

Bundestagswahl 2021: Wahlkampf, Stimmungen, Meinungen

Eine gemeinsame Panel-Studie von
forsa und der Universität Hohenheim

Panel-Welle 1

August 2021

forsa.





- Am 26. September 2021 findet die **Bundestagswahl** statt. Die Wahl ist in vielerlei Hinsicht **besonders**. Erstens: Die Corona-Pandemie wirkt sich sowohl auf die Themen des Wahlkampfes aus, als auch auf den Einsatz der Wahlkampfinstrumente. Zweitens: Angela Merkel tritt nicht mehr an. Drittens: Die politische Stimmung ist sehr wechselhaft. Viertens: Es bestehen unterschiedliche Koalitionsoptionen.
- Die vorliegende Studie untersucht, wie die Menschen in Deutschland den Wahlkampf wahrnehmen, welche Stimmungen und Meinungen in den Wochen vor der Wahl existieren. Und sie untersucht die **Dynamik der Meinungsbildung vor der Wahl**. Zu diesem Zweck werden die gleichen Menschen vor der Wahl dreimal befragt (Panel-Studie). So lässt sich feststellen, ob und wann sie gegebenenfalls ihre Wahrnehmungen, Meinungen und Wahlabsichten ändern.
- Es handelt sich um ein Kooperationsprojekt von **forsa** und der **Universität Hohenheim**.
- Für die erste Welle der repräsentativen Studie wurden bundesweit **20.095 Wahlberechtigte** befragt. Die Befragung fand vom 16. Juli bis zum 1. August 2021 statt. Die zweite Welle folgt Ende August. Und die dritte Welle folgt direkt vor der Bundestagswahl im September.



- Die Studie besteht aus folgenden Teil-Studien:
 - Teil 1: Massenmedien und Wahlkampfinstrumente (Plakate, Broschüren, Social Media etc.)
 - Teil 2: Briefwahl
 - Teil 3: Der/die ