwa der Bau und Unterhalt von Schulen in bildungsmäßig schlecht erschlossenen Stammesgebieten durch die Mutterorganisation der BJP (den RSS), die sich in deutlich steigendem Stimmengewinn bei der Stammesbevölkerung auszahlte. Diese, teilweise auch die Führung der *Dalits*, werden auch mit Hinweisen zu ködern versucht, sie gehörten auch zur großen, kulturell so bedeutsamen Hindu-Nation. Die Tatsache, dass die BJP heute sehr viel stärker unter- und niedrigkastige Kandidaten aufstellt (in der Parteiführung gibt es diesbezüglich noch Nachholbedarf) wurde bereits erwähnt. Umgekehrt versuchen sich nun Parteien der Niedrigastigen (wie die BSP und die SP) den Brahmanen und anderen hohen Kasten durch Nominierung von Vertretern dieser Gruppen zu öffnen (Yadav/Palshikar 2006), eine Strategie, die der BSP bei den Wahlen in Uttar Pradesh (2007) ebenfalls hohe Dividende brachte.

5. RESULTATE DER WÄHLERMOBILISIERUNG

Das indische Parteiensystem hat im Vergleich zu seinem Ausgangszustand eine gewaltige Wandlung vollzogen. An die Stelle eines Systems mit einer auf allen Ebenen des politischen Systems dominanten Partei finden wir heute ein nur milde polarisiertes Vielparteiensystem auf nationaler Ebene vor, das sich aus unionsstaatlichen Parteiensystemen mit meist nur wenigen effektiven Parteien addiert, die insgesamt recht unterschiedliche gesellschaftliche Konfliktlinien abbilden. Dies soll aber nicht im Einzelnen geschildert werden. Statt dessen gilt es abschließend zu überlegen, wie stark das relative Gewicht des Parteihandelns bzw. der Veränderung gesellschaftlicher Konfliktlinien selbst bei der Strukturierung des politischen Wettbewerbs auf der Ebene des Bundes war.

Die Kongresspartei stellte lange Zeit eine durchaus erfolgreiche und breite ethnische bzw. Kasten-Koalition dar, in der alle wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen Unterkunft und Anteil an der Macht fanden. Dabei hat die Partei die jeweils dominanten gesellschaftlichen Gruppen in der jeweiligen Region repräsentiert, bei mehr oder weniger klienteler Anbindung und fügsamer Unterordnung der anderen. Die Partei musste daher zwangsläufig auch programmatisch eine Politik der Mitte vertreten (Rudolph/Hoerber Rudolph 1987) und konnte wegen ihres *Catch-All*-Charakters nur begrenzt gesellschaftlichen Konfliktlinien aktivieren (Weiner 2001). Sie lebte eher von ihrem Mythos als klassenneutrale Vorkämpferin

der Unabhängigkeit. Dieses Erfolgsrezept konnte nur so lange greifen, wie gesellschaftliche Gruppen, die in der Parteiführung weniger stark vertreten und deren Interessen weniger stark gefördert wurden, sich mit der relativen Unterordnung zufrieden gaben und die latenten gesellschaftlichen Konfliktlinien nicht von anderen Parteien aktiviert wurden. Diese Zeit ging in Südindien, in Kerala und Westbengalen schon früh, in Zentralindien erst ab Ende der 1980er Jahre zu Ende. Die diesbezügliche Wasserscheide bilden die drei zentralen Themen dieser Zeit, Mandal, Mandir und Market, also die von der Regierung V.P. Singh 1990 losgetretene Auseinandersetzung um zusätzliche Reservierungsquoten für die niederen Kasten, die als Reaktion von der BJP angeheizten Auseinandersetzungen um den Tempelbau in Ayodhya – als Mittel zur Durchsetzung einer hinduistischen Mehrheitskultur und schließlich – von geringerer Spaltungswirkung begleitet – die Konflikte im Zuge der Durchsetzung marktfreundlicher Wirtschaftsreformen.

Dadurch, dass diese drei Themen auf die Tagesordnung gesetzt wurden, hat sich die indische Parteienlandschaft grundlegend transformiert. Man kann mit gutem Recht sagen, dass sich erst danach auf nationale Ebene ein *Cleavage*-basiertes Parteiensystem durchgesetzt hat, die bisher breit basierte Anhängerschaft von *Catch-All*-Parteien (vornehmlich der Kongresspartei) sich in einzelne Segmente spaltete, die Kongresspartei – wie es Yadav (1999) ausdrückt – von einer *Catch-All* zu einer *Catch-Nobody*-Partei degenerierte. Das ist natürlich stark übertrieben, die konkurrierenden Parteien haben sich allerdings große Teile der einstigen Regenbogenkoalition gesichert. Der Kongress bezieht zwar immer noch Unterstützung aus allen gesellschaftlichen Gruppen, freilich mit zunehmend unebener und nach Unionsstaaten differierender Tendenz. So ist seine Unterstützung bei den oberen Kasten, v.a. aber bei den OBCs deutlich gefallen, er bekommt jetzt am meisten Unterstützung von den Unterprivilegierten und den Minderheiten. Dies aber im Wesentlichen nur im zweiseitigen Wettbewerb, wo der Kongress in Konkurrenz zur BJP steht und/oder wo sich diesen Gruppen keine starke Alternative mit ausgeprägterem partikularem Profil anbietet. Wo die Unterkastigen (die *Dalits*) und die Moslems in Gestalt der BSP, der SP oder der CPM über eine solche Alternative verfügen, wählen sie häufig diese. Stehen der Kongresspartei starke linke Rivalen gegenüber (wie in Kerala und Westbengalen), wird sie eher von den Privilegierten gewählt, ist Mehrparteienkonkurrenz zwischen Parteien mit spezifischem Profil gegeben, wie in Uttar Pradesh und Bihar, wird sie marginalisiert (Yadav 1999b; Heath/

Yadav 1999; Kumar/Mcmillan 2004; Yadav/Palshikar 2006). Die BJP bezieht ihre Unterstützung nach wie vor aus den privilegierten, besser gebildeten, urbanen Sichten. Auffällig ist, dass sie v.a. bei den Oberkastigen, etwas weniger stark bei den nur ökonomisch Wohlhabenderen punktet. Das rasche wirtschaftliche Wachstum seit den 1990er Jahren ebnet diese Unterschiede aber langsam ein. Von dieser Entwicklung hat die Partei eindeutig profitiert. Die BJP hat in den 1990er Jahren sehr stark bei den OBCs zugelegt, neuerdings auch bei den Stammesangehörigen; sie hat sich überdies regional durch Wahlallianzen mit Regionalparteien ausgedehnt. Wenige Chancen hat die Partei bei den Armen, noch weniger bei den Moslems. Besonders stark ist sie regional immer noch in Zentralindien (Heath 1999; Jaffrelot 2000).

Die *Communist Party of India* (Marxist) wurde traditionell nicht etwa von den Arbeitern gewählt, schon gar nicht von den Facharbeitern (die wählten vornehmlich den Kongress), sondern eher von den kleineren und mittleren Bauern, für welche die Partei eine relativ weitreichende Landreform durchsetzte, danach aber die Besitzverhältnisse auf dem Lande unangetastet ließ. Sie bediente diese Gruppen auch durch die konsequenter als anderswo durchgeführte Dezentralisierung, welche den lokalen Körperschaften beträchtliche Mittel zur Verteilung an ihre Klientel in die Hand gaben (Malhotra 1990; Mallick 1994). Die CPM erlitt in den 1990er Jahren eine gewisse Erosion bei den ärmeren Bauern und den Landlosen (die teilweise zu radikaleren Gruppierungen überliefen), gewann dafür in städtischen Mittelschichten neue Anhänger durch eine zumindest partiell erfolgreiche Politik der Ansiedlung neuer Betriebe und relative Korruptionsfreiheit, vermutlich auch durch ein Arrangement dieser Gruppen mit den Kommunisten bzw. deren Aussicht auf Dauerherrschaft (Thakurta/Raghuraman 2004). Keine tiefgründige sozioökonomische Analyse verlangt der Anhang der Regionalparteien, die ihre Wähler v.a. unter den Angehörigen der niederen, überwiegend bäuerlichen Kasten finden, deren Führer durch die etablierten Parteien nicht ausreichend akkommodiert werden konnten.

Es wäre zusammenfassend völlig verfehlt anzunehmen, indische Parteien hätten nur vorfindbare gesellschaftliche Konfliktlinien aufgegriffen. Die indischen Wähler sind nicht plötzlich religiöser geworden, die BJP spricht nicht nur jene an, die fest im Glauben sind, sondern vornehmlich jene privilegierten Schichten, die sich durch den Gegenentwurf einer kastenbezogenen Zuteilung von Lebenschancen und die bestimmter auftretenden niederen Schichten und ihre parteilichen Vertretungen herausgefor-

dert und durch die Realisierung entsprechender politischer Entwürfe die Zukunft Indiens gefährdet sehen. Die Regionalparteien verdanken ihren Aufstieg erstens weniger der Intensivierung regionaler, kultureller Identität, sondern der Tatsache, dass ihre Anführer im etablierten Parteiensystem nicht mehr integriert werden konnten und sie von den staatlichen Patronageleistungen wenig profitierten. Kasten können Politik nur beeinflussen, wenn sie genügend eigenen Zusammenhang und genügende Stärke entfalten, um sich als Vehikel der parteipolitischen Mobilisierung anzubieten. Einzelne Kasten sind zu schwach, um Wahlergebnisse zu beeinflussen, müssen also zu schlagkräftigeren Verbänden zusammengefasst werden. Sie stellen dann natürlich keine primordialen Einheiten mehr dar. Der Erfolg der Regionalparteien erklärt sich also nicht daraus, dass die indische Bevölkerung sukzessive kastenbewusster geworden ist, sondern kastenbezogene Zugehörigkeit ist in Indien ein einfaches Abgrenzungskriterium und lässt sich daher leicht als Vehikel affirmativer Aktion oder gruppenbezogener Leistungsverteilung nutzen (ähnlich Chhibber 2001; Chandra 2004). Schließlich – um die zeitlich letzte Weichenstellung zu charakterisieren – ist nicht die durch die Wirtschaftsreformen bedingte Zunahme sozialer Disparitäten und sozialer Exklusion der Minderprivilegierten für die armuts- und sozialpolitisch orientierte programmatische Wende der Kongresspartei nach 1999 verantwortlich – diese Entwicklungen sind bei weitem nicht so ausgeprägt und haben die Kongresspartei an der Regierung auch nicht übertrieben beschäftigt – sondern die Tatsache, dass dieser Partei nach herben Anteilsverlusten bei ihrer Anhänger aus den Mittelschichten und oberen Kasten auch gar nichts anderes übrig blieb, als ihre Kernklientel aus den Unterkasten und den Minderheiten stärker zu kultivieren.

Natürlich sind gesellschaftliche Konfliktlinien nicht allein von Parteien geschaffen oder intensiviert worden. Die indische Bevölkerung sieht sich selbst auch durch die Brille des Kastenwesens, Angehörige rituell niederer Kasten haben jahrhundertlang soziokulturelle, und nicht nur wirtschaftliche Diskriminierung erfahren, sie verlangen daher nicht nur ökonomische Kompensation, sondern fordern Respekt durch andere ein und sehen politische Macht als geeignetes Mittel an, um das durchzusetzen (Kaviraj 2000; Varshney 2000; Weiner 2001). Die Konfliktlinie zwischen Vertreter der Mehrheitskultur und den religiösen Minderheiten hat sich auch verstärkt, weil im Zuge der wirtschaftlichen Modernisierung die Moslems zurückblieben und die zivilgesellschaftlichen, interreligiösen Netzwerke erodierten.

Insgesamt ist die Kongresspartei in gewissem Sinne auch Opfer ihres eigenen Erfolges geworden. In dem Maße, wie er durch sein Regierungshandeln die wirtschaftliche und soziale Entwicklung förderte, hat sich die dominant ländliche und traditionelle Gesellschaftsstruktur pluralisiert, sind bestimmte Gruppen ermächtigt worden, wurden selbstbewusster und stellten Ansprüche, die im Rahmen des nicht unendlich wachsenden staatlichen Patronagesystems nur noch begrenzt befriedigt werden konnten. Es ist keine Frage, dass die damit auseinanderstrebenden Interessen nicht dauerhaft von der Kongresspartei, die als Speerspitze der Unabhängigkeitsbewegung eine breite ethnische Koalition darstellte (ähnlich Rösel/Jürgenmeyer 2001), hätten gebündelt und im Zaum gehalten werden können.

- 1| Nach Eigenangaben beträgt der Anteil der Arbeiter und Bauern bei der CPI-M in Westbengalen 52%, in Kerala 85%; vgl. *Frontline* 19, 7 (2002).
- 2| Die folgenden Ausführungen beruhen auf einer Auswertung der Parteiprogramme der Kongresspartei, der BJP und der CPM durch den Verfasser. Vgl. *The Hindu*, 21., 25.12.2004.
- 4| Vgl. *The Hindu* 15., 17.04.2004; *Frontline*, 24.04.2004).
- 5| So jedenfalls die Mehrheitsmeinung der dazu befragten Abgeordneten.
- 6| Interviews mit mehreren Abgeordneten der BJP, der Kongresspartei und des Trinamool Congress.
- 7| Vgl. *Frontline*, 15.01.2005; eigene Interviews in Neu Delhi, Gujarat und Westbengalen.
- 8| Vgl. *The Hindu*, 23.06.2004

LITERATUR

- ALAM, JAVED. 2004. „The Rhetoric of Development“. In: *Seminar*, 543, S. 37-40.
- BAYLY, SUSAN. 1999. *Caste, Society and Politics in India from the Eighteenth Century to the Modern Age*. Cambridge.
- BHATT, CHETAN. 2004. „Democracy and Hindu Nationalis“. In: *Democratization*, 11, 4, S. 133-154.
- CHAKRABARTY, BIDYUT. 2003. „The Third Front or The Third Force: A Political Maze or an Ideological Oasis?“ In: Mehra/Khanna/Kueck (Hrsg.), a.a.O., S. 244-269.
- CHANDRA, KANCHAN. 2004. *Why Ethnic Parties Succeed. Patronage and Ethnic Head Counts in India*. Cambridge.
- CHANDRA, KANCHAN. 2007. „Counting heads: a theory of voter and elite behavior in patronage democracies“. In: Herbert Kitschelt und Steven I. Wilkinson (Hrsg.), *Patrons, Clients and policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge, S. 84-109.
- CHHIBBER, PRADEEP K. 2001. *Democracy without Associations. Transformation of the Party System and Social Cleavages in India*. Ann Arbor.
- FRANKEL, FRANCINE. 2006. *India's Political Economy 1947-2004*. New Delhi.
- HEATH, OLIVER. 1999. *Anatomy of BJP's Rise to Power. Social, Regional and Political Expansion in 1990s*, EPW, Aug. 21-28, S. 2511-2517.
- HEATH, OLIVER und YOGENDRA YADAV. 1999. „The United Colours of Congress. Social Profile of Congress Voters, 1996 and 1998“. In: *Economic and Political Weekly*, Aug. 21-28, S. 2518-2528.

- HOPKIN, JONATHAN. 2006. „Clientelism and Party Politics“. In: Richard S. Katz und William Crotty (Hrsg.). *Handbook of Party Politics*. London u.a., S. 406-412.
- JAFFRELOT, CHRISTOPHE. 1998. „The Sangh Parivar Between Sanskritization and Social engineering“. In: Thomas Blom Hansen und Christophe Jaffrelot (Hrsg.). a.a.O., S. 22-71.
- JAFFRELOT, CHRISTOPHE. 2000. „The Rise of the Other Backward Classes in the Hindi Belt“. In: *Journal of Asian Studies*, 59, 1, S. 86-108.
- JAFFRELOT, CHRISOPHE. 2003. *India's Silent Revolution. The Rise of the Lower Castes in North India*. London.
- KAVIRAJ, SUDIPTA (Hrsg.). 1999. *Politics in India*. Calcutta.
- KAVIRAJ, SUDIPTA. 2000. „Democracy and Social Inequity“. In: Francine Frankel et al. (Hrsg.), *Transforming India. Social and Political Dynamics of Democracy*. New Delhi, S. 89-119.
- KITSCHOLT, HERBERT und STEVEN I. WILKINSON. 2007. „Citizen-politician linkages: an introduction“. In: dies. (Hrsg.), *Patrons, Clients and policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge, S. 1-49.
- KLINGEMANN, HANS-DIETER, RICHARD I. HOFFEBERT und IAN BUDGE. 1994. *Parties Policies and Democracy*. Boulder.
- KUMAR, SANJAY und ALISTAIR MCMILLAN. 2004. *Social Basis, Ms., Institut de Sciences Politiques, Ceri. Paris*.
- MAINWARING, SCOTT. 1999. *Rethinking Party Systems in the Third Wave of Democratization. The Case of Brazil*. Stanford.
- MALHOTRA, JOGINDER. 1990. *Indien. Wirtschaft, Verfassung, Politik*. Wiesbaden.
- MALLICK, ROSS. 1994. *Indian Communism. Opposition, Collaboration and Institutionalization*. Delhi u.a.

- MEDINA, LUIS FERNANDO und SUSAN C. STOKES. 2007. „Monopoly and monitoring: an approach to political clientelism“. In: Herbert Kitschelt und Steven I. Wilkinson (Hrsg.), *Patrons, Clients and policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge, S. 68-83.
- RÖSEL, JAKOB und CLEMENS JÜRGENMEYER. 2001. „Die Entstehung eines Parteiensystems in der Indischen Union“. In: Ulrich Eith und Gerd Mielke (Hrsg.). *Gesellschaftliche Konflikte und Parteiensysteme*. Opladen, S. 295-321.
- RUDOLPH, LLOYD I. und SUSANNE HOEBER RUDOLPH. 1987. *In Pursuit of Lakshmi. The Political Economy of the Indian State*. Illinois.
- SUBRAMANIAN, NARENDRA. 1999. *Ethnicity and Populist Mobilization. Political Parties, Citizens and Democracy in South India*. New Delhi.
- THAKUR, RAMESH. 1995. *The Government and Politics of India*. Basingstoke and London.
- THAKURTA, PARANJOY GUHA und SHANKAR RAGHURAMAN. 2004. *A Time of Coalitions. Divided We Stand*. New Delhi.
- VARSHNEY, ASHUTOSH. 1995. *Democracy, Development and the Countryside. Urban-Rural Struggles in India*. Cambridge.
- VARSHNEY, ASHUTOSH. 2000. „Is India Becoming More Democratic?“ In: *Journal of Asian Studies*, 59, 1, S. 3-25.
- VERMA, A.K. 2007. „Mayawati's Sandwich Coalition“. In: *Economic and Political Weekly*, June 2, S. 2039-2043.
- WEINER, MYRON. 2001. „The struggle for equality: caste in Indian politics“. In: Atul Kohli (Hrsg.). *The Success of India's Democracy*. Cambridge, S. 193-225.
- WILKINSON, STEVEN I. 2004. *Votes and Violence. Electoral Competition and Ethnic Riots in India*. Cambridge.

- WILKINSON, STEVEN I. 2007. „Explaining changing patterns of party-voter linkages in India“. In: Herbert Kitschelt und Steven I. Wilkinson (Hrsg.), a.a.O., S. 110-140.
- YADAV, YOGENDRA. 1999. „Electoral Politics in the Time of Change. India's Third Electoral System“. In: *Economic and Political Weekly*, Aug. 21-28, S. 2393-2399.
- YADAV, YOGENDRA und SUHAS PALSHIKAR. 2006. „Party System and Electoral Politics in the Indian States, 1952-2002: From Hegemony to Convergence“. In: Peter Ronald de Souza und E. Sridharan (Hrsg.), *India's Political Parties*. New Delhi u.a., S. 15-36.

III. MOBILISIERUNGSSTRATEGIEN UND WAHLKAMPFTECHNOLOGIEN IN INDUSTRIESTAATEN

DIE PROFESSIONALISIERUNG DER WÄHLERWERBUNG IN JAPAN¹

Axel Klein

1. EINLEITUNG

Die Professionalisierung der Wählerwerbung in Japan hat aus verschiedenen Gründen erst Mitte der 1990er Jahre Fahrt aufgenommen, dabei jedoch die nationale und massenmediale Seite wesentlich stärker ergriffen als die lokale und persönliche. Während beispielsweise die TV-Werbung der beiden großen Parteien des Landes mittlerweile internationale Standards erreicht haben dürfte, bemühen Wahlkämpfer in den Direktwahlkreisen weiterhin zu erheblichem Maße traditionelle Instrumente der Wählerwerbung, die von außen betrachtet weit entfernt von einem wie auch immer genauer zu definierenden Effizienzoptimum zu sein scheinen. Meine These lautet, dass neben der restriktiven gesetzlichen Wahlkampfregulierung vor allem Faktoren, die ins Organisationsinnere wirken, diesen Umstand verursachen: Wahlkämpfer richten ihre Aktivitäten wie in den Jahrzehnten zuvor an ihren direkten „Kampagnenteams“ bzw. – sofern vorhanden – an den Organisationen aus, die Stammwähler stellen (so genannte „organisierte Stimmen“ (*soshikihyō*), vgl. dazu Köllner 2002), obwohl die damit zu erringende Stimmzahl seit vielen Jahren kontinuierlich sinkt und eine Veränderung der Wahlkampfmittel unausweichlich scheint, um zukünftig auf einer stabilen instrumentellen Kampagnengrundlage

agieren zu können. An der großen Zahl der Wechsel- bzw. Nicht-Stammwähler gehen wesentliche der gegenwärtig in den Direktwahlkreisen angewandten Mittel zur Wählerwerbung vorbei.

Mit Hilfe der strukturellen Lerntheorie sollen in knapper Form Begründungen für diesen Umstand hergeleitet werden. Die Aufgabenstellung der folgenden Seiten beinhaltet deshalb die Fragen, warum es bisher zu einem unterschiedlichen Professionalisierungsgrad der beiden Wahlkampferebenen gekommen ist und sich am nach innen gerichteten Wahlkampfstil der Direktkandidaten auch in absehbarer Zukunft kaum etwas ändern wird. Natürlich kann diese Prognose von der Realität widerlegt werden, doch scheint das Risiko auf der Grundlage des jetzigen Wissensstandes gering. Mein zentrales Untersuchungsobjekt stellt die Oberhauswahl vom Juli 2007 dar, bei der im Großraum (= Wahlkreis) Tokyo sowohl Direktkandidaten als auch Listenkandidaten bei ihren Wahlkampfaktivitäten begleitet wurden.

2. GESETZLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Auf nationaler Ebene werden in Japan das Unterhaus (*shūgiin*) und das Oberhaus (*sangiin*) gewählt, in beiden Fällen findet ein Grabensystem² Anwendung. Das mit größeren politischen Kompetenzen versehene Unterhaus zählt 480 Mitglieder, von denen 300 aus Einerwahlkreisen stammen, in denen das Entscheidungsprinzip der Mehrheitswahl angewandt wird, und 180 aus starren Parteilisten. Jeder Wähler verfügt über zwei Stimmen, von denen er eine einem Direktkandidaten, die andere einer Partei geben kann. Die Verhältniswahlstimmen werden nach dem Höchstzahlverfahren von d'Hondt in Mandate umgerechnet.

Im Oberhaus werden 96 der 242 Sitze über einen landesweiten Verhältniswahlkreis, die anderen 146 in 29 Einer-, 12 Zweier-, fünf Dreier- und einem Fünferwahlkreis nach dem Prinzip der relativen Mehrheit vergeben.³ Als Direktwahlkreise dienen die 47 Präfekturen des Landes. Jeder Wahlberechtigte verfügt auch hier über zwei Stimmen. Im Unterschied zum Unterhaus sind die Parteilisten für das Oberhaus seit 2001 jedoch nicht starr, sondern flexibel, das heißt, die Wähler können nun entweder den Namen der Partei oder aber den eines Verhältniswahlkandidaten auf ihren Wahlzettel schreiben.

Gesetzliche Grundlage für alle Wahlen und Wahlkämpfe ist das 1950 verabschiedete „Wahlgesetz für öffentliche Ämter“ (*kōshoku senkyo hō*). Enthalten sind darin die vorher als Einzelgesetze bestehenden Regelungen für alle Wahlen zu öffentlichen Positionen. Einschließlich der Sitze des Unter- und Oberhauses wurden im Jahr 2006 etwa 75.000 Ämter durch Wahlen auf der Grundlage dieses Gesetzes vergeben, das zahlreiche Detailregelungen zu allen Bereichen des Wahlprozesses enthält.

Die Bemühungen der Parteien und Politiker um die Wählergunst sind darin grundsätzlich in zwei Bereiche unterteilt. Der erste wird als „Wahlkampf“ (*senkyo undō*) bezeichnet und als Summe der Aktivitäten verstanden, die den eindeutigen Versuch von Parteien und Kandidaten beinhalten, Wählerstimmen für sich zu werben. Diese Formulierung findet sich so zwar nicht im Gesetzestext, der ohnehin nicht nur eine Definition von Wahlkampf vermissen lässt, sondern den Begriff auch unterschiedlich weit fasst, entspricht aber der Formularpraxis der Gerichte (Saitō 1995: 6-7; Taniai 1991: 141). Der Zeitraum, in dem Wahlkampf betrieben werden darf, ist auf eine Periode vor dem Wahltag beschränkt, die im Laufe der Jahrzehnte mehrmals verkürzt wurde. Vor der Reform des Unterhauswahlsystems 1994 betrug sie dort 15 Tage, nun sind es zwölf. Im Falle des Oberhauses ist der Wahlkampf auf 17 Tage begrenzt. Bittet ein Kandidat beispielsweise bereits drei Wochen vor dem Urnengang um Stimmen, macht er sich eines Wahlvergehens schuldig und muss mit strafrechtlichen Konsequenzen rechnen.

Die Wahlkreispflege, die zwischen Wahltag und nächstem Wahlkampf liegt, bezeichnet das Gesetz als „politische Aktivitäten“ (*seiji katsudō*). Gemeint sind damit alle Tätigkeiten „mit politischer Zielsetzung, die direkt oder indirekt mit der Absicht durchgeführt werden, politische Grundsätze oder Maßnahmen zu fördern, zu unterstützen oder abzulehnen, oder bestimmte Kandidaten zu fördern, zu unterstützen oder abzulehnen“ (Saitō 1995: 6). Da diese Definition auch die unter dem Begriff Wahlkampf gefassten Handlungen beinhaltet, wird ihr von Seiten der Rechtsprechung hinzugefügt, dass solche Aktivitäten ausgenommen sind, die unter den Begriff Wahlkampf fallen (Ohno et al. 1988: 24).⁴

Im Rahmen der weitgreifenden Reformen der politischen Wettbewerbsbedingungen im Jahre 1994 wurden Ausdifferenzierungen der Regelungen für den Unterhauswahlkampf entlang der beiden Ebenen Verhältniswahl und Mehrheitswahl vorgenommen, von denen hier nur eine kleine Aus-

wahl genannt werden kann: Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften sind nun getrennt nach Partei- und Kandidatenwerbung geregelt. Während der offiziellen Wahlkampfperiode darf ein Kandidat eines Einerwahlkreises fünfmal in Zeitungen seiner Wahl Anzeigen in festgelegter Größe schalten. Für Parteien bietet sich in einem Verhältniswahlkreis die Möglichkeit, bei gleicher Größenbegrenzung für bis zu 31 Kandidaten Anzeigen aufzugeben oder aber in anderer Zusammensetzung für die Partei zu werben.

Auch bei der Anzahl der für den Wahlkampf erlaubten Kraftfahrzeuge gilt nun eine Unterscheidung zwischen Verhältniswahl- und Einerwahlkreis. Einem Direktkandidaten ist lediglich die Verwendung eines Wagens gestattet, auf den er Lautsprecher montieren und zwischen 8 und 20 Uhr durch seinen Wahlkreis fahren darf, um seine politischen Botschaften zu verkünden. Je nach Zahl der Kandidaten in den Einerwahlkreisen darf eine Partei pro Präfektur zusätzliche Wagen verwenden.⁵ Für die Verhältniswahl sieht das Gesetz vor, dass jede Partei in einem Verhältniswahlkreis zunächst einen Wagen mit Lautsprechern verwenden darf, wobei auch hier die Zahl der Kfz mit der Zahl der Kandidaten steigt.

Wie hier bereits zu erahnen ist, haben zahlreiche Ergänzungen das Wahlgesetz für öffentliche Ämter über die Jahre so umfassend gemacht, dass die meisten Aktivitäten eines Kandidaten auf irgendeine Weise reglementiert sind. Hausbesuche sind verboten, wenn sie mit der konkreten Bitte um Stimmabgabe für einen bestimmten Kandidaten geschehen (*canvassing*). Wahlplakate sind nur bis zu einer Größe von 273 x 73 cm erlaubt, Papierlaternen mit Werbeaufschrift dürfen eine Höhe von 85 cm und einen Durchmesser von 45 cm nicht überschreiten. Auch für die 20.000 erlaubten Handzettel für Wahlwerbezwecke gilt eine Größenbeschränkung von 29,7 x 21 cm. Um zu verhindern, dass die Vielzahl der Regeln unbeabsichtigte Gesetzesübertretungen hervorrufen, erhalten Wahlkämpfer bei ihrer offiziellen Registrierung zwecks Vermeidung unabsichtlicher Gesetzesübertretungen einen vielseitigen offiziellen Leitfaden mit ausführlichen Verbotshinweisen, zudem hält der Buchhandel zahlreiche Titel zum Thema bereit.⁶

Der Umstand, dass auch viele Aktivitäten verboten oder stark eingeschränkt waren bzw. sind, die in der japanischen Gesellschaft als normal gelten bzw. im Umgang der Menschen miteinander üblich sind, stellte für Kandidaten ein zusätzliches Problem dar. Während es bis in die 1990er Jahre hinein noch ein wichtiges Mittel der Kandidaten war, Publikum für

ihre Veranstaltungen mit dem Versprechen freier Getränke und Speisen anzulocken, ist das nun nur noch unter Unkostenbeteiligung der Gäste möglich. Bei der Wahl zwischen Erfüllung konventionsgebundener Erwartungshaltung und Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften entschieden sich einige Kandidaten gegen Letzteres. Sie teilten offenbar die häufig zu vernehmende Ansicht, dass bei einer strikten Einhaltung der Gesetze keine Aussicht auf einen Mandatsgewinn bestanden hätte (vgl. Abe et al. 1994: 146-147).

Die Handlungsweisen der Politiker führten immer wieder zu Straftaten, deren Aufdeckung und öffentliche Geißelung zu einem festen Teil des politischen Alltags in Japan zählt. Auch bei der Oberhauswahl 2007 dauerte es nur einen guten Monat, bis einer der erfolgreichen Kandidaten wegen eines Vergehens gegen das Wahlgesetz für öffentliche Ämter sein Mandat zurückgeben musste.⁷ Zahllose Fälle wie dieser machen deutlich, dass Wählerwerbung in Japan nur in engen Grenzen erlaubt ist, die aber immer wieder übertreten werden.

3. WAHLKAMPF

Im Zusammenhang mit der hier diskutierten Frage nach der Professionalisierung der Wählerwerbung ist deshalb bedeutsam, dass durch die engen gesetzlichen Rahmenbedingungen in den Direktwahlkreisen nur wenig Spielraum für eine Entwicklung der Instrumente und Methoden der Wählerwerbung gegeben ist. Das alleine erklärt noch nicht die scheinbar suboptimale Effizienz, mit der japanische Wahlkämpfer dort auf Stimmenjagd gehen, doch ist es zumindest ein wichtiger Teil der Erklärung: Alternativen sind nicht leicht zu finden.

Die Frage wiederum, warum die Parteien sich durch Gesetzesänderungen keinen größeren Spielraum schaffen, kann wohl am ehesten mit zwei Handlungsmotiven begründet werden: Zum einen zieht die seit 1955 fast ununterbrochen regierende Liberaldemokratische Partei (*Jiyū Minshutō*, LDP) den größten Nutzen aus der jetzigen Gesetzeslage, zum zweiten werden die zahlreichen Reglementierungen des Wahlkampfes als Beleg für die Entschlossenheit der Regierungen präsentiert, gegen die zahlreichen Fälle politischer Korruption – besonders in den eigenen Reihen – vorzugehen. Dass die LDP trotzdem unablässig neue Korruptions- und Veruntreuungsfälle hervorbringt, zwingt die Regierungspartei zu immer neuen Gesetzesergänzungen und -änderungen, an deren Wirksamkeit

aber scheinbar niemand glaubt. Meist wird in den Massenmedien unverblümt zynisch noch vor der Behandlung eines Gesetzentwurfes durch den zuständigen Parlamentsausschuss aufgezeigt, wo Lücken und Umgehungsmöglichkeiten liegen.

Die Möglichkeiten für den Wahlkampf auf Landesebene hingegen sind durch die Reformen von 1994 größer geworden. Dieser Umstand steht nicht im Widerspruch zu den oben genannten Handlungsmotiven, denn auf Landesebene gibt es für die LDP weder schützenswerte, exklusiv ihr nützliche Wahlkampfmethoden noch wird (bisher) auf dieser Ebene eine Demonstration staatlichen Eingreifens gegen politische Korruption für notwendig erachtet. Das Eigeninteresse der Liberaldemokraten an mehr Handlungsspielraum deckt sich mit dem anderer Parteien und hat so auch in diesem Teil des Wahlgesetzes Niederschlag gefunden.

3.1 Wahlkampf um Verhältniswahlstimmen

Mit der Wählerwerbung im Vorlauf zur Unterhauswahl 2005 fand eine Entwicklung ihren vorläufigen Höhepunkt, die in westeuropäischen Staaten sowie den USA – bei aller Schwierigkeit eines objektiven Vergleichs – schon deutlich früher eingesetzt haben dürfte: Die Professionalisierung des Medienwahlkampfes über das Fernsehen. Während in Japan bis 1994 jeder Kandidat lediglich einmal fünf Minuten Sendezeit im staatlichen Sender nutzen konnte, um sich seinen Wählern zu präsentieren, war es Parteien ab der Unterhauswahl 1996 erlaubt, selbst konzipierte und produzierte Wahlwerbespots zu senden.

Selbstredend bedurfte es einiger Zeit, bis sich die politischen Akteure an die neuen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten angepasst hatten und sie verstärkt zu nutzen begannen. Die ersten Wahlwerbespots japanischer Parteien machten so einen biedereren Eindruck: Einzelne Kandidaten wurden darin sachlich vorgestellt, das Potenzial von Bildsprache, *setting* und anderen wichtigen Elementen der Gestaltung von Wahlwerbefilmen wurden weitestgehend ungenutzt gelassen.

2005 gelang es der LDP und ihrem Premierminister Jun'ichirō Koizumi als ersten, einfache *catch phrases* in durchdachtem *setting* mit einer Bildsprache zu verbinden, die sich durchaus auf dem Niveau US-amerikanischer Werbespots bewegten. Das mag aus demokratietheoretischer Perspektive und aufgrund der dünnen politischen Inhalte so bedauernd-

wert wie in westlichen Demokratien erscheinen, belegt aber den Lernprozess, den die Akteure – wenn auch in unterschiedlichem Tempo – in den neuen Strukturen durchschritten.

Zur Oberhauswahl 2007 lautete die Botschaft der 15- bzw. 30-sekündigen LDP-Spots „Wachstum, das man spürt“ (*seichō o jikkan ni*), zu sehen gab es den damaligen Premierminister Shinzō Abe und Bilder aus dem japanischen Alltag, als Hintergrundmusik zu hören eine Orchesterversion von „Land of Hope and Glory“. Die größte Oppositionspartei, die Demokratische Partei Japans (*Nihon Minshutō*, DPJ), ließ verschiedene „Bürger“ kurz mit ihren Sorgen zu Wort kommen (Schule, Bürokratie, Steuern, Altenpflege), unterlegte die O-Töne mit dezenter Gospelmusik und endete auf dem Parteichef Ichirō Ozawa, der die Botschaft verkündete: „Alltagsleben ist das Wichtigste. DPJ“ (*seikatsu ga daiichi. Minshutō*).

Man mag unter Fachleuten unterschiedliche Ansichten finden zur Frage, ob mit diesen Spots eine weitgehende Ausnutzung der Möglichkeiten erfolgt ist, die das Medium Fernsehen bietet. Empirische Vergleichswerte zur Rezeption und Wirkung der Spots in unterschiedlichen Ländern existieren meines Wissens nicht. Keinesfalls jedoch kann von misslungenen Spots gesprochen werden wie zuvor im Fall der DPJ, in der ihr Parteivorsitzender auf einem in heftigem Sturm schlingernenden Schiff die Kontrolle über das Ruder verlor und vom Wind gegen die Kajütentür geschleudert wurde. Die kontraproduktive Botschaft, die von diesem Spot ausging, wird noch deutlicher, wenn man um die angeschlagene Gesundheit des Parteichefs weiß, die ihn beispielsweise zwingt, nach jedem Mittagessen eine zweistündige Ruhepause einzulegen.

3.2 Wahlkampf in den Direktwahlkreisen

Im Gegensatz zur Entwicklung auf nationaler Ebene bot sich in den Direktwahlkreisen auch unter dem neuen Wahlsystem ein aus anderen Ländern ebenfalls vertrautes Bild. Kleinbusse mit großen Lautsprecheranlagen auf dem Dach fuhren mit den immer gleichen einfachen Botschaften durch die Wahlkreise und versuchten in erster Linie, den Namen des Kandidaten bekannter zu machen. Auf öffentlichen Plätzen und Straßen fanden zahllose Wahlkampfreden statt, meist in Gegenwart von Parteikollegen des Kandidaten, die als Unterstützungsgäste angekündigt wurden.

Oft schienen die Kandidaten bei ihren Reisen durch die Straßen des Wahlkreises geradezu auf der „Jagd“ nach Stimmberechtigten zu sein, um sie in einer Mischung aus Handschütteln und Verbeugung um ihre Stimme zu bitten. Der Kandidat Takeshi Nishioka beispielsweise setzte sich in seinem Wahlkreis Nagasaki 1 das Ziel, während der Wahlkampfperiode des Jahres 2000 insgesamt 80.000 Wählern die Hand zu schütteln (Saito 2000: 7). Andere Kandidaten zogen mit ihrem Fahnen- und Megaphon-tragenden Tross durch Einkaufspassagen und suchten dort den Kurzkontakt zu Passanten.

Auftritte der Kandidaten in öffentlichem Rahmen wie Schrein- und Tempelfesten, Schulfestern oder Seniorensport ergänzten den Wahlkampf. Das großes Kartoffelfest in der Präfektur Yamagata, bei dem Töpfe mit bis zu fünf Metern Durchmesser mit Kartoffelsuppe und anderem gefüllt werden, wurde von den Kandidaten der LDP und DPJ mit ihren Teams gleichzeitig beehrt. Stundenlang zogen sie mit Bannern und Megaphonen und in Sichtweite über das Gelände, um sich den Wählern zu zeigen.

Während die Unterhauswahlen der Jahre 1996 und 2000 von den großen Umgewöhnungsprozessen der Wahlkämpfer und Wähler bestimmt waren, wurde der Wahlkampf im Jahre 2003 durch die Neuerung des so genannten *manifesto* bereichert, Parteiprogrammen, die nach der japanischen Umschrift der aus Großbritannien übernommenen Idee des „Manifest“ bezeichnet wurden. Wie beispielsweise der damalige Oppositionsführer Naoto Kan in seinen zahlreichen Wahlkampfauftritten immer wieder betonte, stelle ein *manifesto* einen Vertrag zwischen Wählern und Politikern dar und sei somit sehr viel verbindlicher als die bis dato übliche Form der Wahlversprechen. Die Möglichkeit, dass Parteien in größerer Anzahl Druckerzeugnisse im Wahlkampf an die Bevölkerung verteilen, hatte das Parlament erst kurz vor der Unterhauswahl im Herbst 2003 eröffnet.

So machten alle Politiker von der beschriebenen Möglichkeit Gebrauch, Wahlprogramme in großer Stückzahl zu verteilen. Die Broschüren waren zumindest im Falle der beiden Hauptkonkurrenten LDP und DPJ viele Seiten stark und behandelten eine Fülle von Bereichen. Inhaltlich blieben die Aussagen kurz und vage, schienen Unmögliches zu versprechen und boten zuweilen recht einfache Lösungen für komplexe Probleme. Die Reaktion der Wähler auf die Wahlversprechen der Parteien war trotzdem meist positiv. Einer Umfrage des staatlichen Fernsehsenders NHK⁸ zufolge

ließen sich zwei Drittel der Stimmberechtigten von den Wahlprogrammen beeinflussen. Man schien den Plänen und Versprechen, die man in gedruckter Form in den Händen hielt, mehr Glauben zu schenken als den früher nur akustisch in Wahlkämpfen vernommenen Aussagen. Zudem richteten die Medien ihre Aufmerksamkeit auf dieses Wahlkampfmittel.⁹ Im Jahre 2003 konnte man darin Versprechen wie das der Vollbeschäftigung (DPJ) oder das eines 100 Jahre sicheren Rentensystems (Partei für eine saubere Regierung, *Neue Kōmeitō*) lesen. Der Umstand, dass einige Wähler einen von Regierungsprogrammen dominierten Wahlkampf für ungerecht hielten, da ja nur die Siegerpartei(en) ihre Versprechen tatsächlich umsetzen und damit einer Überprüfung unterziehen lassen müssten, bestätigt wohl den Gewöhnungsbedarf der Bürger an die ihnen bis dahin recht fremde Form des politischen Wettbewerbs.

2007 hatte der Manifest-Boom schon wieder an Fahrt verloren, denn anstelle der umfangreichen Vollversionen wurden nur noch stark verkürzte, auf wenige Kernpunkte reduzierte Druckerzeugnisse von wenigen Seiten verteilt. Trotzdem belegt diese Innovation die im folgenden Abschnitt 4 näher erläuterte Aussage, dass ohne eine Erweiterung der im Wahlgesetz für öffentliche Ämter vorgegebenen Regulierungen des Wahlkampfes keine weitere Professionalisierung oder anderweitige Entwicklung in der Wählerwerbung in den Direktwahlkreisen zu erwarten ist.

4. DER PROZESS DER PROFESSIONALISIERUNG

Wie in Abschnitt 3.1 dargelegt, hat sich auf nationaler Ebene eine eindeutige Professionalisierung der Wählerwerbung vollzogen. Während es durchaus unterschiedliche Bewertungen einiger PR-Kampagnen geben mag, hat doch gerade die Oberhauswahl 2007 den Beleg geliefert, dass die Werbe- und Kommunikationsagenturen ihre Zusammenarbeit mit den Parteien verbessert haben und sich durch Lernprozesse mehr Know-how in dieser in Japan noch jungen Branche entwickelt hat.¹⁰

Im Gegensatz zur nationalen Ebene erscheint das Wählerwerben in den Direktwahlkreisen in vielen Teilen jedoch nicht nur traditionell, sondern vor allem erstaunlich ineffektiv. Wenn Kandidaten mit Hilfe von Megaphonen die in der morgendlichen rush hour vorbeieilenden Pendler „begrüßen“ und ihnen nicht mehr als ein schnelles „Guten Morgen, ich bin XY“ zurufen können, stoßen sie mit zunehmender Wahlkampfdauer auf erkennbar genervtes Desinteresse. Ob das angestrebte Ziel einer Steige-

rung des positiven Wiedererkennungswertes des Kandidatennamens auf diese Weise erreicht werden kann, ist zweifelhaft. Bei meinen Feldforschungen während der 17 Tage des Oberhauswahlkampfes 2007 ist kein Passant aufgefallen, der sein Tempo verlangsamt, geschweige denn halt gemacht hätte. Die Wahlkampfhelfer, die sich bemühten, den Passanten ein Faltblatt des Kandidaten zu überreichen, blieben in 95 Prozent der Fälle erfolglos. Niemand wollte eines.¹¹ Einige Kandidaten unterbrachen ihre Begrüßungsansprachen zuweilen, um sich gegenüber ihren Helfern über die Sinnlosigkeit ihrer Bemühungen auszulassen.

Sanzō Hosaka, Kandidat der LDP in Tokyo, gehörte zur Gruppe derjenigen, die sich eine Reihe von Stadt- und Präfekturabgeordneten zu seinen Redeauftritten einluden, von denen jeder einzelne das Mikrofon ergriff und wenige Minuten sprach. Vor dem Bahnhof in Nakano waren es insgesamt sechs, die sich auf Hosakas Wahlkampfwagen gestellt hatten und sich reihum den vorbeieilenden Passanten vorstellten. Inhaltlich wurde dabei nicht in erster Linie auf Hosakas Bemühungen um einen Mandatsgewinn abgehoben, sondern auf eine positive Selbstdarstellung der Lokalpolitiker. Man applaudierte sich gegenseitig. Hosaka selbst war während dieser Zeit in einem nahegelegenen Schnellimbiss Mittagessen.

Sowohl die morgendliche Begrüßung als auch der Einsatz von Lokalpolitikern als vermeintliche Unterstützung wurden von mehreren Kandidaten im Tokyoter Wahlkreis angewandt, weitere offensichtlich wenig zielorientierte bzw. effiziente Vorgehensweisen ließen sich hinzufügen. Dabei stellt sich die Frage, warum Wahlkämpfer, unter ihnen erfahrene Profis der Branche, einen erheblichen Teil der knapp bemessenen Wahlkampfzeit auf diese scheinbar wenig wirksamen Wahlkampfmethoden verwenden. Passanten, die sich die Ohren zuhalten, weil sie sich von der Lautstärke der Kandidaten-Megaphone gestört fühlen, sollten als Zeichen für die potenzielle Kontraproduktivität der Wahlkampfführung erkannt werden.

Von Wahlkämpfern immer wieder angeführt wird die Begründung, es gäbe keine Alternativen zu den genannten Methoden. Man stoße immer wieder an die gesetzlich vorgegebenen Grenzen, die nicht selten den eigentlichen Sinn eines Wahlkampfes zunichte machen. Mehrere Gesprächspartner konnten eine Reihe von Wahlkampfinstrumenten nennen, die sie gerne anwenden würden, aber aufgrund der Regulierungen nicht einsetzen dürfen.

Doch lohnt es sich zu hinterfragen, ob das Wahlgesetz für öffentliche Ämter die einzige Ursache für den Zustand des Wahlkampfes ist. Folgt man der strukturellen Lerntheorie (vgl. Reed 1993: 47ff.), so sollten sich Akteure in einer vorgegebenen, gleichbleibenden Struktur durch individuelle Lernprozesse auf ein Verhalten hinbewegen, das als Ergebnis zahlreicher Versuche eine recht weit gediehene Nutzung der potenziellen Möglichkeiten darstellt. Wahlkampf in Direktwahlkreisen hat eine lange Tradition in Japan, die Reform von 1994 kann in diesem Sinne nicht als Bruch bewertet werden, denn obwohl im Gegensatz zu früher nun nur noch ein Kandidat pro Direktwahlkreis ein Mandat erringen kann, sind die Vorgaben für die Wähleransprache grundsätzlich gleich geblieben.

Obwohl sich der Lernprozess also über eine Zeitspanne von Jahrzehnten hinzieht, wird er durch mehrere Faktoren gebremst. Ein Problem, das hier zu nennen ist, stellt der Umstand dar, dass einerseits die Wirkungsweise von Wahlkampfinstrumenten auf die Adressaten, sowie andererseits der Anteil des Wahlkampfes selber am Wahlausgang nicht einmal annähernd quantifiziert werden können. Die Rückmeldung auf Verhalten, im konkreten Fall also die Konsequenzen einzelner Wahlkampfinstrumente auf das Wahlverhalten, sind schwer zu erkennen.

Reed (1993: 50) nennt als eine der grundlegenden Annahmen der strukturellen Lerntheorie: „People are more likely to change their strategy in response to clear negative feedback than in response to clear positive feedback“. In unserem Fall würde diese Annahme unterstellen, das Gewinner des Wahlkampfes eher an ihren eventuell suboptimalen Wahlkampfmethoden festhalten als Verlierer. Die aber haben neben den Schwierigkeiten, die in der Anbahnung und Finanzierung einer erneuten Kandidatur liegen, auch damit zu kämpfen, die Ursachen für ihre Niederlage zu analysieren und zu verstehen. In der Regel handelt es sich dabei um einen schwer durchschaubaren Mix aus verschiedenen Faktoren, der im Zweifel dazu führt, dass Kandidaten sich eher an vermeintlich bewährte Wahlkampfinstrumente klammern, die auch die Gewinner einsetzen. Die aber haben wenig Anreiz für die Suche nach Verbesserungen.

Verstärkt wird diese innovationsaverse Wahrnehmung durch Außenseiter-Kandidaten, die sich durch außergewöhnliche Wahlkampfmethoden von ihrer Konkurrenz absetzen wollen, aber ebenfalls scheitern. Auch sie scheinen indirekt die bekannten Methoden in ihrer Wirksamkeit zu bekräftigen. Der Musiker Zaki, der als Spitzenkandidat der kleinen Partei

„Netzwerk Artikel 9“ (*Kyūjō Netto*) antrat, sang 2007 nicht nur selber seine politischen Botschaften auf den üblichen öffentlichen Plätzen, sondern hatte zudem einen Transvestit im Bikini als Werbefigur und eine Sängerin dabei, die mehrere Strophen ihres „Schützt Artikel 9“-Liedes (*kyūjō o mamore*) zum Besten gab. Sie gewannen kein Mandat.

Unterstellt man, dass die Evolution des japanischen Wahlkampfes noch im Gange ist, bedeutet das, dass Wahlkämpfer weiterhin alte Methoden anwenden, die sie von Vorgängern erlernt und übernommen haben. Sie beziehen sich in der Planung des Wahlkampfes auf Beispiele aus der Vergangenheit, so, wie es die Konkurrenz auch tut, und es bleibt offen, wie stark dabei die Suche nach Innovationen bewusst betrieben wird.

Yasuo Tanaka, Vorsitzender der Neuen Partei Japans (*Nihon Shintō*), gleichzeitig aber auch fast Einzelkämpfer seiner kleinen Partei, stellte eine der wenigen Ausnahmen dar. Er machte schon während seiner Zeit als Gouverneur der Präfektur Nagano durch Neuerungen in seinem Verwaltungsapparat und im Umgang mit den Massenmedien auf sich aufmerksam. Tanaka prüfte bewusst die verschiedenen Wahlkampfinstrumente, suchte nach Verbesserungsmöglichkeiten und modifizierte zumindest einige Methoden. Er lehnte die in Japan übliche Form von Wahlkampfreden ab, bei denen sich der Kandidat auf das Dach eines Kleinbusses begibt und von oben spricht. Stattdessen blieb er auf dem Boden stehen und suchte während seiner Reden Kontakt zu den Zuhörern. Er unterließ laute Beschallungen von Bahnhofsvorplätzen, die er als „lärmendes Karaoke“ (*urusai karaoke*) bezeichnete, das keiner hören wolle. Stattdessen verteilte er selber Parteibroschüren an die Passanten – und das mit einer konkurrenzlos hohen Erfolgsrate. Er suchte sogar die politische Diskussion mit Wählern, worauf diese zwar nur selten eingingen, doch auch damit hob er sich ein wenig von der Konkurrenz ab.

Tanaka unterschied sich aber nicht nur durch seine bewusste Anwendung von etwas anderen Wahlkampfmethoden von der Konkurrenz, sondern auch durch die Tatsache, dass er einer kleinen, nur mit zwei Kandidaten antretenden Partei angehörte, in der er die Entscheidungsbefugnisse inne hatte. Dadurch verfügte er über einen Vorteil, den Kandidaten der großen Parteien nicht nutzen konnten: Er war wesentlich unabhängiger und flexibler in seinen Entscheidungen. Bei Kandidaten der großen Parteien ließ sich feststellen, dass sie im Wahlkampf nämlich nicht nur in alleiniger Fokussierung auf Wähler handeln, sondern ihr direktes Kampagnenteam

berücksichtigen mussten, ihre Helfer und Berater, ihre in der Hierarchie über ihnen rangierenden Parteikollegen, ihre Sekretäre und die Mitglieder ihrer persönlichen Unterstützungsorganisation. Auch den organisierten Stimmberechtigten gegenüber, die sich zumindest bei Verhältniswahlkandidaten hin und wieder zu Wahlkampfhilfe bereit finden, scheint dabei die Demonstration des absoluten Willens und der Unbeugsamkeit positiv Einfluss auf die Wahlentscheidung nehmen zu können. Im sowohl körperlich als auch psychisch hoch anstrengenden Wahlkampf zählt die Sekundärtugend Durchhalten und sich tapfer schlagen (*ganbare*) wie ein starkes politisches Argument.

Während des Oberhauswahlkampf 2007 waren mehrfach Kommentare von Wahlkämpfern zu vernehmen, die die Leistungen der Kandidaten bewerteten und zuweilen auch Kritik an Unpässlichkeiten der Parlamentarier in spe erkennen ließen. Zuverlässigkeit, Energie, Motivation und andere Verhaltensweisen der Kandidaten wurden genau zur Kenntnis genommen. Wenn sich ein Kandidat im strömenden Regen vor einen fast menschenleeren Bahnhofsausgang stellte und dort um Wähler warb, konnte er damit zwar direkt kaum einen Stimmberechtigten erreichen, aber zumindest seinen starken Willen und seine Durchhaltefähigkeit demonstrieren. Das Gleiche galt für Wahlkampfreden in brütender Hitze zur Mittagszeit an Orten, wo nirgendwo Schatten zu finden war und kein Passant anhielt, um sich die Aussagen des Kandidaten anzuhören. So blieb dem nicht viel anderes, als immer wieder zu betonen, wie heiß es eigentlich sei.¹²

Die Bedeutung, die diese ins Organisationsinnere ausgerichtete und auf Sekundärtugenden aufbauende Verhaltensweise für viele japanische Wahlkämpfer hat, ist in einer Reihe von Gesprächen des Autors mit Akteuren immer wieder bestätigt worden. Sie beeinflusst das Repertoire an Handlungsmöglichkeiten erheblich und ergänzt die oben genannten Hindernisse für Innovationen im Wahlkampf. Professionalisierung im Sinne einer die Stimmengewinne maximierenden Verbesserung der Wahlkampfeffizienz ist nach jetzigem Stand der Dinge auf Direktwahlkreisebene in Japan deshalb auf absehbare Zeit nicht zu erwarten. Erst wenn die Kraft der organisierten Stimmen ins Bedeutungslose abgesunken ist und angenommen wird, dass die Attraktivität von Sekundärtugenden keine große Wirkung mehr auf Stimmberechtigte hat, wird sich eine größere Innovationsfreudigkeit einstellen.

- 1| Der Autor dankt herzlich Verena Blechinger-Talcott für ihre Anmerkungen und Anregungen.
- 2| Da die Elemente Verhältnis- und Mehrheitswahl in keiner Weise miteinander verrechnet werden oder sonst wie in Berührung geraten, hat sich in der deutschsprachigen Politikwissenschaft für solche Wahlsysteme die Bezeichnung „Grabensystem“ eingebürgert. Im Japanischen hingegen spricht man von einem „Parallelsystem“ (heiritsu sei). Während das Stimmgebungsverfahren dem der Bundestagswahl gleicht, weicht die Verrechnung der Stimmen in Mandate deutlich ab.
- 3| Formal handelt es sich um 29 Zweier-, 12 Vierer-, 5 Sechser und einen Zehnerwahlkreis, doch da alle drei Jahre jeweils nur die Hälfte der Oberhausmandate zur Wahl stehen, sind es faktisch die oben genannten Wahlkreisgrößen.
- 4| Aus Platzgründen befassen sich die folgenden Seiten ausschließlich mit dem direkten Wahlkampf. Wählerwerbung und Wahlkreispflege außerhalb des dafür vorgegebenen, kurzen Zeitraums werden beispielsweise in Klein (2006) ausführlich behandelt.
- 5| Bis zu drei Kandidaten einen, von vier bis acht Kandidaten zwei, dann bei jeweils fünf weiteren Kandidaten einen Wagen mehr.
- 6| Neuere Beispiele sind Miyoshi (2007) und Ningen no kagaku shinsha (2007).
- 7| Yutaka Kobayashi, LDP-Abgeordneter aus der Präfektur Kanagawa, wurde im Sinne des „Systems der Mithaftung“ (renzasei) mit dafür verantwortlich gemacht, dass zwei seiner Mitarbeiter mehr Tageslohn an Hilfskräfte gezahlt hatten als es das Gesetz erlaubt (Asahi shinbun, 05.09.2007: 1).
- 8| Nach „gendai kurōzu appu“ (Bericht des staatlichen Fernsehsenders NHK mit dem Titel „manifesto senkyo“ [Die Wahl der Wahlprogramme]), 11.11.2003.
- 9| Das Konzept des „Manifest“ gewann interessanterweise in Japan zu einem Zeitpunkt an Bedeutung, zu dem es in Großbritannien als veraltet betrachtet wurde. Kettle (2005) schreibt: „The idea of the manifesto as a party's holy writ, which once seemed part of the natural order of politics, now seems to belong to the day before yesterday“. Dann prophezeite er: „In time, there may be a resurgence, in a modern form, of something that was common in electoral politics before the mid 20th century - the local or individual manifesto. The discrediting of centralist parties [...] may lead to more candidates daring to run on more independent platforms“.
- 10| In Erinnerung gerufen wurde in jenem Sommer aber auch die Erkenntnis, dass politische PR nicht alleine den Ausgang einer Wahl bestimmt. Der 2005 noch für seine Orchestrierung des Unterhauswahlkampfes gefeierte Oberhausabgeordnete Hiroshige Sekō verlor nach dem Wahldebakel der LDP 2007 seinen Posten als führender Kommunikationsstratege seiner Partei, ein Nachfolger wurde nicht bestimmt (Vgl. www.asahi.com/politics/update/0831/TKY200708310372.html, Zugriff: 02.09.2007).
- 11| Ein Kandidat führte das auf den Umstand zurück, dass es seit einigen Jahren kaum noch öffentliche Mülleimer in Tokyo gäbe und deshalb keine Form von werbendem Druckerzeugnis noch an den Mann zu bringen sei. Eine Wahlkämpferin hingegen vertrat die Ansicht, dass es bei dieser Oberhauswahl schon mehr Abnehmer von Faltblättern gäbe als bei der vorherigen Wahl.
- 12| So Keiichirō Nakamura, Kandidat der Neuen Partei des Volkes (Kokumin Shintō), im Tokyoter Stadtteil Sangenjaya.

LITERATUR

- ABE, HITOSHI, MUNÉYUKI SHINDO und SADAFUMI KAWATO. 1994. *The Government and Politics of Japan*. Tokyo: University of Tokyo Press.
- KETTLE, MARTIN. 2005. „Howard knows voters want a leader to share their values“. In: *The Guardian*, 12.04.2005.
- KLEIN, AXEL. 2006. *Das politische System Japans*. Bonn: Bier'sche Verlagsanstalt.
- KÖLLNER, PATRICK. 2002. „Upper House Elections in Japan and the Power of the ‚Organized Vote‘“. In: *Japanese Journal of Political Science*, 3, 1, S. 113-137.
- MIYOSHI, NORIMASA. 2007. *Sugu wakaru senkyo undō – kēsu de miru ihan to bassoku* [Wahlkampf leicht verständlich – Fallbeispiele für Vergehen und Strafen]. Tokyo: Imajin.
- NINGEN NO KAGAKU SHINSHA. 2007. *Tōsen mukō – rikkōho kinshi: shin renzasei taiō Q&A* [Wahlsieg ungültig – Kandidaturverbot: Zum Umgang mit dem neuen System der Mithaftung Q&A]. Tokyo: Ningen no kakagu shinsha.
- OHNO, SADAYOSHI, TAKASHI SAKURADA und KŌICHI TAMURA. 1998. *„Kōshoku senkyo hō o kataru“* [Ein Gespräch über das Wahlgesetz für öffentliche Ämter]. Tokyo: Kōdansha.
- REED, STEVEN R. 1993. *Making Common Sense of Japan*. Pittsburgh: Pittsburgh University Press.
- SAITŌ, HIROSHI. 1995. *„Shin kōsen hō shita no senkyo undō to seiji katsudō“* [Wahlkampf unter dem neuen Wahlgesetz für öffentliche Ämter]. Tokyo: Tōhō.
- SAITO, JUN. 2000. „When image is all that matters.“ In: *Asahi Evening News*, 10.06.2000.

- TANIAI, YASUO. 1991. „Wakariyasui kōshoku senkyo hō [Das Wahlgesetz für öffentliche Ämter – leicht verständlich]. Tokyo: Gyōsei.
- YOSHIDA, YOSHIAKI. 1995. „Kōshoku senkyo hō no kaisetsu“ [Erläuterungen zum Wahlgesetz für öffentliche Ämter]. Tokyo: Hitobashi Shuppan.

PROFESSIONALISIERUNG DES WAHLKAMPFS IN DEUTSCHLAND

WIE SPRACHEN UND SPRECHEN PARTEIEN IHRE WÄHLERINNEN UND WÄHLER AN?

Kim Jucknat | Andrea Römmele

1. HISTORISCHER VERGLEICH VON WAHLKAMPFKOMMUNIKATION

In modernen Massendemokratien sind es politische Parteien, die Regierung und Regierte miteinander verbinden. Sie sind die zentralen Organe im Willensbildungs- und Interessenvermittlungsprozess, weshalb ihnen auch häufig eine „kommunikative Scharnierfunktion“ zugeschrieben wird. Das in der Parteienforschung entwickelte Linkage-Konzept hebt auf diesen kommunikativen Charakter politischer Parteien ab (Lawson 1980).

Politische Akteure agieren nicht in einem Vakuum. Ihre Kommunikation ist aufgrund technischer und technologischer Neuerungen auf der einen sowie gesellschaftlichen Veränderungen auf der anderen Seite einem ständigen Wandel unterworfen. Um erfolgreich zu kommunizieren, müssen sich Parteien den Entwicklungen auf den Wählermärkten und im Bereich der Massenmedien anpassen und ihre Kommunikationsstrategien entsprechend modifizieren. In der Wahlkampfkommunikationsforschung werden in diesem Zusam-

menhang drei Phasen identifiziert, die die Entwicklung der Kommunikationsstrategien der Parteien beschreiben (vgl. Farrell 2002; Norris 1997; Römmele 2005).

In der vormodernen Wahlkampfphase, vor dem 2. Weltkrieg, war es vor allem die Parteiorganisation, über die Politikvermittlung bzw. der Wahlkampf lief. Der Parteiführung oblag die zentrale Verantwortung in Bezug auf Planung, Inhalt und Ausführung der Kampagne. Der vormoderne Wahlkampf wurde stark vom direkten Austausch der Partei mit den Wählern getragen, d.h. basierend auf interpersonaler Kommunikation im Rahmen von Veranstaltungen und *Ralleys*. Die Parteien hatten dabei den Vorteil, dass die Gesellschaft zu dieser Zeit noch in sozial homogene Gruppen eingeteilt werden konnte. Feste soziale Klassen bildeten abgegrenzte Wählersegmente, die jeweils einer bestimmten Partei zugeordnet werden konnten. Die Parteien traten hauptsächlich mit „ihrem“ Wählersegment in Kontakt, um ihre Wähler für die Wahl zu mobilisieren. Die vormoderne Wahlkampfphase war die Phase der sogenannten „Massenparteien“ (vgl. Kirchheimer 1965), die sich durch eine klare Bindung bestimmter sozialer Schichten an bestimmte Parteien auszeichnete.

Ab den 1960er Jahren, vor allem mit der Verbreitung des Fernsehens, verlagerte sich die Kommunikation weg von der Parteiorganisation hin zu den Massenmedien. Die Charakteristika der modernen Wahlkampfphase wurden erheblich durch das Fernsehen bestimmt, das den direkten (*Face-to-face*) Kontakt mit der Bevölkerung verdrängte. Mit dieser Visualisierung von Politik über das Fernsehen ging vor allem eine Personalisierung der Berichterstattung einher, in den Augen vieler auf Kosten von Inhalten. Personen lassen sich ohne Zweifel über die Medien deutlich einfacher transportieren als beispielsweise Wahlprogramme und Parteiideologien. Durch die Auflösung sozialer Milieus mussten sich Parteien nun auf eine breitgefächerte Wähleransprache konzentrieren. Die international vergleichende Parteienforschung spitzte diese Entwicklung in ihrer *Catch-all*-Partei-These Mitte der 1960er Jahre zu (vgl. Kirchheimer 1965), wonach bei den Parteien im Zuge der Heterogenisierung der Gesellschaft eine Konzentration auf unterschiedliche Wählersegmente zu beobachten sei. Die Mobilisierung der eigenen Reihen reichte zu dieser Zeit nicht mehr aus, so dass auch die Konvertierung, d.h. die politische Überzeugungsarbeit, einen wichtigen Platz in der Wahlkampfkommunikation der Parteien einnahm.

Für die letzte und aktuelle Wahlkampfphase kursieren unterschiedliche Termini: Manche sprechen von postmodernen Wahlkämpfen (Norris 1997), andere von der digitalen Phase der Wahlkämpfe (Farrell 2002). Der Begriff des professionalisierten Wahlkampfes (Römmele 2005) konnotiert dabei, in Anlehnung an die soziologische Forschung, die Herausbildung einer eigenen Profession im Bereich der Wahlkampfleitung und -kommunikation und deutet darauf hin, dass für ganz bestimmte Teilbereiche des Wahlkampfes Experten, sogenannte „Professionals“, gebraucht werden. Neben der Einbindung dieser externen Kommunikationsberater in den Wahlkampf der Parteien ist vor allem eine Verlagerung hin vom broadcasting zum narrowcasting zu beobachten: Politische Botschaften werden zielgruppenspezifisch aufbereitet und mit Hilfe von verschiedenen Medien transportiert. Personalisierung findet noch stärker statt. Direkte Ansprachen in Form von E-Mails, Post- und Telefonansprachen sowie regelmäßige Meinungsumfragen sind wichtige Bestandteile der Wahlkampfstrategie und werden noch über den Wahlkampf hinaus angewendet. Es reicht nicht mehr aus, nur im Rahmen kommunikativer Stoßzeiten, d.h. zu Wahlkämpfen, mit dem Wähler in Kontakt zu treten: Parteien müssen ständig on message sein. Organisation und Durchführung des Wahlkampfes liegt dabei in den Händen einer ausgelagerten Wahlkampfzentrale, die sowohl mit der Parteiführung als auch mit externen PR-Beratern zusammenarbeitet.

Die Herausforderungen, denen sich Parteien im Rahmen der professionalisierten Wahlkampfkommunikation stellen müssen, sind neben den steigenden Anforderungen im Bereich der Medien vor allem bei den Wählern und den eigenen Parteimitgliedern zu verorten. Neben der sinkenden Parteiidentifikation und der steigenden Zahl der Wechselwähler stehen Parteien auch in Bezug auf ihre Mitglieder vor Problemen: Die Zahl der Mitglieder sinkt bei allen Parteien (vgl. Niedermayer 2005) und häufig sind Parteimitglieder nur noch schwer zu motivieren, sich für die eigene Partei einzusetzen. Nicht selten werden Mitglieder von der Parteispitze als Ballast empfunden, der schnelle und effiziente Entscheidungen vor allem in Wahlkämpfen verhindert. Welche Bedeutung haben Wahlkämpfe aber dann (noch)?

2. DIE BEDEUTUNG VON WAHLKAMPFKOMMUNIKATION

In der Politikwissenschaft gibt es dazu Antworten aus unterschiedlichen Perspektiven. Die eher pessimistische Sichtweise suggeriert, dass Wahl-

kämpfe keine oder allenfalls nur eine geringe Bedeutung haben. Begründet wird dies zum einen durch ein Makroargument, das besagt, dass Wahlergebnisse aufgrund eines relativ kleinen Variablensets vorhergesagt werden können. Nicht Wahlkämpfe sind ausschlaggebend für den Ausgang der Wahl, sondern verschiedene kurz-, mittel- und langfristige Variablen, die außerhalb von Wahlkämpfen zu finden sind. Gschwend und Norpoth (2003) haben insgesamt drei Variablen identifiziert, mit deren Hilfe sich der Stimmenanteil für die amtierenden Regierungskoalitionen vorhersagen lässt: Für die Bundestagswahl 2002 konnte der Sieg der rot-grünen Koalition erstaunlich genau vorausgesagt werden, basierend auf den Variablen „langfristige Parteiunterstützung“, „Kanzlerunterstützung“ und „Amtsperiode der Regierung“ (Norpoth/Gschwend 2003). Auch auf der Mikroebene existieren Argumente gegen einen ausschlaggebenden Einfluß von Wahlkämpfen. So werden vor allem Parteiidentifikation und andere Prädispositionen bei Wählern ins Feld geführt. Beide argumentative Ebenen lassen sich jedoch entkräften, indem man zum einen auf die Fehlerquote der Vorhersagemodelle verweist. Im Fall der Parteiidentifikation lässt sich argumentieren, dass diese kontinuierlich sinkt und dadurch die Zahl der Spätentschlossenen zunimmt. Folglich sind mehr und mehr Wähler anfällig für Wahlkampfeinflüsse und Wahlkämpfe gewinnen so an Bedeutung. Diese Bedeutung wird Wahlkämpfen von einer zweiten Perspektive zugestanden, die besagt, dass Wahlkämpfe eine Wirkung haben, egal wie sie aus- bzw. durchgeführt werden. Dennoch betont auch diese Perspektive den begrenzten Einfluss von Wahlkämpfen. Es wird davon ausgegangen, dass Wahlen bereits vorhandene politische Prädispositionen aktivieren und verstärken. Mit anderen Worten: Wahlkampfkommunikation verdeutlicht den Wählern „wohin sie gehören“. Konversion, d.h. ein Wechsel zu einem anderen politischen Lager, ist dabei unwahrscheinlich.

Neben diesen zwei eher verhaltenen Sichtweisen auf Wahlkämpfe hat sich, basierend auf aktueller Forschung, eine neue Perspektive durchgesetzt. Diese Perspektive der „bedingten Kampagneneffekte“ vertritt die Ansicht, dass Wahlkämpfe eine Wirkung abhängig von ihrer Ausgestaltung haben (vgl. Farrell/Schmitt-Beck 2000). „Ultimately, campaigns can affect who wins the election. Thus, the strategic decisions of candidates are not merely empty exercises [...] Both the inputs and outputs of campaign processes can be consequential“ (Brady/Johnston 2006: 18). Wahlkämpfe können eine Wahl entscheiden, es kommt jedoch auf die Interaktion und Dynamik zwischen den politischen Akteuren und den Wählern an. Zum einen ist die Wahl der Kommunikationsstrategien und

der Medien für den Wahlkampf ausschlaggebend, zum anderen sind die vorherrschenden gesellschaftlichen Prozesse von Bedeutung. Letztendlich ist die Fähigkeit der politischen Akteure, mit der Ausgestaltung ihres Wahlkampfes adäquat auf die Stimmungen in der Gesellschaft zu reagieren, der zentrale Faktor. Hier spielen in professionalisierten Wahlkämpfen Mobilisierungsstrategien und direkte Wähleransprachen wieder eine zentrale Rolle. Wie sind die deutschen Parteien nun diesem Trend begegnet?

3. AKTUELLE EMPIRISCHE TRENDS IN DEUTSCHLAND

Eine empirische Analyse der Wahlkampfstrategien der beiden großen Parteien CDU und SPD bei der letzten Bundestagswahl 2005¹ zeigt zwei zentrale Ergebnisse: Erstens setzten sowohl CDU als auch SPD auf professionalisierte Wahlkampfkommunikation. Meinungsumfragen wurden in die Wahlkampfstrategie beider Parteien integriert. Externe Berater spielten eine wesentliche Rolle bei der Gestaltung und Durchführung beider Kampagnen und ein gezielter Einsatz von neuen Informationstechnologien konnte klar erkannt werden. Vor allem die Personalisierung, die Konzentration auf die Spitzenkandidaten Schröder und Merkel war auffällig. Die Studie von Römmele und Gibson (i.E.) zur Professionalisierung der Wahlkampfstrategien der Parteien im Bundestagswahlkampf 2005 konnte die professionalisierten Wahlkampfelemente bei den großen Parteien bestätigen. Auf dem von Gibson und Römmele entwickelten Index zur Professionalisierung von Kampagnentechniken (CAMPROF) lagen CDU und SPD im Vergleich zu den kleinen Parteien vorne: Neben dem Einsatz von neuen Informations- und Kommunikationstechnologien zeichneten sich die Kampagnen der beiden großen Parteien durch intensive Gegnerbeobachtung und Permanent Campaigning aus (vgl. Gibson/Römmele, i.E.).

SPD und CDU stützten sich jedoch nicht alleine auf professionalisierte Wahlkampfelemente. Bei der Bundestagswahl 2005 ließ sich bei beiden Parteien auch ein klarer Trend zur dialogorientierten lokalen Wahlkreis-kommunikation feststellen, wie wir sie aus der Phase des vormodernen Wahlkampfes her kennen. Beide Parteien haben also auch auf Überzeugungsarbeit an der Basis gesetzt, auf Mobilisierungsstrategien an der Wurzel: Grassroot Campaigning ist eine effiziente Strategie der Parteien um Wähler zu mobilisieren und zu überzeugen. Im Folgenden werden die Mobilisierungsstrategien von SPD und CDU kurz vorgestellt.

3.1 Die Mobilisierungsstrategie der CDU: das „teAM Zukunft“

Die Ausgangslage für die Kampagne der CDU war vielversprechend. Die Partei hatte einen komfortablen Vorsprung vor der SPD in den Umfragen. Dennoch hatte das extrem knappe Wahlergebnis von 2002 die CDU-Bundesgeschäftsstelle schon früh veranlasst sich vorzubereiten.

Mit Hilfe eines Freiwilligenprogrammes sollte das eigene Wählerpotenzial bei der nächsten Wahl besser ausgeschöpft werden. Verantwortlich für die Planung zeichnete die Stabsstelle Strategische Planung/Wahlkämpfe, aus der später der heutige Bereich Strategische Planung hervorging. Als Vorbild für die Unterstützerkampagne diente das Freiwilligenprogramm der US-Republikaner im Präsidentschaftswahlkampf 2004 mit einer großen Zahl von Wahlkampfaktivisten. Nach Jahren der Konzentration auf das Medium Fernsehen billigten die republikanischen Campaigner der Direktansprache der Wähler damit wieder ein deutlich stärkeres Gewicht zu. Der so genannte *Air War* über die Medien wurde durch ein groß angelegtes Mobilisierungsprogramm von Parteianhängern, den so genannten *Ground War*, ergänzt (siehe dazu auch den Beitrag von Voigt und Hahn in diesem Band). Eine bundesweit organisierte Freiwilligenkampagne bot zudem eine gute Möglichkeit, die auf Bundes-, Landes- oder Kreisebene angebotene Unterstützung durch eigene Anhänger effektiv zu nutzen und auszuschöpfen. Dafür fehlte nämlich bis dato ein klarer organisatorischer Rahmen mit konkreter Aufgabenzuweisung. Als Start für die Kampagne diente die Landesgeschäftsführerkonferenz im Juni 2005, in der die Landesverbände über die Einzelheiten der Kampagne informiert wurden und um Benennung von Landeskoordinatoren gebeten wurden. Mitte Juni fand dann die Schulung der regionalen Kampagnenleiter statt und die der Kreisverbände wurden im Rahmen einer Kreisvorsitzendenkonferenz über das Vorhaben und weitere Vorgehen informiert. In jedem Wahlkreis gab es ein teAM Zukunft, mit einem Leiter, der vom Wahlkreis kandidaten ernannt wurde. Dieser Leiter koordinierte in den Wahlkreisen die Unterstützer. Für deren Koordination arbeiteten auf Landesebene Landeskoordinatoren. Alle Arbeitseinheiten wurden dabei im Großraumbüro des Konrad-Adenauer-Hauses koordiniert: Das Herzstück des teAM Zukunft bestand aus einem 30köpfigen Team von Freiwilligen, das eng mit der Parteiführung zusammenarbeitete. Es gab also eine klare institutionelle Anbindung an den offiziellen Wahlkampf der Partei.

Insgesamt konnte das teAM Zukunft 32.000 Unterstützer verzeichnen, die alle an verschiedenen Wahlkampfaktivitäten beteiligt waren. Neben

der Verteilung von Wahlkampfmaterial engagierten sich die Mitglieder des teAM Zukunft bei politischen Großveranstaltungen, indem sie die Spitzenpolitiker vor Ort bei ihren Auftritten unterstützten. Aber auch Telefon-Post- und E-mail- Aktionen lagen im Aufgabenbereich der Helfer. Das sogenannte Schneeballprinzip wurde groß geschrieben, bei dem die eigenen Kontakte genutzt werden und so ein Multiplikatoreffekt entsteht, durch den die politische Botschaft viele potentielle Unterstützer erreichen kann. Eigenverantwortung und Kreativität einzelner Unterstützer waren willkommen und so entwickelte sich eine Welle von Hausparties, privaten und politischen Veranstaltungen, bei denen einzelne Mitglieder Freunde, Bekannte aber auch Fremde zu sich nach Hause einluden um ein politisches Event in den Medien (z.B. das TV-Duell zwischen Schröder und Merkel) zusammen anzuschauen und zu besprechen.

Für die Organisation der Kampagne spielte das Internet eine wesentliche Rolle. Neben der online-basierten Registrierung der Mitglieder auf der Website des teAM Zukunft lief ein Großteil der Koordination der einzelnen Aktionen über eine virtuelle Kampagnenplattform statt. In Form von einem täglichen Newsletter wurden alle Mitglieder regelmäßig über die aktuellen Entwicklungen oder neue Aktionen informiert (Melchert et al. 2006).

3.2 Die Mobilisierungsstrategie der SPD: die Roten Wahlmannschaften und „www.wirkaempfen.de“

Im Gegensatz zur CDU sah die Ausgangslage für die Mobilisierungskampagne der SPD eher düster aus. Die Umfragewerte hatten einen historischen Tiefstand erreicht und den Wahlkampfverantwortlichen war von Anfang an klar, dass der Bundestagswahlkampf 2005 nur dann für die SPD zu einem Erfolg werden kann, wenn die eigenen Mitglieder von der Notwendigkeit der Neuwahl überzeugt und für den Wahlkampf mobilisiert werden können. Der SPD-Bundestagswahlkampf 2005 sollte keine mediale Inszenierung werden. Richard Meng fasste nach einem Gespräch mit Kajo Wasserhövel das Credo für den SPD-Wahlkampf wie folgt zusammen: „Die Leute sind das Inszenieren leid. Es geht nicht nur um die Kanzlerperspektive, sondern auch ums Selbstbewusstsein als Volkspartei.“² In Wasserhövels Verständnis ist das eine Kampagne, „die wieder stärker die eigenen Mitglieder und Anhänger mobilisiert, ins Ehrenamtliche reinght, die Inhalte auf die Straße bringt“.³

Wasserhövel hat auch in der ersten Ausgabe der SPD-Funktionärszeitschrift *Intern* nach der verlorenen Landtagswahl in NRW die Bedeutung der interpersonalen Kommunikation für den anstehenden Bundestagswahlkampf hervorgehoben, indem er an die Worte von Johannes Rau erinnerte: „Der Mundfunk wird oft den Rundfunk ersetzen müssen“.

Wie die CDU setzte die SPD auf dialogorientierte Kommunikation. Ziel war es, alle relevanten Zielgruppen durch Wahlkampfteams zu erreichen. Es engagierten sich sowohl junge Teams als auch sogenannte „60plus-Teams“ in der direkten Ansprache von potentiellen Wählern. Es ging, ähnlich wie beim teAM Zukunft darum, vor Ort aktive Strukturen aufzubauen und die Arbeit der Parteiführung mit Hilfe von Leitfäden, Materialien und Aktionsideen zu unterstützen. Der Startschuss für die Kampagne wurde mit einer zentralen Mobilisierungskonferenz in Kassel Anfang August 2005 gesetzt. Dieser folgten weitere bundesweite Aktionstage, die sich unterschiedlichen Themen widmeten.

Neben der institutionell an den Wahlkampf der Parteiführung angebundene Kampagne der „Roten Wahlmannschaften“ an der Basis entwickelte sich auf Initiative einzelner Mitglieder jedoch auch noch eine hauptsächlich online-basierte Mobilisierungskampagne. Im Juni 2005 trafen sich in Berlin einige jüngere MdBs der SPD mit Unterstützern aus den eigenen Reihen und von außerhalb der Partei. Am gleichen Abend wurde in dieser Runde ein Aufruf formuliert und auf der Internetseite „www.wirkaempfen.de“ sichtbar gemacht. Diese internetbasierte Kampagnenplattform hatte zum Ziel, Sozialdemokraten mit und ohne Parteibuch für den Wahlkampf zu mobilisieren und über ein reines Online-Werkzeug hinaus die Verknüpfung zu klassischen Wahlkampfinstrumenten herzustellen. Geführt wurde die Kampagne von einem fünfköpfigen Team von Freiwilligen. Mehr als 4.000 Freiwillige engagierten sich auf diese Weise für die SPD.

Im Mittelpunkt der Kampagne standen neben der Organisation von medienwirksamen Ereignissen politische Überzeugungsarbeit vor Ort und die Unterstützung von Spitzenpolitikern bei Großveranstaltungen. Organisation und Koordination liefen hauptsächlich über das Internet und stützten sich maßgeblich auf die eigens entwickelte virtuelle Kommunikationsplattform. Die Aktion „Argumentestaffeln“ liefert ein anschauliches Beispiel für die zentrale Rolle des Internets: Mitglieder wurden hier aufgerufen, ihre Argumente zu verschiedenen Themen ins Internet zu stellen. Die gesammelten Argumente wurden am Ende als Flyer gedruckt und im Wahlkampf verwendet.

4. FAZIT

Parteien müssen sich heutzutage großen Herausforderungen von Seiten der Wählerschaft und ihrer eigenen Mitglieder stellen. Sie haben mit deutlichem Ansehens- und Kompetenzverlust zu kämpfen. Selbst von ihren eigenen Mitgliedern wird ihnen vorgeworfen, keine überzeugenden Programme für Gegenwart und Zukunft mehr zu haben.

Wie können Parteien diesen Problemen (kommunikativ) begegnen? Die Mobilisierungsstrategien der beiden großen Parteien im Bundestagswahlkampf 2005 können helfen, eine Antwort darauf zu finden.

Parteien dürfen ihre organisatorischen Wurzeln nicht vernachlässigen, sie dürfen die lokalen Parteiorganisationen nicht austrocknen lassen. Genau hierin kann ihre Chance liegen, wieder neues Vertrauen aufzubauen. Bürgerinnen und Bürger organisieren sich durchaus, sie engagieren sich z.B. in Sportvereinen oder Musikvereinen. Diese Vereine – Sport, Musik, Kultur – stellen die un- oder vopolitischen Schulen für die Politik dar. Hier lernen Bürger Toleranz, das Diskutieren unterschiedlicher Positionen und Meinungen, die Erstellung einer Wahlordnung, das Wählen des Vorstandes etc. Mit anderen Worten: Das Handwerkszeug für Tätigkeiten in der Politik. Die Forschung hat empirisch auch den Typus des *joiners* ausgemacht, d.h. des „Überengagierten“, der in vielen unterschiedlichen lokalen Vereinen und Organisationen tätig ist. Warum also nicht auch in der Politik? Auf lokaler Ebene liegt hier eine Chance neue Mitglieder zu rekrutieren, Bürger für die Arbeit in der Partei zu gewinnen und das schwindende Vertrauen in die Parteien wieder von unten her aufzubauen. Lokale Parteiorganisationen müssen hier Brücken schlagen und das Potenzial der Bürger auf lokaler Ebene für sich nutzbar machen.

- 1| *Hier stützen wir uns auf Expertengespräche mit den Wahlkampfverantwortlichen der Union und der SPD sowie einer an der Universität Mannheim durchgeführten Kandidatenstudie zur Bundestagswahl 2005, www.mzes.uni-mannheim.de.*
- 2| *Podiumsgespräch am 22.02. 2005 im Willy-Brandt-Haus mit Inge Wettig-Danielmeier, Schatzmeisterin der SPD; Kajo Wasserhövel, Bundesgeschäftsführer der SPD; Elke Ferner, Arbeitsgruppe Mitglieder- und Volkspartei, Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Sozialdemokratischer Frauen; Björn Böhning, Bundesvorsitzender Jungsozialisten in der SPD, Moderation: Richard Meng, zum damaligen Zeitpunkt Frankfurter Rundschau, Anm. KG.*
- 3| *Ebd.*

LITERATUR

- GIBSON, RACHEL K. und ANDREA RÖMMELE (im Erscheinen). *Measuring the Professionalization of Political Campaigning*. In: *Party Politics*, 14, 1.
- FARRELL, DAVID M. 2002. *Modernisierung westeuropäischer Parteien: Ideenkauf auf dem Markt der US-Politik?* In: *Matthias Machnig (Hrsg.): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter*. Opladen, S. 71-96.
- FARRELL, DAVID und RÜDIGER SCHMITT-BECK. (Hrsg.). 2000. *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. New York.
- KIRCHHEIMER, OTTO. 1965. *Der Wandel des westeuropäischen Parteiensystems*. *Politische Vierteljahresschrift*, 6, 1, S. 20-41.
- LAWSON, KAY. (Hrsg.). 1980. *Political Parties and Linkage: A Comparative Perspective*. New Haven.
- MELCHERT, FLORIAN, FABIAN MAGERL und MARIO VOIGT. (Hrsg.). 2006. *In der Mitte der Kampagne. Grassroots und Mobilisierung im Bundestagswahlkampf 2005*. *poli-c-books: Berlin u.a.*
- NIEDERMAYER, OSKAR. 2005. *Parteimitgliedschaften im Jahre 2004*. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 2/2005. S. 382-389.
- NORPOTH, HELMUT und THOMAS GSCHWEND. 2003. *The Red-Green Victory: Against all Odds? German Politics and Society*, 21, S. 15-34.
- NORRIS, PIPPA. 1997. *Introduction. The Rise of Postmodern Political Communications?*. In: *Norris, Pippa (Hrsg.). Politics and the Press. The News Media and Their Influences*. London, S. 1-17.
- RÖMMELE, ANDREA. 2005, 2. Auflage. *Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern*. Wiesbaden.

PROFESSIONALISIERUNG DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION IN GROSSBRITANNIEN

Uwe Jun

1. VORAUSSETZUNG DER PROFESSIONALISIERUNG: DIE MEDIALISIERUNG DER POLITIK

Die Beziehung zwischen Politik, den Medien und der Öffentlichkeit in der modernen Demokratie ist komplex. Diese Komplexität hat in den letzten 25 Jahren aufgrund neuer technologischer Entwicklungen, des auch dadurch bewirkten Medienwandels und politischer sowie gesellschaftlicher Veränderungsprozesse eine Steigerung erfahren. Der Wandel des Verhältnisses von Politik und Medien soll im Folgenden kurz skizziert werden, weil er als Voraussetzung für den Prozess der Professionalisierung der politischen Kommunikation betrachtet wird.

Zunächst gilt es festzuhalten, dass sich Medien und Politik wechselseitig beeinflussen. Beide Systeme haben eine von den Akteuren nur noch bedingt zu steuernde Eigendynamik entfaltet. Wesentliche Ursachen des Medienwandels in Westeuropa haben gesellschaftliche Ursprünge, da erhebliche Wechselwirkungen zwischen Medienangeboten und Mediennutzern bestehen. Medien haben zunächst enorm expandiert, durchdringen nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche

und absorbieren immer mehr Zeit und Aufmerksamkeit der Rezipienten, welche die Medien als nahezu überall präsente Selbstverständlichkeit betrachten. Massenkommunikation ist ein Alltagsphänomen, wobei (Massen-)Medien die kommerziellen Bedürfnisse, Wünsche und Gewohnheiten ihrer Rezipienten nicht nur berücksichtigen, sondern auch partiell verändern können. Hinzu treten technologische und ökonomische Entwicklungen. Die Kommerzialisierung des Medienangebotes durch die Ausdehnung privater Fernseh- und Rundfunkstationen zum einen und gesteigerter Wettbewerb im Bereich der Printmedien zum anderen hat die Etablierung ökonomischer Rationalitäten im Medienbereich forciert. Die Orientierung an Werbemarkt- und Publikumsinteressen hat gegenüber reinen Vermittlungsinteressen, wie sie in der Vergangenheit wesentlich von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten übernommen wurden und heute eingeschränkt noch übernommen werden, erheblich an Bedeutung gewonnen. Das gilt nicht nur für die privaten Rundfunkanbieter, sondern auch für die öffentlich-rechtlichen Vollprogramme, wollen sie in der Konkurrenzsituation mit den privaten Anbietern massenwirksam bleiben. Folge der Kommerzialisierung ist ein unterhaltungsbetonter Stil der Kommunikation.

Neue Kommunikationstechnologien im elektronischen Bereich begünstigen eine Verschmelzung von Individual- und Massenkommunikation, lassen im Ergebnis eine individuellere Nutzung des Medienangebotes zu und begünstigen die Fragmentierung der Mediennutzung. Ein breit gefächertes Angebot an Spartenprogrammen, Internetseiten und Fachzeitschriften hat zu einer erheblichen Fragmentierung des Publikums beigetragen (Schulz et al. 2000: 420). Diese Fülle an verfügbaren Medien lässt die Hürde für politische Akteure, massenwirksame Aufmerksamkeit zu erlangen, noch höher erscheinen. Die Zunahme des Medienangebotes hat jedoch nicht nur Nachteile für die einzelnen politischen Akteure, denn ihnen stehen damit auch mehr Kanäle zur Verbreitung ihrer Themen und Kandidaten zur Verfügung. Mit der Nutzung des Internets bietet sich etwa den politischen Akteuren die Möglichkeit, von ihnen als relevant erachtete Themen oder politische Konzepte, Vorstellungen, Sachverhalte, Dokumente oder Meinungen direkt zu transportieren.

Ziel der Kommunikation von politischen Akteuren ist die unmittelbare oder mittelbare Einflussnahme auf die politische Öffentlichkeit, um für ihre politischen Überzeugungen, Ansichten, Zielvorstellungen, Interessen, Handlungspläne und Aktionen Gehör, Zustimmung und Unterstützung zu

finden. Herstellung von medialer Aufmerksamkeit gehört für politische Akteure mittlerweile zum politischen Alltag, was insbesondere für politische Parteien oder Regierungen gilt. Zu konstatieren ist für politische Parteien eine Notwendigkeit der Medienpräsenz, um im permanenten Konkurrenzkampf um Aufmerksamkeit bestehen zu können (vgl. Plasser 1987: 72). Die politischen Parteien reagieren damit auf die Macht des *Agenda-Setting* der Medien, die mittlerweile einen erheblichen Einfluss auf die Themen der öffentlichen Diskussion haben (siehe zur *Agendama*cht der Medien u.a. Strohmeier 2004: 113ff.). Das betrifft sowohl die Rangordnung der Themen in der politischen Öffentlichkeit als zuweilen auch der politischen Akteure selbst. *Agenda-Setting* wird zwar nicht eindeutig von den Medien dominiert, sondern geht in vielen Fällen auf Kommunikationsleistungen der politischen Akteure zurück, die mediale Themenauswahl und „Inszenierungshoheit“ obliegt aber letztlich dem Mediensystem. Das wiederum hat zur Folge, der Medienlogik von der Problemdefinition bis zur Evaluation politischer Handlungen vermehrt Beachtung zu schenken. Zugang zu Massenmedien und eine für sie positive Berichterstattung gelten in dieser Sichtweise als eine nicht zu unterschätzende Machtressource für politische Akteure, die ihnen zur Verfügung stehenden Formen und Foren der politischen Darstellung zu nutzen versuchen und in diesem Kontext Politik auch inszenieren, in besonderer Weise in Wahlkämpfen (s. Römmele 2002).

Gezielte Inszenierung von Politik beschränkt sich aber keineswegs nur auf Wahlkämpfe, sondern ist ständig präsenter Mechanismus in medienorientierten Demokratien mit ihren visuellen Kulturen. Häufig werden die politischen Entscheidungen der politischen Akteure von einer „Medienlogik“ gekennzeichnet, durch visuelle, für das Fernsehen inszenierte Veranstaltungen, durch eine Zeitplanung, die sich an den Redaktionsschlüssen der Medien neu orientiert und durch die Beförderung telegener Kandidaten an ihre Spitze. Pointiert und überspitzt formulieren Dörner und Vogt (2002: 22): „Da sich der politische Diskurs wiederum – zumindest der öffentliche politische Diskurs – weitgehend in das Forum der elektronischen Medien verlagert hat, ist Politik in der Gegenwartsgesellschaft zu einer Art Dauerwerbesendung geworden. Politische Produkte werden fast rund um die Uhr angeboten“.

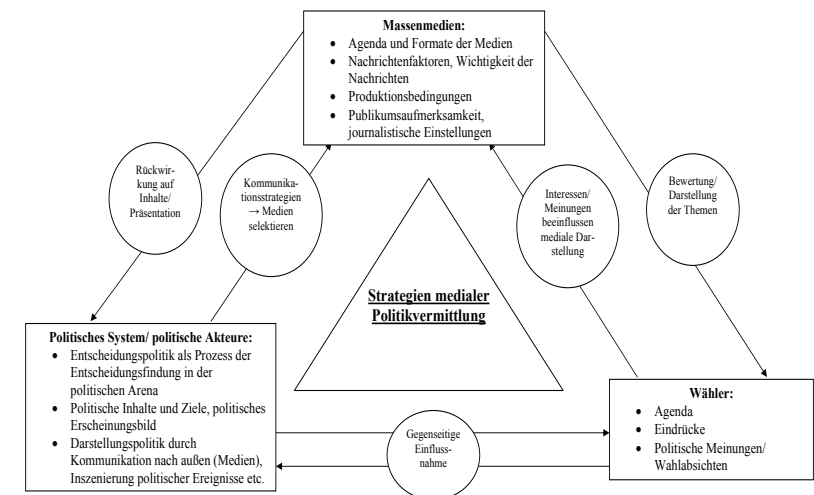
Diese Haltung der Politik hin zum permanenten Streben nach Öffentlichkeit wurde durch das Fernsehen als Leitmedium der politischen Kommunikation beschleunigt. Das Fernsehen spielt bei der Inszenierung von

Politik eine besondere Rolle, da es mit seinem Zwang zur Visualisierung auf das Erzeugen von Bildern ausgerichtet ist. Bilder haben wiederum eine besondere Wirkungsmacht, da sie durch ihre scheinbar abbildgetreue Suggestion nicht erkennen lassen, dass sie auch absichtsvoll inszenierte Kunstprodukte sein können (siehe Wehmeier 1998). Das Fernsehen ist das Medium, „das wie kein zweites Spielraum für Selbst- und Fremdszenierungen bietet“ (Sarcinelli 2000: 20). Die vom Fernsehen ausgehenden bildorientierten und unterhaltsamen Angebote dominieren in den Medien insgesamt. Bildkommunikation wird zur entscheidenden Informationsgrundlage und der sprachlichen Information übergeordnet. Sachverhalte werden im Fernsehen anhand unterhaltsamer Bilder und Geschichten inszeniert und daher ist das Fernsehen das beste Darstellungsinstrument aller verfügbaren Medien für die Politik, um auch die kaum oder wenig an Politik interessierten Teile der Bevölkerung, die eher Unterhaltungsware bevorzugen, zu erreichen. Es ist gerade das Medium Fernsehen, das politisch wenig oder Desinteressierte als Quelle benennen, bei der sie sich politische Informationen über Parteien oder Kandidaten beschaffen oder en passant mitnehmen (Schulz et al. 2000: 423). Da nach dem Ergebnis einer Studie zur Massenkommunikation die Zahl der unterhaltungsorientierten Fernsehzuschauer zugenommen, die der informationsorientierten Zuschauer hingegen abgenommen hat (Berens et al. 1997), sind die politischen Akteure gezwungen, sich auf die unterhaltungsorientierten Gewohnheiten des Publikums einzustellen, wollen sie die Aufmerksamkeit dieses größer werdenden Teils der Wählerschaft erringen. Diese Entwicklung der zunehmenden Nutzung von Unterhaltungsangeboten festigt die Position des Fernsehens gegenüber weniger unterhaltungsorientierten Medien. Dem Unterhaltungsbedürfnis der Zuschauer wird von Seiten der Fernsehstationen auch Rechnung getragen, indem Informationssendungen mit unterhaltsamen Elementen angereichert, vormals separate Genres vermischt werden. Aus Information und Entertainment wurde Infotainment.

Die schon konstatierte Medienexpansion eröffnet den politischen Parteien zunehmende Möglichkeiten der Kommunikations- und Darstellungsmöglichkeiten. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an und der Aufwand für die strategische Planung, mithin für die Professionalisierung der politischen Kommunikation. Folge ist die professionelle Erarbeitung von Kommunikationsstrategien, womit planvolle Versuche der Gestaltung politischer Öffentlichkeit durch politische Akteure mit einer Akzeptanz steigernden und legitimationswirksamen Darstellung der eigenen Position

und zur Durchsetzung der eigenen Realitätsdefinition im Wettbewerb mit politischen Konkurrenten gemeint sind (siehe schon Jun 2004; auch Jun 2007). Die Erringung der Aufmerksamkeit der Wähler, positive Images der eigenen Partei bzw. Kandidaten und die Kontrolle, zumindest die Beeinflussung der öffentlichen Meinung sind intendierte Wirkungseffekte von Kommunikationsstrategien, die letztlich der Durchsetzung politischer Ziele (Stimmenmaximierung, Besetzung öffentlicher Ämter, Durchsetzung politischer Inhalte) dienen. Um Kommunikationsstrategien erfolgreich umsetzen zu können, sind politische Parteien dazu gezwungen, Verarbeitungsmechanismen und Präsentationsroutinen der Massenmedien zu antizipieren und zumindest partiell zu folgen. Folge davon ist, dass politische Prozesse und mediale Kommunikation in einem engen Wechselverhältnis stehen und Politik und Medien symbiotische Beziehungen aufbauen (siehe Abbildung 1). Der Begriff der Medialisierung der Politik bringt die partielle Verschmelzung von medialer, politischer und sozialer Realität zum Ausdruck, ebenso wie die zunehmende Wahrnehmung von Politik als medienvermitteltes Ereignis bzw. Erfahrung und schließlich auch die Ausrichtung der politischen Akteure an den Gesetzmäßigkeiten und der Logik des Mediensystems. Die Nachfrage nach kommunikativer Expertise von Seiten der politischen Akteure nahm und nimmt entsprechend zu, je mehr die medialen Anforderungen steigen.

Abbildung 1: Strategien medialer Politikvermittlung



Quelle: Eigene Darstellung

Die Verbesserung der Kommunikationskompetenzen der politischen Akteure wurde zu einem zentralen Teil von Politik selbst. Parteiführungen sind in zunehmendem Maße dessen bewusst geworden, dass der Aufbau von Images und die Herstellung von Glaubwürdigkeit langfristig aufzubauende Prozesse sind und es daher Erfolg versprechend ist, nicht nur im Wahlkampf intensiv und ausgiebig mit der Wählerschaft zu kommunizieren. Daher bewegen sie sich auf eine Institutionalisierung der Bildung und Erhaltung der öffentlichen Zustimmung zu. Der Einfluss von Kommunikations- und Medienberatern innerhalb der Parteien kann als nicht unerheblich angesehen werden, seine Zunahme ist Konsens in der Forschung zur politischen Kommunikation (siehe beispielhaft Tenscher 2003). Im Vergleich zur Situation vor 20 Jahren gibt es zur Zeit nicht nur eine größere Anzahl von Kommunikations- und Medienberatern, die jeweilige Führung einer politischen Organisation oder Institution misst ihren Rat-schlägen auch eine größere Relevanz bei (vgl. Quinn 2005; Heffernan 1999; Jun 2004; Swanson und Mancini 1996).

2. PROFESSIONALISIERUNG DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION

Wie oben angesprochen, ist der Kampf um Aufmerksamkeit in den Medien eine Notwendigkeit der politischen Akteure, insbesondere der Parteien, um Zustimmung und Unterstützung zu finden. Denn mit Hilfe ihrer Organisationsstrukturen erreichen politische Parteien heute nur noch einen ständig geringer werdenden Anteil der Wählerschaft, bedingt durch die nachlassende Kraft der formellen Kanäle ihrer Organisation (Poguntke 2000), hervorgerufen durch die weitgehende Auflösung der den Parteien nahestehenden sozial-moralischen Milieus und die Lockerung zu Interessengruppen. Bindungen gegenüber politischen Parteien haben spürbar nachgelassen und die Möglichkeiten der politischen Parteien durch direkte, persönliche Kommunikation Einfluss auf ihre Umwelten auszuüben, haben sich erheblich abgeschwächt, nicht zuletzt aufgrund nur noch relativ geringer oder deutlich sinkender Mitgliederzahlen in vielen Parteien. Die oben benannte Medialisierung der Politik hat eine verstärkte Tendenz der Professionalisierung der politischen Kommunikation zur Folge, da viele politische Akteure zu der Auffassung gelangt sind, in höherem Maße als in der Vergangenheit auf Ressourcen und Expertise zur Beeinflussung der Medienagenda zurückgreifen zu müssen und sich auf die erhöhten Kommunikationsanforderungen längst eingestellt haben. Zu diesem Zweck bedienen sie sich seit einigen Jahren in verstärktem Maße der

Dienste von PR- und Medienberatern, Marketing-Spezialisten, Meinungsforschern und anderen Politikvermittlungsexperten (vgl. Kamps 2007, Negrine 2007a). Gelungene politische Kommunikation ist in dieser Sichtweise elementare Voraussetzung für politischen Erfolg, zumal mit Blick auf Wahlen. Eine Intensivierung der Politik- und Kommunikationsberatung, nicht nur, aber insbesondere in Wahlkämpfen, ist die Folge. Politische Akteure, vor allem Parteien, reagieren mit Formen der Professionalisierung auf die veränderten gesellschaftlichen und medialen Herausforderungen (siehe Jun 2004). Der Aspekt der Professionalisierung der politischen Kommunikation wird von Beobachtern in diesem Kontext zutreffender Weise als besonders beachtenswert eingestuft: „Professionalisation and its concomitant orientation of strategic vote management [...] probably represents one of the most momentous reaction strategies of political parties in the long run“ (Plasser und Plasser 2002: 310). Medien- und Kommunikationsberater, Meinungsforscher und Werbespezialisten werden in Folge dessen entweder extern rekrutiert, temporär beschäftigt oder mit Aufträgen versehen oder intern in dauerhaft eingerichteten Positionen innerhalb der Institutionen bzw. Organisationen in deren Abteilungen für Presse, Öffentlichkeitsarbeit oder politisches Marketing beschäftigt.

Abbildung 2: Erfolg einer Kommunikationsstrategie

Faktoren des Erfolgs einer Kommunikationsstrategie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau eines positiven Images
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfolgreiche Durchsetzung als Agenda-Setzer sowohl in der öffentlichen wie in der Medienagenda
<ul style="list-style-type: none"> ▪ De-Thematisierung von Themen, die im politischen Wettbewerb keine Vorteile bringen würden
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfolgreiche Platzierung von Kandidaten und Themen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Dominanzposition bei der Deutung oder Interpretation von politischen Themen (Deutungs- oder Interpretationshoheit)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Negative Campaigning</i> im Sinne von Kompetenz- oder Sympathieverlusten der Mitbewerber

Quelle: Eigene Darstellung

Unterschiedliche, miteinander zusammenhängende Ausprägungen der Professionalisierung der politischen Kommunikation können ausgemacht werden:

- ein professioneller Stil oder eine professionelle Form der Kommunikation im Sinne einer wissensbasierten und strategischen Kommunikation (etwa Medienberatung und -training; strategisches Informationsmanagement meinungsforschungsbasierte Zielgruppenwerbung)
- eine professionelle Organisation bzw. Struktur der kommunikativen Aktivitäten im Hinblick auf das Erkennen einer hohen Relevanz von Kommunikation für politische Prozesse, das heißt Kommunikation als eigene Organisationsaufgabe mit gewachsenem Einfluss von Kommunikations- bzw. Öffentlichkeitsarbeitsabteilungen
- ein stärkeres Hineinwirken von externen ausgebildeten Kommunikationsspezialisten in politische Institutionen und Organisationen mit konkreter Umsetzung von externen Beratungsexpertisen
- eine steigende Nachfrage der politischen Institutionen nach eigenen Vermittlungsexperten mit steigenden Beschäftigungschancen von Medien- und Kommunikationsberatern innerhalb der politischen Institutionen und Organisationen und deren quantitative Zunahme.

Aus diesen Ausprägungen der Professionalisierung politischer Kommunikation dürfte deutlich geworden sein, dass damit nicht der klassische Professionsbegriff gemeint ist, denn weder ist der Zugang zum Beruf des Medien- oder Kommunikationsberaters innerhalb der politischen Kommunikation durch bestimmte formale Studienabschlüsse geregelt, noch gibt es eine normierte Zugangskontrolle und auch keinen klar definierten ethischen Code oder eine Berufung auf das Allgemeinwohl. Immerhin existiert eine erwartete Wissensbasis, die sich in der ausgeprägten Kenntnis der medialen Gesetzmäßigkeiten und kommunikativer Grundlagen bzw. Methoden in Verbindung mit Kenntnissen der Funktionsweise von Politik beschreiben lässt. Jedenfalls gilt dies für die Generalisten innerhalb der Beraterzunft, die allgemeine Strategien entwerfen und kommunikative Leitlinien und Konzeptionen entwickeln. Den Generalisten kommt innerhalb von politischen Organisationen auch ein gewisses Maß an Autonomie zu, da sie nicht selten durch ihre strukturelle Verortung in der Nähe der Führung der Organisation bzw. Institution oder zumindest

im engen Kontakt mit dieser über erhebliche Mitwirkungsrechte verfügen, die häufig über rein kommunikative Aspekte hinaus gehen.

Generalisten sind von den Spezialisten zu unterscheiden, die eher einzelne Aufgaben innerhalb des gesamten Kommunikationsapparates von Wahlkämpfen oder alltäglicher politischer Kommunikation übernehmen, wie etwa Meinungsforschung, Werbemaßnahmen oder den Internetauftritt. Margaret Scammell (1998: 256) sieht in der zunehmenden Ausdifferenzierung der Kommunikationsberatung im Sinne einer zunehmenden Aufgabenübertragung an Spezialisten (specialisation), die häufig extern rekrutiert werden und dabei Aufgaben übernehmen, die bis dato von Parteimitgliedern erbracht wurden (displacement), die qualitativ gewichtigsten Aspekte moderner Formen der Professionalisierung politischer Kommunikation im Hinblick auf Parteienkommunikation. Die Spezialisten sind dabei in vielen Fällen nicht eindeutig parteipolitisch gebunden und ihr Dienstleistungsangebot in Form etwa von Werbung, PR-Beratung, Marketing oder Meinungsforschung beschränkt sich zumeist auch nicht exklusiv auf die Politik (siehe zu Gemeinsamkeiten zwischen Ökonomie und Politik bei der Anwendung etwa des Marketingkonzeptes Meckel und Kamps 2006). Sie bekommen zwar Aufträge von politischen Akteuren oder werden von diesen zeitweilig angestellt, um Dienstleistungen zu erbringen, die auf Honorarbasis oder extern beauftragt für politische Akteure kostengünstiger sind als dauerhaft innerhalb von Organisationen oder Institutionen Beschäftigte (vgl. Kamps 2007: 70ff.). Hauptsächlich werden sie von der Politik für Kampagnen eingesetzt.

Am Beispiele von politischen Parteien kann dieser Professionalisierungsprozess kurz skizziert werden (siehe auch Sarcinelli 2005: 173ff.): Parteien und sogar einzelne Politiker arbeiten Hand in Hand mit Forschungsinstituten und professionellen Firmen, um langfristige, medienorientierte Kampagnen zu unternehmen, um Wähler für ihre Agenda zu gewinnen. Sie stellen zunehmend professionelle Kommunikations- und Marketing-Berater ein oder kooperieren mit diesen, um Hilfe für ein erfolgreiches Auftreten in den Medien, besonders im Fernsehen, zu erhalten. Diese Professionalisierung der politischen Kommunikation resultiert darin, dass die Parteien erhebliches Finanzkapital, Zeit und sonstige Ressourcen auf Beziehungen zu den Medien, für Meinungsumfragen, Ereignisplanung und zur Erarbeitung und Durchführung von Kommunikationsstrategien verwenden, und das nicht nur im Wahlkampf, wenn auch in besonderem Ausmaß in dieser besonders intensiven Form der politischen Kommunika-

tion. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Medienkommunikation in modernen Publicity- und Politikprozessen das Herzstück der modernen Demokratie ist. Medieninstitutionen und die Medienlogik sind unauflöslich mit Politik verknüpft. Was wir wissen, ist zunehmend das, was die Medien beschließen, uns mitzuteilen, mit der Folge, dass politische Kommunikation in erheblichem Maße Medienkommunikation ist.

3. PROFESSIONALISIERUNG UND MODERNISIERUNG DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION IN GROSSBRITANNIEN

Die Erosion von Parteiloyalitäten und die zunehmende Dominanz der Massenmedien in der politischen Kommunikation seit den 1960er Jahren zwangen die politischen Parteien Großbritanniens dazu, einerseits Wechselwählern und andererseits ihrem Erscheinungsbild in den Massenmedien mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Beide Aspekte hatten einen sich gegenseitig verstärkenden Effekt: Während die Medienorientierung der Wähler, insbesondere auf das Fernsehen, Parteiloyalitäten weiter verringerte, konzentrieren sich die Parteien in ihrer Außendarstellung auf die Massenmedien, weil auf diesem Wege insbesondere die kaum oder nicht gebundenen Wähler am Besten zu erreichen sind. Um in den Medien mehr Aufmerksamkeit und eine positive Selbst- und Fremddarstellung zu erzielen, bedienten sich sowohl Konservative als auch Labour neuer Werbe- und Präsentationstechniken. Bei beiden Parteien hatte sich spätestens Mitte der 1980er Jahre des 20. Jahrhunderts endgültig und nachhaltig die Einsicht durchgesetzt, dass es dazu eingehender Vorbereitung und Planung bedarf und diese Techniken durch die Unterstützung von professionellen Experten aus den Bereichen Medien, Werbung, Meinungsforschung und Marketing effizienter eingesetzt werden können.

Der Prozess der Professionalisierung setzte in den 1950er Jahren ein und hat sich in den letzten Jahren deutlich beschleunigt, insbesondere seit dem Amtsantritt Tony Blairs als Parteivorsitzender der Labour Party: „There is no doubt that Tony Blair’s successful 1997 ‚New Labour‘ campaign in the United Kingdom introduced radical innovations into the British political context and pushed forward the process of professionalization“ (Mancini 1999: 236). Blair verstärkte den Einsatz von Kommunikationsstrategien und von modernen Formen des politischen Marketings und der politischen Werbung, der Meinungsforschung und die beschleunigte Nutzung von zielgruppenspezifischen Instrumenten der Wahlwerbung „adding more staff and greater resources, as well as media mana-

gers with an enhanced status within government“ (Wring 2006: 232). Die professionelle Hinwendung zu medialer Kommunikation und zu modernsten Formen des strategischen Kommunikationsmanagements sind geradezu ein zentrales Charakteristikum und Markenzeichen der Ära Blair geworden. Bevor auf diese näher eingegangen wird, soll sie zunächst in den historischen Kontext der Professionalisierung eingebettet werden, um die Besonderheiten der jüngsten Entwicklungen präziser einordnen zu können.

3.1. Historische Entwicklung der Professionalisierung

Zunächst waren es vornehmlich die Konservativen, die im Vorfeld von Unterhauswahlen im Zeitraum nach 1949, in verstärktem Maße ab 1959 auf Werbefachleute setzten und sie in die Wahlkampfplanung mit einbezogen (Cockett 1994: 567). Bis 1959 kann ihr Einfluss aber als sehr begrenzt gelten (Negrine 2007b: 51). Erst in der Folgezeit suchten die Konservativen verstärkt den Rat von externen Spezialisten und räumten ihnen erhebliche Mitspracherechte bei der Formulierung und Implementierung von Wahlkampfstrategien ein. Die Labour Party zog zwar unter Harold Wilson bei der nachfolgenden Wahl gleich, aber sie stand der Professionalisierung von politischer Kommunikation durch das Hinzuziehen von Experten außerhalb der Partei und dem Einsatz von modernsten Werbetechniken lange Zeit skeptischer gegenüber (Wring 1996: 133f.; Negrine 2007b: 53f.). Doch in den Unterhauswahlkämpfen der 1960er Jahre gelang es Harold Wilson immerhin, seine Partei davon zu überzeugen, moderne Wahlkampftechniken anzuwenden und ihre PR-Berater und sonstigen Kommunikationsspezialisten als integralen Bestandteil der Wahlkampfplanung zu betrachten. Politische Werbung und Ergebnisse der Meinungsforschung fanden in den folgenden Jahren aber wieder insbesondere bei den Konservativen im Wahlkampfkonzept zentrale Berücksichtigung, Kommunikationsexperten von außen bestimmten das Bild der Partei und ihre Konzeptionen mit. Ihr Einfluss blieb aber im Vergleich zur aktuellen Situation von untergeordneter Bedeutung (Harrop 2001: 59). Die Konservativen nutzten immerhin ihren finanziellen Ressourcenvorteil zum Einsatz moderner Werbetechniken, ihre Führung war aufgeschlossener als die Labours gegenüber modernen Werbestrategien und den Ergebnissen der quantitativen und qualitativen Meinungsforschung, die in vielen Fällen den Ausgangspunkt der Erarbeitung von Kommunikationsstrategien der Partei bildeten.

Der endgültige Durchbruch in der Professionalisierung des Kommunikationsmanagements britischer Parteien lässt sich erst für den Wahlkampf zur Unterhauswahl 1979 feststellen (siehe Negrine 2007b: 54). Es waren erneut die Konservativen, die Innovationen auf den Weg brachten: Sie setzten mit der Werbeagentur Saatchi & Saatchi, zur damaligen Zeit die größte Agentur des Landes, erstmalig auf ein einheitliches und permanentes Konzept, nach dem eine Agentur sämtliche PR- und Medienaktivitäten langfristig planen und durchführen sollte, vom Poster bis zur Meinungsforschung und Fernsehspots. Die Agentur entwickelte kohärente Kommunikationsstrategien auf der Basis qualitativer Meinungsforschung und modernster Marketingtechniken. Darüber hinaus beriet die Agentur permanent die Parteiführung vor Medienauftritten und bei der Herstellung eines einheitlichen Images der Partei. Im Mittelpunkt dabei stand die Spitzenkandidatin: „Mrs. Thatcher was more than willing to get all the advice she could from Reece and the Saatchis not only on her own personal appearance and projection on television and elsewhere, but also on the projection in the media of the party as a whole“ (Cockett 1994: 573; siehe auch McNair 1999: 141). Verstärkt und verstetigt wurde eine größere Bereitstellung von Ressourcen für Medienberatung, Meinungsforschung und Werbung durch die Schaffung einer eigenen Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit im „Central Office“ der Partei.

Diesen lange währenden Vorteil der Konservativen in der politischen Kommunikation hat die Labour Party erst in den Jahren nach 1985 egalisiert und in den 1990er Jahren in einen deutlichen Vorteil verwandelt: „From 1987 on, the party’s campaigns demonstrated a level of communication expertise unparalleled in its history“ (Harrop 2001: 66). Mit der Benennung des früheren Fernsehjournalisten und Blair-Vertrauten Peter Mandelson zum Direktor der Abteilung „Wahlkampf und Kommunikation“ der Labour Party im Jahre 1985 entschied sich der damalige Parteivorsitzende Neil Kinnock für den Weg der Professionalisierung und Kommerzialisierung der Kommunikation seiner Partei. Mandelsons Ziel war eine grundlegende Erneuerung des Images der Labour Party. Erreicht werden sollte es im Bereich der politischen Kommunikation durch Professionalität, also durch die Verwendung modernster Marketing- und Kommunikationstechniken und das stetige Hinzuziehen von Meinungsforschern, Medienberatern und Marketingfachleuten (siehe ausführlicher Shaw 1994: 53ff.; 124ff.). Labour baute einen großen Stab an Mitarbeitern im Bereich Öffentlichkeitsarbeit auf, entwickelte für damalige Verhältnisse nach einhelliger Einschätzung innovative Kommunikationsstrategien (siehe

beispielhaft Lees-Marshment 2001), in denen die Ergebnisse eigener quantitativer, aber besonders qualitativer Meinungsforschung – hier ist die qualitative Methode der Arbeit mit Fokusgruppen unter der Leitung des einflussreichen Beraters und Meinungsforschers Philip Gould besonders hervorzuheben (Becker 2001: 267f.) – wesentlichen Einfluss auf Inhalte und Formen der Kommunikation hatten. Moderne Marketingstrategien auf der Basis qualitativer und quantitativer Meinungsforschung bildeten aber nicht nur den Ausgangspunkt für die Implementierung von Kommunikationsstrategien, sondern sie standen weit darüber hinaus im Zentrum des Gesamtprozesses der Erneuerung der Partei. Unter dem Parteivorsitzenden Tony Blair erhielten Mandelson, der ebenfalls einflussreiche spätere Kommunikationsdirektor der Blair-Administration Alastair Campbell und der weitere Stab von Kommunikationsexperten noch mehr materielle Ressourcen und politische Aufmerksamkeit der Führung, um Politikinhalt der Partei mitzubestimmen und die Anwendung von Techniken des politischen Marketing im Parteienwettbewerb zu verfeinern (Scammell 2000: 182). Blair räumte ihnen große Handlungsspielräume und eine zentrale Stellung im Organisationsgefüge der Partei ein. Folge war, dass die Modernisierung *New Labours* zu erheblichen Teilen als das Ergebnis der Arbeit der professionellen Kommunikationsberater zu gelten hat. Sie legten die Kommunikationsstrategien und die Formen der Öffentlichkeitsarbeit fest, bestimmten Images, wirkten bei programmatischen Diskussionen federführend mit, gestalteten das Selbstbild und hatten auf das Medienbild, das die Partei abgab, erheblichen Einfluss. Blair gab ihnen die Mittel an die Hand, Strategien herauszuarbeiten und durchzusetzen, auf deren Basis sie die Inhalte einzelner Zielgruppenansprachen und die jeweilige Auswahl des Mediums, über das die einzelnen Inhalte transportiert wurden, bestimmen konnten.

Auch nach der Regierungsübernahme der *Labour Party* 1997 hatten die Kommunikationsexperten ihre zentrale Stellung innerhalb des Gefüges von Regierungspartei und Regierungsapparat nicht verloren: Es wurde der Versuch unternommen, Politik permanent unter selbst gesetzten Wahlkampfbedingungen zu implementieren (Becker 2001: 273; Scammell 2000: 181), mit ähnlichen Methoden und personeller Besetzung wie im Wahlkampf 1997 oder 2001. Wie schon zuvor bei den Konservativen nach 1979 kam es bei *New Labour* zu einer engen Verquickung von Regierungs- und Parteienkommunikation (Wring 2005a, 2006).

3.2. *New Labours* Professionalisierung der Regierungskommunikation

New Labours Kommunikationsstrategie als Regierungspartei kann als sehr professionell charakterisiert werden. Neben Zentralisierung und Politisierung stand Professionalisierung im Vordergrund des gesamten Kommunikationsmanagements der Labourregierungen (vgl. Kuhn 2005: 95). Nicht nur wurden die neuesten Formen des politischen Marketing für die Kommunikationsstrategie der Parteien benutzt, sondern sie stellten zudem eine zentrale Säule des Erscheinungsbildes der Partei in der Regierungsverantwortung dar. Das professionelle Kommunikationsmanagement wird somit neben der Machtzentralisierung und der Erneuerung der Strukturen der Entscheidungsfindung hin zu mehr Informalität als das Hauptmerkmal der Regierung unter Blair angesehen (siehe Becker 2005; Wring 2005b; Jun 2004). Ein Blick zurück auf die letzten 16 Jahre zeigt einen erheblichen Wandel der Partei, der zu großen Teilen auf die Modernisierung und Professionalisierung der politischen Kommunikation zurückgeführt werden kann: Der Einfluss, der von Kommunikationsstrategen, politischen Beratern Tony Blairs, Marketingexperten und Meinungsforschern, allen voran von der Kommunikations- und Strategieabteilung in Downing Street No. 10 ausgeht, ist beachtlich und hatte einen erheblichen Relevanzgewinn für die kommunikative Seite der Politik in den Blair-Administrationen zur Folge: „It is Blair’s leadership that is mostly closely associated with the new era in communications“ (Quinn 2005: 166). Unter dem Dach der „Communications and Strategy Directorate“ etablierte Blair das Pressebüro des Premierministers, die „Media Monitoring Unit“, die „Strategic Communications Unit“ (SCU) und die „Research and Information Unit“. Diese für die Regierungskommunikation verantwortlichen Abteilungen sind personell erheblich aufgestockt, mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der kommerziellen Werbung, der Meinungs- und Medienforschung und der Anwendung von Marketinggrundsätzen versorgt und gleichzeitig ist ihr Aufgabenbereich innerhalb der Blair-Administrationen zumindest bis 2005 stetig erweitert worden. Um die Vielfalt der Aufgaben bewältigen zu können, hatte Blair die Zahl der persönlichen Berater in seinem Amtssitz deutlich erhöht, im Vergleich zur Major-Regierung um das dreifache. Blair hatte allein so viele Medienberater wie sein Vorgänger John Major an Beratern überhaupt zur Verfügung standen. Der Etat für Regierungskommunikation wurde deutlich erhöht und allein der Werbeetat der Regierung Blair umfasste beispielsweise im Nichtwahljahr 2003 138 Millionen Pfund, verglichen etwa mit 53 Millionen Pfund der konservativen Regierung Major im Wahljahr 1992 (Negrine 2007b: 60).

Eine zentrale Position im Bereich im Bereich der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der Regierung nimmt die SCU ein: Sie ist für die Ausarbeitung der Kommunikationsstrategie der Regierung verantwortlich, bearbeitet sämtliche Dokumente der Regierung, gibt den jährlichen Regierungsbericht heraus, schreibt sämtliche Zeitungsartikel, die im Namen Blairs bzw. Browns veröffentlicht werden, und die Reden des Premierministers. Auch der Internet-Auftritt der Regierung fällt in ihr Aufgabengebiet. Die Presseabteilung, insbesondere die SCU, knüpft damit nahtlos an die Arbeit der Kommunikationsabteilung in der Labour-Parteizentrale bis 1997 an: „The SCU tries to replicate the type of communication service Blair’s people had grown in Millbank“ (Kavanagh/Seldon 1999: 255). Koordination vom Zentrum heraus, die Einbeziehung aller Schlüsselnachrichten aus den Ministerien in eine Gesamtstrategie der Kommunikation, die Planung von Kommunikationslinien und nahezu aller Medienauftritte und öffentlicher Veranstaltungen sowie die geplante Nutzung aller Medienformate obliegen ihr. Der Zentralisierungsprozess des Kommunikationsmanagements der Labourregierung kann folgendermaßen prägnant zusammengefasst werden: „Blair’s government is controlling the flow of political communications by and about the government to a degree which is unprecedented in the UK in peacetime“ (Franklin 2001: 141). Auch alle langfristigen Strategieplanungen werden von der SCU bis ins Detail erstellt. Ziel ist es den Prozess des *Agenda-Settings* aktiv zu bestimmen und ein positives Image der Regierung zu erzeugen, ihre Arbeit in einen Kontext erfolgreicher Politik zu stellen. Es geht also nicht nur darum, die Inhalte der Medienagenda und der Agenda der Öffentlichkeit mitzubestimmen, sondern auch deren Bewertung. Das heißt Nachrichten mit einem Spin zu versehen, so dass die Partei immer in einem möglichst positiven Licht erstrahlt. Dem Inszenierungsdruck der Medien und der Medienlogik wird begegnet durch strategisch geplante Vorinszenierungen, durch eine vorab medialisierte Politik, indem Medienlogik und Produktionsbedingungen antizipiert und in entsprechende Strategien zur Platzierung eigener Themen, Personen und Bewertungen umgesetzt werden. Regieren wird als Prozess öffentlicher Kommunikation verstanden, in dem Medien – „latent, prozessual und initiativ“ (Kamps 2006: 128) – an Relevanz und Profil deutlich gewonnen haben.

Die größte Veränderung, die in der Kommunikationsstrategie von Parteien und Regierung stattgefunden hat, war der umfassende Gebrauch von qualitativer Meinungsforschung, besonders der der Fokusgruppe (vgl. Quinn 2005; Scammell 2001). Parteienwettbewerb auf diesem Niveau

läuft auf einen Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Medien, um die Hegemonie in wählerrelevanten Bereichen, und um die Bereitschaft der Medien, die für sie produzierten Erscheinungsbilder zu nutzen hinaus. Die Abendnachrichten, die Talkshow, der Leitartikel und das Foto auf der ersten Seite haben in dieser Sichtweise längst den Ortsverein in der Wahrnehmung der Wähler verdrängt (Webb 2000: 154). Dies ist nicht nur während des Wahlkampfes der Fall; es ist darüber hinaus auch im politischen Alltag – wenn auch durch die Ereignisse seit 2004 eingeschränkt – allgemeiner zutreffend und formt das alltägliche Handeln britischer Parteien: „Indeed it is abundantly clear that the major British Parties have evolved into highly professional, market-oriented organizations which were geared to the needs of virtually permanent campaigning“ (Webb 2000: 156). Labour war schneller als die Konservativen, diese Entwicklung anzuführen. Für viele Kommentatoren stellt sie „den Prototyp einer modernen, auf die Sicherung der Unterstützung durch die Wählerschaft ausgerichteten, Partei“ (Webb 1999: 66) oder „einen Bonapartistischen Vorgänger in der Parteienpolitik“ (Hörnle 2000: 374) dar. Mit Tony Blair besaß sie einen Parteivorsitzenden, der im Umgang mit den Medien versiert war und in seiner ersten Amtsperiode mehr Kolumnen für die *Sun* schrieb als Reden im Unterhaus hielt (Scammell 2000: 182). Lees-Marshment (2001: 181ff.) sieht Labour als das Hauptbeispiel einer marktorientierten Partei, die sich mehr und mehr in Richtung der Umsetzung von minutiös geplanten Marketing- Strategien bewegt. Die strategische Kommunikation war dabei lange Zeit erheblich personalisiert, das heißt auf den Premierminister fokussiert (siehe etwa Painter 2005: 215). Innerhalb der Partei bewirkte diese Form der strategischen, primär auf Marketingaspekte ausgerichteten Kommunikation nicht nur die Konzentration der kommunikativen Kompetenzen auf den Premierminister und eine Orientierung hin zum permanenten Wahlkampf, sondern es implizierte zudem eine Schwächung der aktiven Mitgliedschaft, welche im permanenten Wahlkampf aus Sicht der Parteiführung keine Hauptressource mehr darstellte. Diese Entwicklung führte jedoch auch nicht nur zu unbestreitbaren Wahlerfolgen der *Labour Party*, die erstmals in der Geschichte Großbritanniens drei Unterhauswahlen in Folge für sich entschied, sondern auch zu Apathie und teilweisem Rückzug aus der Partei (Quinn 2005; Seyd und Whiteley 2004).

3.3. Reaktionen nach dem Vorwurf des *Over-Spin*

Kommunikationsstrategien, politische Werbung und *Spin* wurden von Blairs Regierung weder als unvermeidbare Maßnahme wahrgenommen,

um in Mediendemokratien zu überleben, noch ist es nur ein eingebauter Teil der Politik der Labour Partei, es war in Wirklichkeit ein zentrales Element der Regierungspraxis. Es stellt sich jedoch die Frage, ob die Regierung unter Blair und die Labour Partei zu weit gegangen sind in ihrer Zentrierung der Kommunikation auf die Medien, in ihrem stetigen Versuch, *on message* zu sein und das Kommunikationsmanagement effektiv zu gestalten sowie als integralen Bestandteil des Politikprozesses zu betrachten. Das heißt Entscheidungs- und Darstellungspolitik als Einheit oder zwei Seiten der gleichen Medaille zu betrachten, was bis hin zu direkten Versuchen der Manipulation der Berichterstattung der Medien, der Einschüchterung von Journalisten oder zur demonstrativen Geringschätzung gegenüber einzelnen Medienvertretern geführt hat (siehe Becker 2001: 273; Stanyer 2004; Heffernan 2006). Nicht das professionelle Kommunikationsmanagement an sich, sondern das Ausmaß und die Fixierung auf Medienbeeinflussung liegen der Kritik zugrunde, die Blair-Administrationen hätten sich zu einseitig der Mediendarstellung zugewandt. *Spin-Doctoring* erschien in dem Ausmaß, in dem Labour dieses Instrument einsetzte, vielen Journalisten und der Öffentlichkeit zunehmend als Manipulation, Propaganda, Täuschung und Trickserie (Esser et al. 2001; Heffernan 2006: 593). Selbst Peter Mandelson (2002: xiv) bemerkte, dass die Blair-Administration zu exzessiv versucht habe, die Medien zu steuern und die Anwendung von *Spin* übertrieben habe. Bereits während der Regierungszeit der Konservativen bedienten sich viele Journalisten distanzierender und zynischer Reaktionen auf Professionalisierung und auf zunehmende Versuche der Manipulation der Berichterstattung durch die Regierung (siehe Newton 2000).

Zu Beginn ihrer ersten Amtszeit versuchte die Labour-Regierung diesem Trend des Zynismus und Negativismus entgegenzuwirken, geriet jedoch ab dem Jahr 2000 bei ihren Versuchen, die Medienagenda zu bestimmen und die Berichterstattung über die Regierungsarbeit erheblich zu beeinflussen in große Schwierigkeiten und bekam von Seiten der Massenmedien erheblichen Gegenwind zu spüren. Von Journalisten wahrgenommener *Over spin* wird als Manipulationsversuch und als Bevormundung wahrgenommen und tendiert entsprechend dazu, der Herstellung eines positiven Erscheinungsbildes entgegenzuwirken. Glaubwürdigkeitsprobleme langbeständiger Regierungsparteien entstehen, da der normale Regierungsverlauf mit seinen langatmigen Prozessen der Entscheidungs- und Politikfindung nicht immer im Hinblick auf eigene Reformziele gestaltet werden kann, sogar wenn Labour sie selbst ausgearbeitet hat. Ambivalenzen und Unstimmigkeiten können bei einer Regierungspartei kaum

vermieden werden. Es hat sich allgemeiner die Erkenntnis durchgesetzt, dass *spin* nur dosiert einzusetzen ist und nachhaltige Wirkung nur entfaltet, wenn es nicht klar als solches zu erkennen ist („spin identified is often spin neutralised“, Wring 2006: 235) und dass eine „Überdosis“ zu Glaubwürdigkeitsverlusten führt. Die britischen Medien haben jedenfalls äußerst harsch auf Versuche reagiert, ihre Autonomie einzudämmen und sie für fremde Zwecke einzuspannen (siehe Esser et al. 2001: 36). Die erhebliche Negativität ihrer Berichterstattung über das Kommunikationsmanagement der Blair-Regierungen reflektiert einen politischen Zynismus, der sich teilweise auf die Wählerschaft übertragen hat. Esser et al. (2001: 38) konstatieren in ihrer empirischen Studie, dass in Großbritannien ein im internationalen Vergleich besonders negativer Ton vorherrscht, in dem Journalisten die Informationen bezüglich des Stils der Regierungskommunikation und der Kommunikationsberater um Blair präsentieren.

Die rückläufigen Beliebtheitswerte, die Desillusionierung und die schwindenden Glaubwürdigkeitswerte der Labour-Regierung sind auf jeden Fall Konsequenzen, die, wenn auch nur teilweise, auf das Phänomen des *over spin* zurückgeführt werden können. Sie mögen auf das Erscheinungsbild der Labour Party nicht so gravierend eingewirkt haben wie die erheblichen Glaubwürdigkeitsverluste im Zuge des Irakkrieges und die in der Presse ständig auftauchenden Querelen zwischen Blair und seinem Nachfolger Brown oder andere innerparteiliche Dissonanzen. Sie sollten in ihrer Relevanz aber auch nicht unterschätzt werden, da sich eine Stärke Labours und Blairs, das bis Anfang 2000 perfekte professionalisierte Kommunikationsmanagement, in einen Nachteil verwandelt hat, was dazu beitrug, dass sich die Stimmung in Großbritannien insgesamt nicht vorteilhaft für Labour und Blair änderte (siehe Becker 2005b).

Die Untersuchungen der Hutton-Kommission zur Rolle der Medien beim Tod des Militärspezialisten Kelly haben deutlich gemacht, dass zwischen professionellem Medienmanagement und Medienmanipulation ein schmaler Grat besteht, woraus die Regierung Blairs den Schluss gezogen hatte, die Struktur der professionellen Strategiewahl, die in Mediendemokratien trotzdem unentbehrlich ist, nicht zu sehr zu dehnen (detaillierter: Voltmer/Stamper 2006). Organisatorisch bestand die Hauptänderung nach dem Rückzug Campbells in der Ersetzung des politischen Beraters des Premierministers durch einen leitenden Beamten, der sich generell um die Koordination des Medienmanagements der Regierung aus der

Regierungszentrale heraus kümmert. Entsprechend der Empfehlungen des sogenannten „Phillisberichts“, der im Anschluss an die Untersuchungen der entsprechenden Phillis-Kommission zu Fehlern und Ineffizienzen der Regierungskommunikation nach der Kelly-Affäre und den Kontroversen der Blair-Administration mit den Medien, insbesondere der BBC eingesetzt wurde, wurde nun mit dem früheren Berater der Konservativen Howell James ein Staatssekretärsposition besetzt, der aus dem Cabinet Office heraus die Regierungskommunikation in enger Abstimmung mit dem Büro des Premierministers koordinieren soll. Nach Auffassung von Richard Heffernan geht damit jedoch kein grundlegender Wandel der Regierungskommunikation in Großbritannien einher: „[...] will be to further centralise government communications principally by attaching government communications to the development of policy in Number 10. It will involve it in day-to-day thinking on communication issues at the centre, expand its influence on departmental communications activities, and coordinate all communication resources“ (Heffernan 2006: 585).

Alastair Campbells direkter Nachfolger David Hill war nur noch für einen Teil der Kommunikation verantwortlich, welche die politischen Perspektiven und Ansichten des Premierministers darstellte, dem Kabinett den politischen Kontext aufzeigte und Leitlinien der Kommunikation entwickelte (vgl. Stanyer 2004: 432). Damit wurde der Vorschlag der Phillis-Kommission umgesetzt, zwei verschiedene, sich ergänzende Formen der Regierungskommunikation zu etablieren: eine von Beamten im Kabinett angesiedelte Abteilung und eine zweite beim Premierminister, die aus Beamten und persönlichen Beratern des Regierungschefs bestehen soll (Phillis 2004: 13). Die von Mandelson und Campbell implementierten Strukturen, Mechanismen und Instrumente der Regierungskommunikation bleiben aber trotz aller Veränderungen in wesentlichen Bereichen in Kraft, wenn auch modifiziert und neu angepasst an die Vorstellungen und Bedürfnisse der Medien und der Wähleröffentlichkeit. Von einem generellen Verzicht auf Spin als Kommunikationsinstrument zur Verbesserung des Images der Regierung kann keine Rede sein (Heffernan 2006: 585; Wring 2006: 249).

3.4. Der Wahlkampf 2005: Zunahme professionell gestalteter direkter Kommunikation

Der Wahlkampf zur Unterhauswahl 2005 bewegte sich zwischen den zentralen Anforderungen an Kompetenz und Glaubwürdigkeit, zwischen

professionell gestalteter Inszenierung und der Zunahmen von Formen direkter Kommunikation (siehe zum Wahlkampfverlauf die Analysen von Gaber 2006 und Glaab 2006). Die Regierung Blair/Brown versuchte ihre Regierungserfolge in für sie positive Kompetenzwerte umzumünzen, was ihr in von den Wählern als Wahl entscheidend eingestuften Politikbereichen wie Wirtschaftspolitik, Sozialpolitik, Gesundheit und Bildung im Vergleich zu den Konservativen auch weitgehend gelang (vgl. Glaab 2006: 250f.) Mit einer von der Presse als sogenannte *masochism strategy* charakterisierten Selbstkritik an seiner Amtsführung in den ersten acht Jahren versuchte Blair selbst Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei den Wählern zurück zu gewinnen. Beides hatte er insbesondere in Folge der Irakpolitik seiner Administration in erheblichem Maße eingebüßt (siehe Kuhn 2005: 97ff.).

Mit Blick auf die Organisation und die mediale Strategie versuchte der Wahlkampf zwei verschiedene Aspekte miteinander in Einklang zu bringen. Auf der einen Seite gab es 2005 wie schon 1997 und 2001 kaum Straßenwahlkampf, weniger spontanen Kontakt zwischen politischen Parteien und ihren Wählern als in vorherigen Wahlen. Kundgebungen und Besuche wurden vor eingeladenem Publikum inszeniert und waren mehr als zuvor darauf ausgerichtet, für die jeweilige Partei positive Bilder für die Presse und das Fernsehen zu erzeugen (Butler und Kavanagh 2005: 181). Blair erschien etwa in einer zuvor nie da gewesenen Fülle von Medienformaten (Wring 2005b: 723; Deacon/Wring 2005: 209), obwohl seine Umfragewerte im Vergleich zu 1997 und 2001 wesentlich negativer waren (Kellner 2005). Er blieb auf Seiten Labours trotz Gordon Browns höherer Zustimmungswerte erneut die Hauptperson in einem zwar weniger als 1997 und 2001 aber immer noch in signifikantem Maße personalisierten Wahlkampf (Butler/Kavanagh 2005; kritischer dazu Fielding 2005: 37f.). Mediale, professionell gestaltete Inszenierung blieb also wesentlicher Bestandteil des Wahlkampfes.

Auf der anderen Seite reagierte insbesondere die Labour Party auf die ihr in zunehmendem Maße kritisch gegenüberstehende Medienlandschaft mit einer Regionalisierung des Wahlkampfes und mit verstärktem Einsatz direkter Formen der Kommunikation, wie *direct mailing*, Telefonanrufe, SMS oder persönlich adressierte Wurfungen. Direkte Kommunikation zielte fast ausschließlich auf Wechselwähler oder schwer zu mobilisierende Stammwähler in unsicheren Wahlkreisen, da im britischen Mehrheitswahlrecht Wählerwanderungen in den sogenannten *marginal seats*, in

denen der Abstand zwischen mindestens zwei Parteien relativ gering ist, für den Wahlausgang entscheidende Wählerwanderungen bewirken kann. Für 2005 machten Konservative und Labour ca. 170 unsichere Wahlkreise aus mit etwa 830.000 potenziellen Wechselwählern (Glaab 2006: 253).

Der zielgruppenspezifische Einsatz von EDV gestützten Instrumenten der Wählerwerbung ist schon seit den 1990er Jahren in Großbritannien zu beobachten, der in diesem Wahlkampf weiter perfektioniert wurde. Dazu richteten sowohl die Labour Party als die Konservativen außer der Wahlkampfzentrale in London ein ausgelagertes Kommunikationszentrum mit einem eigenem Call Center ein (die Konservativen in Birmingham, Labour in Newcastle, dazu ein Call Center in Gosforth, Tyneside), in dem zentral die Unterstützung der einzelnen Kandidaten in den unsicheren Wahlkreisen koordiniert und zusammen mit dem lokalen Kampagnenbüro organisiert wurde (vgl. Cowley/Green 2006: 61) In den Call Centern führten jeweils rund 100 Mitarbeiter in den letzten sechs Monaten vor der Wahl insgesamt etwa 600.000 Anrufe durch. Oftmals dirigierten professionelle Mitarbeiter aus London oder den Kommunikationszentren die Vorgänge vor Ort. Um den Einsatz zielgruppenspezifischer Instrumente und Mittel möglichst effizient zu leisten, arbeiteten beide Parteien mit umfassenden Datenbanken zu verschiedenen Wählergruppen mit Daten zu demographischen und sozialen Merkmalen, zum Konsumverhalten, zur finanziellen Situation oder zu Wohnverhältnissen. Erstmals wurde mit der Datenbank „Mosaic“ eine kommerzielle Informationsbasis genutzt, welche die Daten in verschiedene soziale und Altersgruppen, 61 Typen und 243 Segmente unterteilte (vgl. Cowley/Green 2006; Glaab 2006: 263f.). Ergänzt wurden diese Daten durch Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Meinungsforschung sowie durch solche aus den Telefonanrufen gewonnenen, um so ein umfassendes Bild der entscheidenden Wählergruppen über Programme, Kompetenzen, Kandidatenimages und Bedürfnisse zu bekommen und die Wahlkampfstrategie daran mit auszurichten (vgl. auch Lilleker 2005: 576f.; Butler/Kavanagh 2005: 195). Neben diesem vermehrten Einsatz direkter Formen der Kommunikation setzte Labour auch verstärkt auf die regionale Presse und regionales Fernsehen, zum einen, weil die Strategen Labours damit die ihr kritischer als noch 1997 gegenüberstehende nationale Presse umgehen wollten, zum anderen, weil Nachrichtensendungen der nationalen Sender unter deutlich zurückgehenden Einschaltquoten leiden („desertion from the news media“) und auch die nationale Presse (sowohl Boulevard- wie Qualitätspresse) sinkende Verkaufszahlen verzeichnet. Diese neuen Entwicklungen sind

jedoch nicht dazu bestimmt, die sich an den Massenmedien orientierende Kommunikationsstrategie zu ersetzen, sondern sie vielmehr zu ergänzen und zu erweitern.

Einem weiteren Problem – das manche auch als Folge der Professionalisierung der Wahlkampfkommunikation sehen, ohne dass sich empirisch klare kausale Zusammenhänge nachweisen ließen – der zunehmenden Apathie und des geringen Mobilisierungsgrades großer Teile der Mitglieder, versuchen britische Parteien dadurch zu begegnen, dass Kampagnenaktivitäten wieder vermehrt auf die lokale Ebene verlagert werden, wenn auch zentral koordiniert. Labour Party und Konservative wollen mit dem so genannten *participatory campaigning* Mitglieder wieder stärker in Wahlkämpfe einbinden, indem mehr Partizipation für Parteimitglieder und Sympathisanten in den Bereichen Informationsverbreitung und politische Aktivitäten angeboten werden (Becker 2003). Nicht Kontrolle von oben, sondern Vertrauen in das einzelne Mitglied als Sympathisant und Wahlkampfshelfer soll im Vordergrund der Aktivitäten stehen durch Kommunikation „von unten nach oben, nicht von oben nach unten, lokal, nicht national, interaktiv, nicht einseitig, individuelle Beziehung, nicht Massenkommunikation, Kommunikation durch Mundpropaganda, nicht durch Massentechnologien“ (Gould zitiert nach Becker 2005b:780). Diese neuen Instrumente und Formen wurden 2005 jedoch nicht anstelle von, sondern zusätzlich zu der an den Massenmedien orientierten Kommunikationsstrategie eingesetzt.

4. SCHLUSS

Die Planung, Durchführung und Evaluation der Kommunikationsleistungen politischer Akteure werden in zunehmendem Maße von professionellen Beratern inner- und außerhalb der politischen Organisationen bzw. Institutionen mitbestimmt. Eigens engagierte Kommunikations-, Werbe- und Marketing-Experten, Meinungsforscher, Medienberater und Mitarbeiter von Agenturen konzipieren gemeinsam mit den politisch verantwortlichen Akteuren Kommunikationsstrategien und führen diese dann ebenfalls gemeinsam durch, hauptsächlich in Wahlkampfphasen, aber längst aber auch außerhalb des Wahlkampfes. Das Fernsehen gilt dabei trotz aller technischen Neuerungen aufgrund seiner großen Reichweite, seiner Nutzungsdauer, seiner visuellen Darstellungsmöglichkeiten und sich daraus ergebender Glaubwürdigkeitswerte (noch?) als Leitmedium der politischen Kommunikation. Die durch das Fernsehen beschleunigte Mediali-

sierung der Politik bewirkte einen Schub in Richtung Professionalisierung der politischen Kommunikation. Dieser Prozess ist in Großbritannien weiter vorangeschritten als in den meisten kontinentaleuropäischen Demokratien. Waren lange Zeit die Konservativen Vorreiter der Professionalisierungstendenzen, so gilt die Labour Party spätestens seit der Ära Blair als Beispiel einer professionalisierten Medienkommunikationspartei (zum Konzept Jun 2004). In bis dato nicht bekanntem Ausmaß hat sie ihr Kommunikationsmanagement professionalisiert und diese Professionalität der Kommunikation in den Regierungsalltag transformiert. Nachdem ihr Vorwürfe des *Over-spin* immer heftiger entgegengehalten worden sind, lassen sich Veränderungen bzw. Modifikationen des Kommunikationsmanagements konstatieren, ohne dass eine Abkehr von Professionalisierungstendenzen zu erkennen ist. Das Beispiel der Labour Party zeigt die Grenzen einer Strategie der Medialisierung von Politik auf, lässt aber gleichzeitig erkennen, dass angesichts der Dominanz medialer Politikvermittlung bei gleichzeitigem Medienwandel die Anforderungen an die Professionalität der politischen Kommunikation weiter gestiegen sind. Zumindest in dieser Hinsicht ist zu erwarten, dass sich der neue britische Premierminister Brown nicht grundsätzlich von dem unter seinem Vorgänger Blair entwickelten Kommunikationsstil unterscheiden wird.

1| Dieser Abschnitt basiert auf Jun (2002a).

2| Dieser Abschnitt basiert auf Jun (2002b).

LITERATUR

- BECKER, BERND. 2001. „New Labour auf Dritten Wegen. Tony Blairs Politikvermarktung - und was die SPD daraus lernte“. In: Marco Althaus (Hrsg.): *Kampagne! Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. Münster: LIT, S. 258-275.
- BECKER, BERND. 2003. „Labour: Ende der totalen Kampagne“. In: Marco Althaus und Vito Cecere (Hrsg.), *Kampagne! 2. Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. Münster: LIT, S. 50-68.
- BECKER, BERND. 2005a. „Machterhalt und Zukunftsgestaltung: Elemente erfolgreicher politischer Steuerung in Großbritannien“. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 36, 2, S. 301-311.
- BECKER, BERND. 2005b. „How to campaign against a lack of faith. Britischer Unterhauswahlkampf 2005“. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 15, 3, S. 765-791.
- BERENS, HARALD, MARIE-LUISE KIEFER und ARNE MEDER. 1997. „Spezialisierung der Mediennutzung im dualen Rundfunksystem, Sonderauswertungen zur Langzeitstudie Massenkommunikation“. In: *Media Perspektiven*, Heft 2, S. 80-91
- BUTLER, DAVID und DENNIS KAVANAGH. 2005. *The British General Election of 2005*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- COCKETT, RICHARD. 1994. „The Party, Publicity, and the Media“. In: Anthony Seldon und Stuart Ball (Hrsg.), *Conservative Century. The Conservative Party since 1900*. Oxford: Oxford University Press, S. 547-577.
- COWLEY, PHILIP und JANE GREEN. 2005. „New Leaders, Same Problems: The Conservatives“. In: Andrew Geddes und Jonathan Tonge (Hrsg.), *Britain Decides. The UK General Election 2005*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 46-69.
- DEACON, DAVID und DOMINIC WRING. 2005. „Election Unspun? Mediation of the Campaign“. In: Andrew Geddes und Jonathan Tonge (Hrsg.), *Britain Decides. The UK General Election 2005*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 208-224.
- DÖRNER, ANDREAS und LUDGERA VOGT. 2002. „Der Wahlkampf als Ritual. Zur Inszenierung der Demokratie in der Multioptionsgesellschaft“. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 15-16/2002, S. 15-22.
- ESSER, FRANK, CARSTEN REINEMANN und DAVID FAN. 2001. „Spin Doctors in the United States, Great Britain, and Germany. Metacommunication about Media Manipulation“. In: *Press/Politics*, 6, 1, S. 16-45.
- FIELDING, STEVEN. 2005. „Labour’s Campaign: Neither forward nor back“. In: Andrew Geddes und Jonathan Tonge (Hrsg.), *Britain Decides. The UK General Election 2005*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 27-45.
- FRANKLIN, BOB. 2001. „The Hand of History: New Labour, News Management and Governance“. In: Steve Ludlam, und Martin J. Smith (Hrsg.), *New Labour in Government*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 130-144.
- GABER, IVOR. 2006. „‘Dislocated and Distracted’: Media, Parties, and the Voters in the 2005 General Election Campaign“. In: *British Politics*, 1, 3, S. 344-366.
- GLAAB, MANUELA. 2006. „‘New Labour’ im Wahlkampf 2005: Wahlkampfmanagement und politisch-programmatische Positionierung“. In: Sebastian Berg und André Kaiser (Hrsg.), *New Labour und die Modernisierung Großbritanniens*. Augsburg: Wißner-Verlag, S. 226-278.
- HARROP, MARTIN. 2001. „The Rise of Campaign Professionalism“. In: John Bartle und Dylan Griffiths (Hrsg.), *Political Communications Transformed. From Morrison to Mandelson*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 53-70.
- HEFFERNAN, RICHARD. 1999. *Media Management: „Labour’s Political Communications Strategy“*. In: Gerald R. Taylor (Hrsg.), *The Impact of New Labour*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 50-67.
- HEFFERNAN, RICHARD. 2006. „The Prime Minister and the News Media: Political Communication as a Leadership Resource“. In: *Parliamentary Affairs*, 59, 4, S. 582-598.

- HÖRNLE, MICHA. 2000. „What’s Left“? Die SPD und die British Labour Party in der Opposition. Frankfurt/Main: Peter Lang.
- JUN, UWE. 2002a. „Politische Parteien und Kommunikation in Großbritannien. Labour Party und Konservative als professionalisierte Medienkommunikationsparteien?“. In: Ulrich von Alemann und Stefan Marschall (Hrsg.), Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 278-309.
- JUN, UWE. 2002b. „Professionalisiert, medialisiert und etatisiert. Zur Lage der deutschen Großparteien am Beginn des 21. Jahrhunderts“. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 33, 4, S. 770-789.
- JUN, UWE. 2004. Der Wandel von Parteien in der Mediendemokratie. SPD und Labour Party im Vergleich. Frankfurt/Main/New York: Campus.
- JUN, UWE. 2007. „Efficiency in Political Communication and Public Management: A Comparative Analysis of New Labour and the SPD“. In: Ingolfur Blühdorn und Uwe Jun (Hrsg.), Economic Efficiency - Democratic Empowerment. Contested Modernization in Britain and Germany. Lanham/Md., New York: Lexington Books, S. 191-216.
- KAMPS, KLAUS. 2006. „Regierung, Partei, Medien. Meinungsfindung in der Mediengesellschaft“. In: Klaus Kamps und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.), Regieren und Kommunikation, Meinungsbildung, Entscheidungsfindung, Kommunikationsmanagement. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 110-138.
- KAMPS, KLAUS. 2007. Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Wiesbaden: VS Verlag.
- KAVANAGH, DENNIS und ANTHONY SELDON. 1999. The Powers Behind the Prime Minister. The Hidden Influence of Number 10. London: Harper Collins.
- KELLNER, PETER. 2005. „Clearing the Fog: What Really Happened in the 2005 Election Campaign“. In: The Political Quarterly, 3, S. 323-332.

- KUHN, RAYMOND. 2005. „Media Management“. In: Anthony Seldon und Dennis Kavanagh (Hrsg.), The Blair Effect 2001-2005. Cambridge: Cambridge University Press, S. 94-111.
- LEES-MARSHMENT, JENNIFER. 2001. Political Marketing and British Political Parties. The Party’s just Begun. Manchester: Manchester University Press.
- LILLEKER, DARREN G. 2005. „The Impact of Political Marketing on Internal Party Democracy“. In: Parliamentary Affairs, 58, 4, S. 570-584.
- MANCINI, PAOLO. 1999. „New Frontiers in Political Professionalism“. In: Political Communication, 16, 3, S. 231-245.
- MANDELSON, PETER. 2002. The Blair Revolution Revisited. London: Politico.
- MAZZOLENI, GIANPIETRO und WINFRIED SCHULZ. 1999. „Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?“. In: Political Communication, 16, 3, S. 247-261.
- MECKEL, MIRIAM und KLAUS KAMPS. 2006. „Regierungskommunikation und Marketing. Differenzen und Schnittstellen“. In: Klaus Kamps und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.), Regieren und Kommunikation, Meinungsbildung, Entscheidungsfindung, Kommunikationsmanagement. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 54.
- NEGRINE, RALPH. 2007a. „The Professionalisation of Political Communication in Europe“. In: Ralph Negrine, Paolo Mancini, Christina Holtz-Bacha und Stylianos Papathanassopoulos (Hrsg.), The Professionalisation of Political Communication. Bristol: Intellect, S. 27-45.
- NEGRINE, RALPH. 2007b. „Professionalisation in the British Electoral and Political Context“. In: Ralph Negrine, Paolo Mancini, Christina Holtz-Bacha und Stylianos Papathanassopoulos (Hrsg.), The Professionalisation of Political Communication. Bristol: Intellect, S. 47-62.
- NEWTON, KENNETH. 2000. „Versagt Politisches Marketing?“. In: Oskar Niedermayer und Bettina Westle (Hrsg.), Demokratie und Partizipation. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 177-191.

- NORRIS, PIPPA, JOHN CURTIS, DAVID SANDERS, MARGARET SCAMMELL und HOLLI SEMETKO. 1999. *On Message. Communicating the Campaign*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- PAINTER, ANTHONY. 2005. „New Labour: Der Aufbau eines 'progressiven Konsenses'“. In: Josef Schmid und Udo Zolleis (Hrsg.), *Zwischen Anarchie und Strategie. Der Erfolg von Parteiorganisation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 207-217.
- PHILLIS, BOB. 2004. *An independent Review of Government Communications*. London: The Stationary Office.
- PLASSER, FRITZ. 1987. *Parteien unter Streß. Zur Dynamik der Parteiensysteme in Österreich, der Bundesrepublik Deutschland und den Vereinigten Staaten*. Wien: Böhlau.
- PLASSER, FRITZ und GUNDA PLASSER. 2002. *Global Political Campaigning*. London: Praeger.
- POGUNTKE, THOMAS. 2000. *Parteiorganisation im Wandel. Gesellschaftliche Verankerung und organisatorische Anpassung im europäischen Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- QUINN, THOMAS. 2005. *Modernising the Labour Party. Organisational Change since 1983*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- RÖMMELE, ANDREA. 2002. „Konvergenzen durch professionalisierte Wahlkampfkommunikation? Parteien auf dem Prüfstand“. In: Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan (Hrsg.), *Parteien in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 328-346.
- SARCINELLI, ULRICH. 2000. „Politikvermittlung und Wahlen - Sonderfall oder Normalität des politischen Prozesses? Essayistische Anmerkungen und Anregungen für die Forschung“. In: Hans Bohrmann, Otfried Jarren, Gabriele Melischek und Josef Seethaler (Hrsg.), *Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 19-30.
- SARCINELLI, ULRICH. 2005. *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS Verlag.

- SCAMMELL, MARGARET. 1998. „The Wisdom of the War Room: US Campaigning and Americanisation“. In: *Media Culture and Society*, 20, 2, S. 251-276.
- SCAMMELL, MARGARET. 2000. *New Media, New Politics*. In: Patrick Dunleavy, Andrew Gamble, Ian Holliday und Gillian Peele (Hrsg.), *Developments in British Politics 6*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 169-184.
- SCAMMELL, MARGARET. 2001. „The Media and Media Management“. In: Anthony Seldon (Hrsg.), *The Blair Effect 1997-2001*. London: Little, Brown and Company, S. 509-533.
- SCHULZ, WINFRIED, REIMAR ZEH und OLIVER QUIRING. 2000. *Wählerverhalten in der Mediendemokratie*. In: Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann und Dieter Ohr (Hrsg.), *50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland, Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 413-443.
- SEYD, PATRICK und PAUL WHITELEY. 2004. „From Disaster to Landslide: The Case of the British Labour Party“. In: Kay Lawson und Thomas Poguntke (Hrsg.), *How Political Parties Respond. Interest Aggregation revisited*. London: Routledge, S. 41-60.
- SHAW, ERIC. 1994. *The Labour Party since 1979. Crisis and Transformation*. London: Routledge.
- STANYER, JAMES. 2004. „Politics and the Media: A Crisis of Trust?“. In: *Parliamentary Affairs*, 57, 2, S. 420-434.
- STROHMEIER, GERD. 2004. *Politik und Massenmedien. Eine Einführung*. Baden-Baden: Nomos.
- SWANSON, DAVID L. und PAOLO MANCINI. 1996. „Patterns of Modern Electoral Campaigning and Their Consequences“. In: David L. Swanson und Paolo Manicini (Hrsg.), *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger, S. 247-276.

- TENSCHER, JENS. 2003. *Professionalisierung der Politikvermittlung? Politikvermittlungsexperten im Spannungsfeld von Politik und Massenmedien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- VOLTMER, KATRIN und JUDITH STAMPER. 2006. „Die innenpolitische Sprengkraft von Massenvernichtungswaffen. Zum Verhältnis von Regierung und öffentlichen Rundfunk in Großbritannien“. In: Klaus Kamps und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.), *Regieren und Kommunikation, Meinungsbildung, Entscheidungsfindung, Kommunikationsmanagement*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 285-304.
- WEBB, PAUL. 2000. *Political Parties: Adapting to the Electoral Market*. In: Patrick Dunleavy, Andrew Gamble, Ian Holliday und Gillian Peele (Hrsg.), *Developments in British Politics 6*. New York: St. Martin's Press, S. 151-168.
- WEHMEIER, STEFAN. 1998. *Fernsehen im Wandel. Differenzierung und Ökonomisierung eines Mediums*. Konstanz: UVK Medien.
- WRING, DOMINIC. 2005a. *The Politics of Marketing of the Labour Party*. Houndmills/New York: Palgrave Macmillan.
- WRING, DOMINIC. 2005b. „The Labour Campaign“. In: *Parliamentary Affairs*, 58, 4, S. 712-724.
- WRING, DOMINIC. 2006. „The News Media and the Public Relations State“. In: Patrick Dunleavy, Richard Heffernan, Philip Cowley und Colin Hay (Hrsg.), *Developments in British Politics 8*. Houndmills: Palgrave Macmillan, S. 231-250.

MOBILISIERUNG UND MODERNE KAMPAGNENTECHNIKEN

DIE US-AMERIKANISCHEN PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLKÄMPFE

Mario Voigt | Andreas Hahn

1. EINLEITUNG

„Fasten your seatbelt“. Die Aufforderung ist unmissverständlich. Wir dürfen uns auf stürmische Zeiten einstellen. Die Betreff-Zeile in der Begrüßungsmail von Hillary Clinton an ihre neu gewonnenen Unterstützer soll das sofort deutlich machen: „It is critical that we stay in touch as fast-moving events shape this important election.“¹ „Stay in touch“ – mit dieser Schlüsselaussage ist die ganze Funktion der E-Mail bereits auf den Punkt gebracht. Es geht darum, im direkten Kontakt zu bleiben. In Zeiten, in denen sich Wählerinnen und Wähler von der Politik entfremden, sie ganz allgemein ihre festen Bindungen zu den Parteien verlieren und wir uns vom rational agierenden Wähler verabschieden dürfen, gewinnt die Dialogkommunikation offenbar immer mehr an Bedeutung (Plehwe 2005).

Die Wahlkämpfer im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2008 verlassen sich dabei auf die Erkenntnisse aus dem letzten Wahlkampf 2004, welcher die Regel amerikanischer Kampagnenführung brach, wonach ein Großteil des Geldes in die Überzeugung unentschiedener Wähler zu

investieren sei. Ein mindestens ebenso großer Teil floss in die Mobilisierung von wohlgesonnenen Wählern. Damit hatten beide Seiten Erfolg: Mit rund 62 Millionen bzw. 51 Prozent der 122 Millionen abgegebenen Stimmen lag der Amtsinhaber mit drei Millionen Wählern vor seinem Herausforderer John F. Kerry. George W. Bush erreichte die höchste Stimmzahl, die je für einen Präsidentschaftskandidaten abgegeben wurde. Dies ist nicht zuletzt auf den stärksten Anstieg der Wahlbeteiligung seit 1952 zurückzuführen. Im Vergleich zur Wahl 2000 stieg die Beteiligung um 6,4 Prozentpunkte auf 61 Prozent an und verfehlte nur knapp den Rekordwert aus dem Jahr 1968. Insgesamt nahmen 17 Millionen neue Wähler an der Abstimmung teil. Grund genug, den Möglichkeiten und neuen Ansätzen der Mobilisierung im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf nachzuspüren.

2. ENTWICKLUNG DES AMERIKANISCHEN PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLKAMPFS

Amerikaner wählen ihren Präsidenten seit über 200 Jahren (Boller 2004; Jamieson 1996).² Trotz aller Kontinuität in der Führung von Präsidentschaftswahlkämpfen hat sich das Gesicht amerikanischer Wahlkampf-führung signifikant verändert. Durch technologische Entwicklungen sind Kommunikations- und Transportwege direkter geworden. Die traditionelle Abhängigkeit der Präsidentschaftskandidaten von der Unterstützung ihrer Partei sank. Gleichzeitig verloren die Parteien den Kampf um Kandidatenrekrutierung und -auswahl.³ Medien übernahmen Berichterstattung und Deutung des langwierigen, nun öffentlichen Nominierungsprozesses. Neue Nicht-Partei-Organisationen ergänzten die geschwächten nationalen Parteiorganisationen und engagierten sich im Wahlkampf. Veränderte Finanzierungsregelungen führten zu einem Anschwellen der Wahlkampf-budgets und einer Diversifizierung von Wahlkampfaktivitäten. Mit der Entwicklung ausgefeilter Umfragetechniken verengten sich einerseits die Anspracheformen und andererseits erweiterten sich die über die Wähler zur Verfügung stehenden Informationen. Mit den gestiegenen Anforderungen an die Wahlkampf-führung wuchs der Bedarf an externer Wahlkampfberatung. Der Markt professioneller Kampagnenberatung wurde zu einer der am schnellsten wachsenden Branchen in den USA. Doch all diese Veränderungen vollzogen sich nicht schlagartig.

Bis ins späte 19. Jahrhundert prägte ein persönlicher, eher passiver Wahlkampfstil der Spitzenkandidaten das Geschehen. Die Kandidaten

luden Meinungsführer und potentielle Wähler zu sich nach Hause ein und sprachen zu ihnen von ihrer Veranda aus (*Porch Campaigning*) (Harpine 2005). Daneben agitierten die Parteien in ihren eigenen Presseorganen aggressiv gegen politische Mitbewerber und mobilisierten Massen durch Umzüge, Paraden und Parteiveranstaltungen. Ab den 1880er Jahren traten die Spitzenkandidaten zu Wahlkampfreisen an und sprachen direkt zu und mit den Wählern. Diese Form der Wahlkampf-kommunikation gewann schnell an Bedeutung. Theodore Roosevelt besuchte beispielsweise im Jahr 1890 567 amerikanische Städte und brachte es dabei auf über 670 Reden (Filzmaier und Plasser 2000: 198). Im ersten Viertel des 20. Jahrhunderts begannen Präsidentschaftskampagnen, Lautsprecher und das Radio für die Ansprache der Wähler zu nutzen. Im Wahlkampf des Jahres 1932 setzte Franklin D. Roosevelt auf die *Whistle Stop Campaign*, indem er mit einem Eisenbahnzug von Wahlkampfauftritt zu Wahlkampfauftritt fuhr. Zudem schaltete er erste politische Radiospots. In dieser Wahlkampfphase dominierte die Mobilisierung eigener Unterstützer und Parteianhänger.

Nach dem Zweiten Weltkrieg begannen die Kampagnen, das Fernsehen als Medium zu entdecken. Der Wahlkampf des Jahres 1952 ging als erster Fernsehwahlkampf in die Geschichte ein (Boller 2004: 297). Dadurch erweiterte sich die Ansprache breiter Wählerschichten. Den ersten „modernen“ Wahlkampf machten Experten bei den Präsidentschaftswahlen im Jahr 1960 aus (John F. Kennedy gegen Richard Nixon). Das Jahr 1960 gilt als Trennlinie zwischen unterschiedlichen Wahlkampfansätzen: „the line of demarcation separating ‚traditional‘ from modern presidential electioneering“ (Baumgartner 2000: 2). Die erste TV-Debatte und die generell gewachsene Bedeutung des Fernsehens, die zielgruppenbezogene Ansprache, der dauerhafte Einsatz technologischer Entwicklungen (bspw. ständige Benutzung des Flugzeuges), die Integration von parteiexternen Wahlkampfpexperten und die Durchsetzung Kennedys gegen den „Partei-kandidaten“ Lyndon B. Johnson⁴ markierten einen neuen Schritt in der strategischen Führung von Wahlkämpfen. Im Jahr 1964 wurde mit „Daisy Girl“ der erste negative Fernsehspot ausgestrahlt. Durch die 1970er Jahre hindurch festigte sich die Fernsehzentriertheit politischer Kampagnen und fixierte sich die Kampagnenführung um die abendlichen Nachrichtensendungen der nationalen TV-Networks. Fernsehspots spitzten die politische Botschaft zu und entwickelten sich vom halbstündigen Abendprogramm zur fokussierten 30-Sekundenbotschaft Mitte der 1980er Jahre. Vergleichende Werbung wurde immer kontrastierender⁵ und

verdiente sich Ende der 1980er Jahre das Signum *Negative Campaigning*.⁶

Im Wahlkampf des Jahres 1992 schufen die Kampagnen neue Foren der Kommunikation, indem sie die Kommunikation von den klassischen Politikformaten auf die Talk-Shows erweiterte. Der technologische Fortschritt eröffnete auch politischen Kampagnen eine zielgruppenspezifische Adressierung und regionale Differenzierung – insbesondere durch regionale Kabelkanäle (Swerdlow 1988). Moderne Computertechniken schufen im Wahlkampf des Jahres 1996 mit dem Internet nicht nur einen neuen Kommunikationskanal, sondern vereinfachten auch den Weg, binnen weniger Stunden technisch perfekt sendefertige TV-Spots anzufertigen und zu verbreiten.

Innovative Umfragetechniken und qualitative Forschungsdesigns, welche kommunikationspsychologische Wirkungen erfragen, stärkten eine komplexe und emotionalisierende Wähleransprache (Krueger 1994). Datenbankgestützte Analysen ermöglichten eine 24-stündige Dauerbeobachtung des Nachrichtengeschehens und unmittelbare Reaktionen. Die genaue Auseinandersetzung mit den Stärken und Schwächen des Gegners öffnete die Wahlkampfdiskussion für persönliche Attacken und unpolitische Scheinkonflikte. Aus den Parteizentralen verlagerte sich die zentrale Steuerung in moderne *War Rooms*; vollgepackt mit Computern und Fernsehgeräten, an denen junge Freiwillige Handlangerdienste für hochbezahlte *Spin Doctors* leisteten. Heute sind die amerikanischen Präsidentschaftskampagnen ständige wachsende, finanzintensive, kommunikative Hochleistungsmaschinen, deren charakteristischer Kommunikationsstil sich von *Mass Propaganda* über *Media Campaigning* hin zu *Political Marketing* verändert hat (Wring 2001: 37). In dieser Phase des „postmodernen *Campaigning*“ prägen amerikanische Präsidentschaftswahlkämpfen unterschiedliche Elemente:⁷

- kandidatenzentrierter Kampagnenstil;
- fernsehorientierte Breitenkommunikation (Blumler und Kavanagh 1999);
- externe Kampagnenführung außerhalb der Parteien;
- finanzintensive Kampagnen mit einer hohen Kapitalintensität;
- ereignisbezogene Kommunikation durch Pseudoevents und „designte“ Medienereignisse (Newman 1999b);

- ausgiebige Meinungsforschung, die Wählerpräferenzen intensiv erforscht und segmentiert (Newman 1999);
- permanentes Kampagnedenken, indem Regierungshandeln zur Darstellungspolitik mit zyklisch wiederkehrenden Marketingangeboten wird (Nimmo 1996: 37; Jamieson 1992; Luntz 1988; Polsby und Wildavsky 1984).

Schließlich wirken institutionelle Vorraussetzungen auf ein weiteres wesentliches Element: die *Battleground*-Strategie mit Zielgruppenansprache (siehe dazu unten).

Lange Zeit begriffen amerikanische Kampagnen den Wahlkampfdiskurs als einen Dialog über nationale Themen und Medien mit der gesamten Wählerschaft. Richard Nixon besuchte im Wahlkampf des Jahres 1960 als erster Kandidat alle 50 Bundesstaaten (Boller 2004: 297). In den 1970er und 1980er Jahren konzentrierten sich die Kampagnen in ihren Ausgaben auf die Bundesstaaten mit einer größeren Bevölkerungsanzahl, wodurch in bevölkerungsreichen Bundesstaaten mehr Ressourcen aufgewendet wurden als in bevölkerungsarmen (Brams und Davis 1974; Colantoni, Levesque und Ordeshook 1975; Bartels 1985). Moderne Präsidentschaftswahlkämpfe sind im Gegensatz dazu durch hohe Präzision gekennzeichnet und orientieren sich an einem effektiven und effizienten Mittel- und Zeiteinsatz.⁸ Sie folgen bei der Bestimmung der Zielgruppen einer doppelten Logik aus geographischen und sozio-demographischen Faktoren.

Nach geographischer Logik fungieren die Bundesstaaten quasi als Wahlkreise der Präsidentschaftskandidaten, die entsprechend ihrer Bevölkerungszahl unterschiedlich viele Wahlmänner in das Electoral College entsenden. Ziel der Kandidaten ist der Gewinn von mindestens 270 Wahlmännerstimmen.⁹ Die Ressourcen werden nur strategisch in den Staaten eingesetzt, in denen die Gewinnmarge eng und das Erringen der Wahlmännerstimmen möglich erscheinen (Shaw 1999b). In größeren Bundesstaaten fokussieren sie ihre Bemühungen sogar auf einzelne Teile des Staates oder ausgewählte Medienmärkte. Das Clinton-Team führte diesen Ansatz im Wahlkampf des Jahres 1992 ein. Die Demokratische Partei betrieb den Wahlkampf nur in den *Battleground*-Staaten, während die Republikaner eine nationale Kampagne führte (Carville und Matalin 1994). Die Demokraten orientierten sich dabei an historischen Strukturdaten aus den einzelnen Bundesstaaten. Den gleichen Ansatz verfeinerte

die Bush-Kampagne im Wahljahr 2000, als sie die *Battleground*-Staaten, unabhängig von historischen Mustern, anhand eines Faktorenbündels ermittelte und in traditionell demokratisch orientierten Staaten gewinnen konnte (West Virginia). Durch die fortwährende Überprüfung und Adaption des Ressourceneinsatzes an den Umfragedaten konnte sie so trotz weniger Wählerstimmen mehr Wahlmännerstimmen erringen.

Nach sozio-demographischer Logik konzentrieren sich die Kampagnen auf die Ansprache wesentlicher Schlüsselgruppen und eine Adaption der zentralen Wahlkampfbotschaft. Die Kampagnen wenden hohe Summen auf, um Präferenzen und Wahlverhalten der Wechselwähler zu analysieren, da im Prozess des *Dealignment* die Wählerschaft immer unbestimmter wird: „The electorate has become more volatile and less predictable“ (Wayne 2000: 93). Durch die Abnahme der langfristigen Parteiidentifikation und den Anstieg der Wechselwähler sind die Wahlkämpfer auf eine genaue Auswahl der zu erreichenden Wählergruppen angewiesen, um die Wahlkampfstrategie zur Entfaltung zu bringen.

3. WAHLKAMPFSTRATEGIE 2004

Die Strategie umfasst die planerischen Handlungen, die eine Kandidatenkampagne unternimmt, um in der Wählerschaft eine Mehrheit für den eigenen Kandidaten zu erzielen. Die strategischen Entscheidungen basieren auf den institutionellen Spielregeln, der Sozialstruktur der Wählerschaft, den als wichtig wahrgenommenen Themen und den Ressourcen der Kampagnenakteure (Shaw 1999a; Bartels 1985; Wayne 2004; Boller 2004). Es ist dabei für amerikanische Präsidentschaftswahlkämpfe in den letzten Jahren charakteristisch geworden, dass der amtierende Präsident einen gemäßigten Wahlkampf führt und zumeist als behutsam agierender Kandidat gewinnt (Hart 2000). Die Kandidaten suchen eine breite, moderate und massentaugliche Ansprache, die sich aus den gesunkenen Chancen erklären, nur mittels Stammwählermobilisierung gewinnen zu können. Auch Gore und Bush wählten im Jahr 2000 einen zentristischen Kurs der Wähleransprache. In ihren strategischen Zielen konzentrierten sich beide vornehmlich auf die Überzeugung der Wechselwähler (*persuasion*), ohne sich im annähernd gleichen Maße auf die Mobilisierung der eigenen Unterstützerschaft zu orientieren (*mobilization*) (Sosnik, Dowd und Fournier 2006: 31). Der Wahlkampf 2004 war durch eine andere strategische Stoßrichtung geprägt, bei der die Mobilisierung von politisch geneigten Unterstützern gerade auf Seiten der

Republikaner eine große Rolle einnahm (Voigt und Güldenpof 2005). Drei Gründe sprachen hierfür:

A) Divided Nation

Die politische Frontstellung zwischen Republikanern und Demokraten hatte sich in den 1990er Jahren verschärft. Mit der Wahl Bill Clintons endete eine zwölfjährige Vorherrschaft der Republikaner im Weißen Haus. Clinton erweiterte den Einflussbereich der Demokraten, die seit fast 40 Jahren die Mehrheit im Kongress stellten. Eine Trendwende zeichnete sich 1994 ab, als die „Republikanische Revolution“ um Newt Gingrich den Republikanern die Mehrheit im Kongress brachte (Novak 1999). Danach musste Präsident Clinton gegen eine Republikanische Mehrheit regieren, wodurch sich zwar sein Regierungsstil veränderte, die politische Polarisierung jedoch eher zunahm (Morris 1997; Stephanopolous 2000). Dies drückte sich auch in den Wahlergebnissen aus. Bei den Wahlen zum Repräsentantenhaus 1996, 1998 und 2000 gewannen die Republikaner mit 49 zu 48 bzw. 48,5 Prozent. Bei den Präsidentschaftswahlen 1992 und 1996 errang kein Kandidat mehr als 50 Prozent und die Wahlen 2000 endeten mit einem 48-zu-48-Prozent-Unentschieden. Zum ersten Mal seit den 1980er Jahren erreichte keine Partei mehr als 50 Prozent bei drei aufeinander folgenden Präsidentschafts- oder Kongresswahlen. Die Amerikaner schienen gleichmäßig gespalten, entlang kultureller, politischer und religiöser Linien. Man sprach von einem 49:49 oder den „zwei Americas“ (Barone 2001; Greenberg 2005).

B) Wählerpolarisierung

Die Debatte um den Wahlausgang 2000 verstärkte die Ressentiments der politischen Gegner, nachdem Al Gore zwar die Mehrheit der Wählerstimmen, aber nicht die nötige Anzahl an Wahlmännerstimmen auf sich vereinen konnte. Zwar einten die Anschläge am 11. September 2001 kurzzeitig die Nation und bei den Zwischenwahlen 2002 erreichten die Republikaner 51 zu 46 Prozent der Stimmen, was die meisten Beobachter auf die hohen Zustimmungsraten für den Präsidenten zurückführten.¹⁰ Spätestens die Diskussion um den Irakkrieg verstärkte die Ablehnung zwischen Demokraten und Republikanern wieder. Die Polarisierung offenbarte sich auch in der politischen Selbstbeschreibung der Amerikaner. Im Jahr 2000 gab nur noch ein Achtel an, politisch vollständig unabhängig zu sein, und ein Hundertstel beschrieb sich als apolitisch (Abramson,

Aldrich und Rohde 2003: 171). Von dieser Entwicklung profitierten die Republikaner, die in der Parteiidentifikation erstmals seit dem Beginn der Messung mit den Demokraten gleichzogen. So ordneten sich 43 Prozent der Wähler im Wahljahr 2000 selbst der Republikanischen Partei zu (Parteienidentifikation), deren Wert in den 1970er und 1980er nicht über 37 Prozent gelegen hatte.¹¹ Die Anzahl der eindeutig ungebundenen (*uncommitted*) Wähler sank von 25 Prozent 1984, über 16 (1988), 15 (1992) auf 10 Prozent 1996 ab (Sosnik, Dowd und Fournier 2006: 32). Die Bush-Kampagne schlussfolgerte für den Wahlkampf 2004, dass 92 bis 93 Prozent der Wählerschaft sich bereits politisch positioniert hatten und sich so der Anteil der Wechselwähler auf bis zu sechs bis sieben Prozent verringern würde.¹² Dadurch gestaltete sich die Identifikation und Ansprache der *Swing Voters* zur berühmten Suche nach der Nadel im Heuhaufen.

C) Mobilisierung entscheidet Schlusskampf

Die Nachwahlanalysen ergaben, dass die Demokraten bei der Mobilisierung ihrer Mitglieder und Unterstützer wesentlich erfolgreicher gewesen waren als die Republikaner.¹³ Ein Grund lag in der unterdurchschnittlichen Wahlbeteiligung von Anhängern protestantischen Glaubens (Evangelikale), mit deren Stimmen die Bush-Kampagne fest gerechnet hatte.¹⁴

Dies führte die Republikaner zum Schluss, die Ressourcenausrichtung für den Präsidentschaftswahlkampf 2004 zu ändern. Sie akzeptierten die Sicht einer hoch polarisierten, geteilten Nation und entwarfen bereits im Verlauf des Jahres 2002 eine Strategie, die diesen Umstand aufnahm und gegen den konventionelle Logik amerikanischer Präsidentschaftskampagnen ein gleich großes Gewicht auf die Mobilisierung der eigenen Anhängerschaft legte: „Persuasion and mobilization became equal for us“.¹⁵ Der Entschluss beeinflusste alle weiteren Entscheidungen innerhalb der Republikanischen Kampagnen: „It influenced how we targeted mail, how we targeted phones, how we targeted media [...] the travel that the president and the vice president did to certain areas, how we did organization, where we had staff“.¹⁶ In der öffentlichen Diskussion charakterisierten Wissenschaftler und journalistische Kommentatoren diesen Ansatz als „Rove Doctrine of emphasizing the base“ (Allen 2004): „Bush’s strategy has focused primarily on energizing the Republican base rather than reaching out to swing voters“ (Brownstein 2004), oder: „This strategy [...] violated the traditional paradigm and focused on turning out already

committed voters rather than seeking to expand the number of voters“.¹⁷ Auch die Demokraten gingen von einer stammwählerorientierten Strategie Roves aus: „His ground game was to identify his base and his media motivated his base. [...] It was cost effective to go after the base“.¹⁸ Karl Rove und andere Republikanische Strategen verneinten diese einseitige Sichtweise.¹⁹ Das Augenmerk des Bush-Teams lag nicht allein auf der Mobilisierung der bestehenden Republikanischen Wählerschaft.²⁰ Vielmehr ging es um die „Aktivierung politisch Gläubiger“, die Ansprache weniger, ungebundener Demokraten und die Identifizierung neuer Republikanischer Wähler. Die Strategie der Bush-Kampagne umschrieb Jan von Lohuizen als „rally the faithful“.²¹ Die Idee war simpel und mit einer Forderung an die gebundenen Wähler verbunden: „Bring a brother or a sister or a friend to the polls“ (Voigt 2004). Es war das strategische Ziel, durch die Erhöhung der Wahlbeteiligung konservativer und potentiell Republikanischer Wählergruppen, die nötigen drei Prozentpunkte zu gewinnen und so, ausgehend von den 48 Prozent des Jahres 2000, 51 Prozent zu erlangen.²² Dies bedeutete für die Bush-Kampagne eine Erweiterung potentieller Unterstützer in neuen Milieus. Der Kampagnenmanager des Bush-Teams fasste es mit folgenden Worten zusammen: „In increasing the numbers of Republicans that existed on Election Day, which was in our minds the most important thing that we were going to be able to do on Election Day“.²³ Insofern gingen die Neuregistrierung von Wählern, die in gesellschaftlichen Fragen konservativ dachten,²⁴ und die Mobilisierung konservativer und christlich gebundener Wähler Hand in Hand.²⁵

Identifikation: Microtargeting

Besonders hingewiesen werden muss auf das so genannte *Microtargeting*. Hierunter wird ein Verfahren verstanden, das Wähler systematisch ausschließt, „an denen man sich nicht profitabel abarbeiten kann, sodass es genug Ressourcen gibt, um wichtigere Wählergruppen mit genügend hoher Intensität zu erreichen und zu gewinnen. *Targeting* ist der ultimative Hebel im Direktkontakt mit Wählern; es ermöglicht maximale Konzentration unserer Mittel auf ein minimales Universum.“²⁶ Das *Targeting*, als Segmentierung der Wählerschaft in verschiedene Zielgruppen, stellte keine Neuheit des Wahlkampfes 2004 dar (Shea und Burton 2001: 75ff.). Jedoch verfeinerten die Kampagnen die Technik der Analyse relevanter Wähler-, Konsumenten- und sozio-demographischer Daten. Die Analysten der Republikaner stellten im Nachgang des Wahlkampfes

2000 fest, dass nur 15 Prozent Republikanisch orientierter Wähler in Stimmbezirken lebten, die deutlich Republikanisch abstimmten (65 Prozent oder mehr).²⁷ Den überwiegenden Teil der Republikanischen Wählerschaft fand man in umkämpften oder sogar überwiegend Demokratisch wählenden Stimmbezirken. Die Analysen der Präsidentschaftswahl 2000 ergaben, dass 20,6 Millionen Wähler in Republikanisch dominierten Stimmbezirken und 26,1 Millionen Wähler in Demokratisch dominierten Stimmbezirken lebten. 24 Prozent aller Wähler kamen im Jahr 2000 aus Demokratisch dominierten Stimmbezirken, während nur 19 Prozent aus den Republikanischen Gegenstücken stammten. Das Bush-Team schlussfolgerte, dass es ein erweiterbares Reservoir bestehend aus rund 5 Millionen *Suspect Republicans* (potentielle Republikanische Wähler), 6,7 Millionen *Unreliable Republicans* (Republikanische Wähler, die unregelmäßig wählten) und 2 Millionen *Registration Targets* (potentielle Republikanische Wähler, die noch nicht registriert waren) existierte. Es ermittelte, dass es mit konventionellem Stimmbezirks-*Targeting*²⁸ nur rund 1,8 Millionen zusätzliche Republikanische Wähler in 15 Staaten ausfindig machen könnte (Sosnik, Dowd, Fournier 2006: 41). Insofern stellte sich die Frage nach einer genaueren Identifizierung von Republikanisch geneigten Wählern.

Die Bush-Kampagne führte ihre ersten mikroanalytischen Untersuchungen bereits in den Jahren 2001 und 2002 durch.²⁹ Die wichtigste umfassende Analyse begann im Jahr 2003 in Michigan,³⁰ wo sie eine 157-seitige Analyse unter dem Titel *Michigan MicroTactics* erstellten. Darin kombinierten sie die unterschiedlichen soziographischen, psychographischen und lebensstilbezogenen Daten. Durch ein umfängliches Analyseverfahren erhielt die Kampagne von 5,7 Millionen der 6 Millionen registrierten Wählern in Michigan bis zu 400 genaue Einzelinformationen zu Lebensstil und Vorlieben.³¹ Im nächsten Schritte befragte die Kampagne 5.000 Personen von der Liste des Datenanbieters Axciom³² zu ihrem politischen Verhalten und Einstellungen. Dadurch identifizierte sie inhaltliche *Anger Points*, welche die Wahlentscheidung der jeweiligen Personen bestimmen würden. Die Bush-Kampagne entdeckte so die „politische DNA“ ungebundener Wähler, die zu den Republikanern tendierten (Gertner 2004).

In dem Konzept der politisch-emotionalisierenden Ansprachepunkte spiegelt sich das Ziel des Bush-Teams wider, passive Republikaner oder konservativ denkende neue Wähler mit der thematisch passenden Kommunikation zu mobilisieren. Basierend auf den Informationen zu 5.000

Personen modellierte man die Daten und ordnete jeden Wähler einem Cluster zu. Insgesamt existierten in Michigan 34 Wählersegmente, die von *Religious Conservative Republicans* bis zu *Traditional Marriage Democrats* reichten. Für jedes Segment war die Anzahl der Wähler, der Grad ihrer Zustimmung zu der Republikanischen Partei und dem Präsidenten erfasst. Beispielsweise umfasste das Segment *More Social Conservative Weak Republicans* 66.559 Wähler, die zu 44 Prozent die Republikanische Partei und zu 75 Prozent den Präsidenten unterstützten. Nachwahlbefragungen der Bush-Kampagne ergaben, dass die Bush-Kampagne mit dem *Microtargeting* die Wahlwahrscheinlichkeit einer bestimmten Person mit 80- bis 90-prozentiger Sicherheit ermitteln konnte. In Florida identifizierte die Bush-Kampagne 2000 nur 33 Prozent ihrer späteren Wähler. 2004 lag die Treffergenauigkeit bei 84 Prozent (Sosnik, Dowd, Fournier 2006: 41).

Für die Republikaner fügte sich die Menge an Informationen zu einer skalierten Landkarte individueller Präferenzen zusammen: Aus *Voterfile*, kommerziellen Daten, *Third-Party*-Informationen und spezifischen Umfragen erwuchs der „gläserne“ Wähler, von dem sich durch die mikroanalytische Perspektive ein genaues Bild zeichnen und eine konkrete interessenbezogene Ansprache im Verlauf der Kampagne umsetzen ließ. Die detaillierte Erfassung von Zielgruppen war elementarer Bestandteil bei der konkreten Wähleransprache (Gülden-zopf und Voigt 2004).

Ansprache: Neighbor-to-Neighbor

Neben der Identifikation durch *Microtargeting* kam es zu einer Rückbesinnung auf traditionelle Formen von Wahlkampf in Kombination mit modernsten Instrumenten. Oder anders ausgedrückt: Die Wiederentdeckung von Lazarsfeld und des Zwei-Stufen-Flusses der Kommunikation. In Zeiten zunehmender Diversifikation elektronischer Medien und entsprechender Zerfransung der Mediennutzung bei den Wählerinnen und Wählern (Brettschneider 2005; s. auch Jun in diesem Band) steigt das Bedürfnis nach Effizienz- und Effektivitätssteigerung der kommunikativen Maßnahmen. Politisch eher uninteressierte, aber zum eigenen Wählerpotenzial gehörende Wähler sind über den Gießkannen-Einweg klassischer Medien kaum mehr zu erreichen, geschweige denn zu überzeugen. Gleichzeitig wächst damit wieder die Bedeutung von Multiplikatoren bzw. Meinungsführern, die im direkten Kontakt die Wähler für die politischen Botschaften und Themen gewinnen sollen – getreu der Devise: „More

than anything else people can move people.” (Lazarsfeld et al. 1944/1968: 158).

Dem Überdruß an unzähligen TV- und Radio-Spots wirkten die Kampagnen mit einer personalisierten Botschaft entgegen: „After decades of mass-media domination, interpersonal campaigning underwent a renaissance in the early years of the millennium” (Cornfield, in: Sabato 2006: 216). Die Kampagnen eröffneten Freiwilligen und Unterstützern durch konkrete Angebote und Aktionsvorschläge Möglichkeiten zur nachbarschaftlichen Kommunikation.³³ Sie bauten in der Kommunikation auf integrierte personalisierte Wählerkontaktprogramme.³⁴

Der Aufbau der Bush-Kampagne las sich wie die Umsetzung eines Mehrebenen-Marketingkonzeptes von Firmen wie Tupperware oder Amway: Jeder Freiwillige war selbstständiger Repräsentant und zuständig für die Anwerbung und Betreuung weiterer Freiwilliger. So entwickelte sich eine pyramidenartige Kommunikationsstruktur, deren Verbreitungsgrad mit jeder niedrigeren Ebene stieg. In der Struktur spiegelte sich die Illusion von unabhängigem Engagement wider, welchem in der Realität jedoch rigide Uniformität und Loyalität gegenüberstanden (Bai 2004). Die Struktur repräsentierte die Formel, hinter welcher die Bush-Kampagne den Sieg vermutete: „People are more likely to listen to their neighbor about why President Bush should be re-elected over a television ad”.³⁵

Für die Republikaner stellten die Freiwilligen eine Form amerikanischer Politik dar, die Wähler wieder mit dem politischen Prozess in Verbindung bringt.³⁶ Den Republikanern war zudem bewusst, dass die personalisierte Botschaft höhere Chancen besaß, durch die Vielzahl an Informationen und Medienkanälen zu dringen. Zu diesem Zweck wurden die Kampagneninhalte auch eigens auf die Bedürfnisse der im Mittelpunkt des Interesses stehenden Wähler zugeschnitten. Gerade in den eng umkämpften, so genannten *Battlegrounds* wurden die Wahlhelfer von Tür zu Tür geschickt, um abseits der politischen Großwetterlage mit spezifischen „Programmangeboten“ für den Kandidaten ihrer Partei zu werben. Die Idee dahinter ist so einfach wie einleuchtend: Individuelle Wähler-Mobilisierung vorbei am medialen Sieb der Nachrichtenauslese und vorbei an den Kommentierungen und Reduzierungen vermittelnder Journalisten. Ken Mehlman beantwortete die Frage, warum in die direkte Wählerkommunikation investiert wurde wie folgt: „[...] because we live in a place where this wealth of information creates a poverty of attention”.³⁷

Diese Anspracheformen ermöglichte die Wählerdatenbank mit mehr als 300 Informationen von ca. 165 Millionen Wählern. *Microtargeting* und *Ground Game* gingen eine Symbiose ein, bei der die Freiwilligen zum Kopf der Kampagne avancierten: Sie wurden in der ersten Phase des Wahlkampfes zu den Augen und Ohren der Kampagne, indem sie zusätzliche Daten sammelten und diese in die Datenbank einspeisten. In der Schlussphase der Kampagne waren sie der Mund der Kampagne, der durch die gesammelten und angereicherten Daten, mit maßgeschneiderten Botschaften den Wahlkampf zu den Wählern trug.

Die hilfreiche Brücke für diese Form der Kampagnenkommunikation bot das Internet, welches zur Organisations- und Kommunikationsplattform im Wahlkampf 2004 avancierte: „It’s the Internet, stupid.” In der Tat: Ohne dessen technologische Unterstützung erscheinen die Mobilisierungsstrategien des Microtargetings gar nicht denkbar. Das Internet übernahm damit als Kampagnentool in erster Linie eine Organisationsfunktion. Es „revolutioniert nicht den Wahlkampf, aber es revolutioniert die Möglichkeit, Wahlkampf effektiver und zielgruppenspezifischer zu organisieren und zu kommunizieren” (Voigt 2004a: 21). Erst mit dem Internet konnte die Organisation dieser neuen alten Form des Wahlkampfes überhaupt erst wieder gelingen: „We didn’t invent door-knocking campaigns or neighbor-to-neighbor talking, but the Internet’s returned it to politics.”³⁸

Die hohen Investitionen in die Mobilisierung – bei der die Republikaner erstmals vor den Demokraten lagen – zahlten sich für beide Seiten aus. Nach einer Studie des *Center for the Study of the American Electorate* steigerte Kerry die Stimmen in den Battleground-Staaten um 3,6 Prozent (im Vergleich zu Gore 2000) und erhöhte den Anteil um 1,5 Prozent in Nicht-Battleground-Staaten. Bush verbesserte sein Ergebnis sogar um 4,4 bzw. 3,9 Prozent. Darin offenbart sich auch die Stärke der Bush-Kampagne, deren Botschaft und Mobilisierung überzeugte. Beiden Kampagnen gelang ein hoher Grad der Mobilisierung und Einbindung von Freiwilligen und Wählern. Schließlich resultierte die Ansprache der Demokraten in der höchsten Demokratischen Wahlbeteiligung aller Zeiten. Jedoch übertrafen die Republikaner die Demokratischen Bemühungen dank einer straff organisierten Mobilisierungsmaschine.

4. LEHREN AUS DER AMERIKANISCHEN MOBILISIERUNGSSTRATEGIE

Der amerikanische Wahlkampf 2004 lehrt vier Dinge:

- Ein forschungsbasierter Strategieaufbau ist unerlässlich, um neue Lösungswege für die Ansprache von Wählern zu finden. Die amerikanische Wahlkampfführung 2004 zeigte, dass die Strategie die Taktik bestimmt und nicht umgekehrt. Erst durch eine kritische Analyse der Wählerschaft nach geographischen und sozio-demographischen Gesichtspunkten, die intensive Untersuchung unterschiedlicher Anspracheformen und das konkrete Testen zeigen sich mögliche Reserven in der Überzeugung und Mobilisierung der Wählerschaft.
- Polarisierung und Emotionalisierung durch Themen und Personen steigert das Interesse der Wähler und deren Wahlbeteiligung. Die Konzentration auf mobilisierende Botschaften eröffnet den Wahlkämpfern Reservoirs enttäuschter oder unbeachteter Wähler, die sich in den konventionellen, technischen und stakkatohaften Antworten der politischen Klasse nicht wiederfinden. Mit einer bildhaften, einprägsamen und emotionalisierenden Kommunikation, die kontrastiert und politische Unterschiede offen legt (teilweise auch überhöht) und politische Ideen auf einen alltagstauglichen Ansatz führt, finden die Wähler wieder Gefallen an politischen Diskussionen und erfahren politische Handlung als relevante Entscheidungen für ihr eigenes Leben. Die Wirksamkeit einer werthaltigen Kommunikation erhöht dabei eine hohe Treue zur und eine ständige Wiederholung der Botschaft, um in der stark fragmentierten Informationslandschaft auch beim Wähler anzukommen. Diese Entwicklung verstärken die Kampagnen mit einer Kommunikation über die Kommunikation, die nicht nur die reine Faktenlage bedient, sondern auch Geschichten und Hintergründe liefert.
- Da in modernen Gesellschaften mit starker Relevanz der Massenmedien politische Strategien gleichzeitig Kommunikationsstrategien sind, lohnt eine direkte Kommunikation mit dem Wähler per Brief, Telefon oder über das Internet, um im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Bürgers zu bestehen. Die Wahlkämpfer arbeiten gezielt daran, die individualisierten Bedürfnisse und Emotionen der Bürger zu erfassen, zu analysieren und anzusprechen (*Microtargeting*). Die Idee ist simpel: Erst wenn ein weitgehendes Verständnis für die individuellen Wünsche

und Präferenzen jedes einzelnen Wählers erreicht ist, kann das vollständige Wählerpotenzial optimal angesprochen werden. Die direkte Kommunikation erlaubt den politischen Kampagnen nicht nur eine ungefilterte Ansprache der potentiellen Wähler und eine Verbreitung ihrer Botschaften. Vielmehr noch aktiviert sie das bürgerschaftliche Engagement für die Politik. Die Kampagnen treten erfolgreich mit dem Bürger in einen Dialog, indem sie nicht nur bloß die Informationen zum Wähler verstreuen, sondern konkrete Teilhabe an der Kampagnenführung und ihrer Kommunikation gewähren.

- Dadurch werden Mobilisierungskampagnen möglich, die auf den eigenständigen Kommunikationsnetzwerken von Person zu Person (P2P) fußen und an den kommunikativen Torwächtern in den klassischen Medienformaten vorbeiführen. Wer heutzutage effektiv kommunizieren will, muss eine persönliche Kommunikation aufbauen. Nur so können Botschaften durch das Informationsdickicht gelangen. Bei diesen innovativen Formen der direkten Wählerkommunikation entwickeln sich die Kampagnen immer mehr zu eigene Medienproduzenten, die ihre Unterstützer mit unterschiedlichen Angeboten versorgen. Es kommt zu einer Konvergenz der Medien, wobei der kostengünstige Kommunikationskanal Internet neue Handlungsmöglichkeiten bietet, alte Formate wie das Fernsehen oder den Brief interaktiv zu erweitern. Die Kandidaten können so in geschlossenen Kommunikationskanälen ohne mediale Filter ihre Unterstützer ansprechen und Wählerkommunikation betreiben, indem sich Online-Aktivitäten mit realen Handlungen verknüpfen (High-tech mit *Hightouch*).

Aus dem Wahlkampf 2004 zogen die Kampagnenexperten weltweit ihre Schlüsse. Letztes Beispiel war Nicolas Sarkozy, der mit einem emotional polarisierenden Wahlkampf und einer intensiven Mobilisierungskampagne durch die Direktansprache im Internet den französischen Präsidentschaftswahlkampf gewann. Im amerikanischen Wahlkampf für das Präsidentenamt 2008 übertreffen sich die Kandidaten mit partizipatorischen Angeboten. Sie verbinden den Aufbau von sozialen Netzwerken nach geographischen und soziographischen Faktoren mit dem Internet und der feinanalytischen Datenanalyse. Auch deutsche Wahlkämpfer schufen mit dem „teAM Zukunft“ der CDU erste Ansätze zur neuartigen Wählermobilisierung. Wir dürfen gespannt sein, was sich die Wahlkämpfer 2008 und 2009 einfallen lassen, um den Wähler zurück ins politische Geschehen zu bringen. Fasten your seatbelts!

- 1| *info@hillaryclinton.com*; gesendet am 15.08.2007.
- 2| Zur Entwicklung des amerikanischen Präsidentschaftswahlsystems vgl. ausführlich: Wayne (2004: 3-29).
- 3| „The most important development at the presidential level has been the dramatic change in how convention delegates are selected“ (West 1997: 11).
- 4| Johnson erhielt alle wichtigen parteilichen Unterstützungszusagen (Endorsements). Baumgartner bezeichnet Kennedys Erfolg als erste geglückte Outsider Candidacy (Baumgartner 2000: 3).
- 5| Vielfache Erinnerung und Diskussion erfuhr der bekannte „Daisy“-Spot von Lyndon B. Johnson. Er zeigt ein Mädchen, das blumenpflückend den Countdown für eine Atombombe herunterzählt. Er wird als erster Negativspot bezeichnet, da er die Ängste vor einem möglichen Sieg Goldwaters schürte (Wayne 2004: 246).
- 6| Übereinstimmend gilt der 1988er Präsidentschaftswahlkampf zwischen George H.W. Bush und Michael Dukakis als der am stärksten negativ geführte Wahlkampf (Ansolabehere und Iyengar 1995).
- 7| Plasser sieht ähnliche Elemente eines amerikanischen Wahlkampftypus, der durch kapitalintensive, von externen Beratern gesteuerte, kandidatenzentrierte, parteidistanzierte, forschungsgestützte, auf Fernsehwerbung zentrierte, permanente Wahlkämpfen gekennzeichnet sei (vgl. Plasser 2003: 335ff.).
- 8| Shaw (1999c) analysierte die Präsidentschaftswahlkämpfe 1988, 1992 und 1996. Er fand, dass die Kampagnen die Staaten nach ihrer Umkämpftheit kategorisierten.
- 9| Bis auf zwei Staaten haben alle Bundesstaaten das Winner-takes-it-all-Prinzip. Danach entfallen mit Gewinn der relativen Mehrheit alle Stimmen auf den Kandidaten.
- 10| Persönliches Interview Mario Voigt mit Charles Cook, 3/2004, vgl. auch Greenberg (2005: 257).
- 11| Besonders die Bindung unter weißen Wählern war gestiegen, die den Großteil der Wählerschaft ausmachten (Abramson, Aldrich und Rohde 2003: 172-173).
- 12| Dowd, zit. in: Jamieson (2006: 21).
- 13| Persönliches Interview Mario Voigt mit Terry Nelson (National Field Director Bush-Cheney 2004), Berlin, 8/2005.
- 14| Karl Rove bemaß die fehlende Stimmzahl auf rund 4 Millionen christlich geprägter Wähler, die im Wahljahr 2000 nicht abgestimmt hatten. Persönliches Interview Mario Voigt mit Rove, Washington DC, 3/2006.
- 15| Dowd, zit. in: Jamieson (2006: 21).
- 16| David Fanning: Karl Rove–The Architect, Interview mit Matthew Dowd. In: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline.htm>, 04.01.2005.
- 17| Stuckey, zit. in: Denton (2006: 160).
- 18| Tracy, zit. in: Devlin (2005: 289).
- 19| Persönliche Interviews Mario Voigt mit Karl Rove, Jan van Lohuizen (Pollster Bush-Cheney 2004) und Mark Wallace (stv. Kampagnenmanager Bush-Cheney 2004), Washington DC, 3/2004 und 3/2006.
- 20| So auch Karl Rove: „We need 51 percent, and the base is only the high 30s“. In: Thomas (2004: 169).
- 21| Persönliches Interview Mario Voigt mit van Lohuizen, 6/2005.
- 22| Dowd, zit. in: Campaign for President (2006: 100).
- 23| Dowd, zit. in: Jamieson (2006: 22).
- 24| Persönliches Interview Mario Voigt mit Rove, Washington DC, 3/2006.
- 25| Dabei verwiesen die Kommentatoren insbesondere auf die Gruppe der evangelikalen Christen, von denen 2000 rund 4 Millionen der Wahl fern geblieben waren.

- 26| Reese, zit. nach: Althaus (2003: 153).
- 27| Sosnik, Dowd, Fournier (2006: 33), s. auch Dowd, zit. in: Jamieson (2006: 26f.).
- 28| Das sog. Precinct Targeting fußt auf der Analyse und Prognose von wahlgeschichtlichen, Umfrage- und Wahlbeteiligungsdaten, vgl. Shea und Burton (2001).
- 29| Dowd, zit. in: Jamieson (2006: 26).
- 30| Im Frühjahr 2003 wurden bereits erste Tests in Pennsylvania durchgeführt.
- 31| Die Verwendung von Lifestyle Cluster ist ein Instrument aus der kommerziellen Marktanalyse, um tendenzielles (Wahl-) Verhalten anhand von persönlichen Lebensstilen vorherzusagen und durch auf einzelne Segmente genau abgestimmte Botschaften zu beeinflussen.
- 32| Axiom führte zum damaligen Zeitpunkt den Markt der Datenanalyse in den USA an. In Deutschland ist die Schober Information Group der führende Datenanbieter.
- 33| Die Wirksamkeit personalisierter und direkter Kommunikation belegen auch die Studien von Donald P. Green und Alan S. Gerber. Seit 1998 testeten sie während nationaler, bundesstaatlicher und regionaler Wahlen den Effekt direkter Wahlkampfkommunikation. Bei ihrer Untersuchung bestätigten sie, dass die personalisierte Wahlbotschaft über Tür-zu-Tür-Aktionen den höchsten Wirkungsgrad für die Wählermobilisierung besitzt. Auch Rüdiger Schmitt-Beck zeigt in seiner umfassenden Untersuchung, dass Wahlentscheidungen durch persönlichen Kontakt beeinflusst werden. Im Vergleich zu der Nutzung von Massenmedien kommt Schmitt-Beck (2000: 403) zu folgendem Ergebnis: „In der Mehrzahl der untersuchten Gesellschaften [...] trugen die politischen Gespräche der Wähler mehr zur Erklärung ihrer Wahlentscheidung bei als ihr Kontakt mit der Berichterstattung der Massenmedien“, s. auch Green und Gerber (2004).
- 34| Der Bedeutung der Freiwilligenarbeit waren sich auch die Demokraten bewusst. Für Beth Cahill war es die erste Wahl seit langer Zeit, in welcher der Ground War so wichtig war wie der Air War. Redebeitrag von Mary Beth Cahill anlässlich einer Diskussion mit Ken Mehlman, The John F. Kennedy School of Government at Harvard University Forum on the 2004 Election, 15.12.2004.
- 35| So der Sprecher der Bush-Kampagne, Scott Stanzel. In: Mesrobian (2004: 17).
- 36| Persönliches Interview Mario Voigt mit Mark Wallace, Washington DC, 3/2004.
- 37| Monson. In: Magleby und Monson (2004: 102).
- 38| Chuck DeFeo, eCampaign-Manager von Bush-Cheney 2004, zit. nach Poitier (2004).

LITERATUR

- ABRAMSON, PAUL R., JOHN H. ALDRICH und D.W. ROHDE. 2003. *Change and Continuity in the 2000 and 2002 Elections*, Washington.
- ALLEN, MIKE. 2004. *Bush Makes Pitch to „Security Moms“*. In: *Washington Post*, 18.09.2004.
- ALTHAUS, MARCO. 2003. *Desktop Targeting. Zielscheiben im Wahlkreis*. In: *Althaus und Cecere*.
- ALTHAUS, MARCO und VITO CECERE. 2003. *Kampagne! 2. Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. Münster, S. 151-167.
- ANSOLABEHRE, STEPHEN und S. IYENGAR. 1995. *Going Negative: How Attack Ads Shrink and Polarize The Electorate*. New York.
- BARONE, MICHAEL. 2001. *The 49 Percent Nation*. In: *Almanac of American Politics 2002*. Washington.
- BARTELS, LARRY M. 1985. *Resource Allocation in a Presidential Campaign*. In: *Journal of Politics*, 47, S. 928-936.
- BAUMGARTNER, JODY C. 2000. *Modern Presidential Electioneering: An Organizational and Comparative Approach*. Westport.
- BLUMLER, JAY und DENNIS KAVANAGH. 1999. *The Third Age of Political Communication. Influences and Features*. In: *Political Communication*, 16, S. 209-230.
- BOLLER, PAUL F. 2004. *Presidential Campaigns. From George Washington to George W. Bush*. Oxford.
- BRAMS, STEVEN J. und J. Davis. 1974. *The 3/2's Rule in Presidential Campaigning*. In: *American Political Science Review*, 68, S. 113-134.
- BRETTSCHEIDER, FRANK. 2005. *Massenmedien und Wahlverhalten*. In: *Falter und Schoen*, S. 473-500.
- BROWNSTEIN, ROBERT. 2004. *Why "This Is About Bush"; His Narrowly Focused "Hedgehog Presidency" Cements the Allegiance of Conservatives and Galvanizes his Foes. The Result is Bitter Division*. In: *Los Angeles Times*, 31.10.2004.
- CAMPAIGN FOR PRESIDENT. 2006. *The Managers Look at 2004*. Boston.
- CARVILLE, JAMES und M. MATALIN. 1994. *All is fair*. New York.
- COLANTONI, CLAUDE S. und PETER ORDESHOOK. 1975. *Campaign Resource Allocation under the Electoral College*. In: *American Political Science Review*, 69, S. 141-154.
- CORNFIELD, MICHAEL. 2006. *Going Broadband, Getting Netwise. The Cyber-Education of John Kerry and Other Political Actors*. In: *Sabato*, S. 207-220.
- DALTON, RUSSELL J. und MARTIN P. WATTENBERG. 2000. *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford.
- DENTON, ROBERT E. 2005. *The 2004 Presidential Campaign: A Communication Perspective*. New York.
- DEVLIN, PATRICK J. 2005. *Contrasts in Presidential Campaign Commercials of 2004*. In: *American Behavioral Scientist*, 49, S. 279-313.
- FALTER, JÜRGEN und H. SCHOEN. 2005. *Handbuch Wahlforschung*. Wiesbaden.
- FILZMAIER, PETER und FRITZ PLASSER. 2001. *Wahlkampf um das Weiße Haus: Presidential Elections in den USA*. Opladen.
- GERTNER, JON. 2004. *The Very, Very Personal is the Political*. In: *New York Times*, 15.02.2004.
- GREENBERG, STANLEY B. 2005. *The Two Americas. Our Current Political Deadlock and How to Break It*. New York.

- GÜLDENZOPF, RALF und MARIO VOIGT. 2004. *Die Präsidentschaftswahl in den USA. Von Stammwählern, Werten und Wahlkampf.* In: *Die Politische Meinung*, Nr. 421/2004, S. 51-57.
- GÜLDENZOPF, RALF und MARIO VOIGT. 2005. *Campaigning American Style. Wahlkampfinnovationen im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf.* In: *Oppelland und Kremp*, S. 31-46.
- HARPINE, WILLIAM D. 2005. *From the Front Porch to the Front Page: McKinley and Bryan in the 1896 Presidential Campaign.* College Station.
- HART, RODERICK. 2000. *Campaign Talk. Why Elections Are Good for Us.* Princeton.
- JAMIESON, KATHLEEN HALL und P. WALDMAN. 2001. *Electing the President, 2000: The Insiders' View.* Philadelphia.
- JAMIESON, KATHLEEN HALL. 1992. *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy.* New York.
- JAMIESON, KATHLEEN HALL. 1996. *Packaging the Presidency: A History and Criticism of Presidential Campaign Advertising.* New York.
- JAMIESON, KATHLEEN HALL. 2006. *Electing the President, 2004: The Insider's View.* Philadelphia.
- KEPPLINGER, HANS MATHIAS und M. MAURER. 2005. *Abschied vom rationalen Wähler. Warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden.* Freiburg/München.
- KRUEGER, RICHARD. 1994. *Focus Groups.* Thousand Oaks.
- LAZARFELD, PAUL, B. BERELSON und H. GAUDET. 1944/1968. *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign.* New York.
- LUNTZ, FRANK I. 1988. *Candidates, Consultants, and Campaigns: The Style and Substance of American Electioneering.* New York.

- MESROBIAN, SHANT. 2004. *Covering the Bases. How the Parties Make Sure Their Most Loyal Supporters Vote on Election Day.* In: *Campaigns & Elections*, 2, S. 17-20.
- MONSON, QUIN. 2004. *Get on Television vs. Get on the Van. GOTV and the Ground War in 2002 Congressional Elections.* New York.
- MORRIS, DICK. 1997. *Behind the Oval Office. Winning the Presidency in the 90's.* New York.
- NEWMAN, BRUCE I. 1999a. *Handbook of Political Marketing.* Thousand Oaks.
- NEWMAN, BRUCE I. 1999b. *The Mass Marketing of Politics: Democracy in an Age of Manufactured Images.* New York.
- NIMMO, DAN. 1996. *Politics, Media, and Modern Democracy. The United States.* In: Swanson und Mancini.
- OPPELLAND, TORSTEN UND W. KREMP. 2005. *Die USA im Wahljahr 2004.* Trier.
- PLASSER, FRITZ mit GUNDA PLASSER. 2003. *Globalisierung der Wahlkämpfe: Praktiken der Campaign Professionals im weltweiten Vergleich.* Wien.
- PLEHWE, KERSTIN. 2005. *Mit Dialogmarketing zum Wahlerfolg: Fachbeiträge namhafter Experten - Checklisten - internationale Fallbeispiele.* Berlin.
- SABATO, LARRY. 2006. *Divided States of America: the Slash and Burn Politics of the 2004 Presidential Election.* New York.
- SCHMITT-BECK, RÜDIGER. 2000. *Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich.* Wiesbaden.
- SCHOEN, HARALD UND C. WEINS. 2005. *Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten.* In: Falter und Schoen, S. 187-242.

- SHAW, DARON R. 1999a. *The Effect of TV Ads and Candidate Appearances on Statewide Presidential Votes, 1988-96*. In: *American Political Science Review*, 93, S. 345-361.
- SHAW, DARON R. 1999b. *A Study of Presidential Campaign Event Effects from 1952 to 1992*. In: *Journal of Politics*, 61, S. 387-422.
- SHAW, DARON R. 1999c. *The Methods behind the Madness. Presidential Electoral College Strategies, 1988-1996*. In: *Journal of Politics*, 61, S. 893-913.
- SHAW, DARON R. 2006. *The Race to 270: the Electoral College and the Campaign Strategies of 2000 and 2004*. Chicago.
- SHEA, DANIEL M. und M.J. BURTON. 2001. *Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*. Westport.
- SOSNIK, DOUGLAS, M. DOWD und R. FOURNIER. 2006. *Applebee's America. How Successful Political, Business, and Religious Leaders Connect with the New American Community*. New York.
- STEPHANOPOULOS, GEORGE. 2000. *All Too Human*. New York.
- SWANSON, DAVID L. und P. MANCINI. 1996. *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences*. Westport.
- SWERDLOW, JOEL L. 1988. *Media Technology and the Vote. A Source Book*, Washington.
- THOMAS, EVAN. 2004. *Election 2004. How Bush Won It and What We Can Expect From the Future*. New York.
- VOIGT, MARIO. 2004a. *Der große Trend. Rally the Faithful*. In: *Politik & Kommunikation*. November, S. 34-38.
- VOIGT, MARIO. 2004b. *Der amerikanische Wahlkampf 2004. American Campaigning Revisited*. Online-Publikation für die Konrad-Adenauer-Stiftung. St. Augustin: www.wahlen.kas.de.

- WAYNE, STEPHEN J. 2003. *Road to the White House 2004. The Politics of Presidential Elections*. Washington.
- WEST, DARRELL M. 2001. *Air Wars: Television Advertising in Election Campaigns, 1952-2000*. Washington.
- WOLLING, JENS. 1999. *Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen der Bürger zur Politik*. Opladen/Wiesbaden.

AUTORINNEN UND AUTOREN

Dr. Matthias Basedau ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am GIGA Institut für Afrika-Studien in Hamburg und leitet den GIGA-Forschungsschwerpunkt „Gewalt, Macht und Sicherheit“; basedau@giga-hamburg.de.

Anika Becher, Diplom-Sozialwissenschaftlerin, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am GIGA Institut für Afrika-Studien in Hamburg; becher@giga-hamburg.de.

Prof. Dr. Joachim Betz ist leitender wissenschaftlicher Mitarbeiter am GIGA Institut für Asien-Studien in Hamburg; betz@giga-hamburg.de.

Prof. Dr. Ulrich Eith lehrt z.Zt. am Seminar für Politikwissenschaft der Universität Göttingen; ulrich.eith@politik.uni-freiburg.de.

Dr. Gero Erdmann leitet das Berliner Büro des GIGA Instituts für Afrika-Studien bei der Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) in Berlin; giga-office@swp-berlin.org.

Dr. habil. Karsten Grabow ist Projektreferent in der Hauptabteilung Internationale Zusammenarbeit der KAS in Berlin; Karsten.Grabow@kas.de.

Andreas Hahn, M.A. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim; Andreas.Hahn@uni-hohenheim.de

Kim Jucknat, M.A. ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im B.A.-Studiengang „Internationales Kommunikationsmanagement“ an der International University Bruchsal; Kim.Jucknat@u-i.de.

Dr. Uwe Jun ist Professor für Politikwissenschaft (Regierungslehre/Westliche Regierungssysteme) an der Universität Trier; jun@uni-trier.de.

PD Dr. Axel Klein ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Institut für Japanstudien in Tokio; klein@dijtokyo.org.

Dr. habil. Patrick Köllner ist amtierender Direktor des GIGA Instituts für Asien-Studien in Hamburg und leitet den GIGA-Forschungsschwerpunkt „Legitimität und Effizienz politischer Systeme“; koellner@giga-hamburg.de.

Prof. Dr. Andrea Römmele ist Leiterin des Studiengangs BICOM (Bachelor in International Communication Management) an der International University Bruchsal; Andrea.Roemmele@i-u.de.

Alexander Stroh, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am GIGA Institut für Afrika-Studien, Hamburg; stroh@giga-hamburg.de.

Dr. Andreas Ufen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am GIGA Institut für Asien-Studien in Hamburg; ufen@giga-hamburg.de.

Mario Voigt, M.A., betreibt eine Agentur für politische Kommunikation und hat am Fachbereich Politikwissenschaft der TU Chemnitz seine Dissertation eingereicht; mail@mario-voigt.com.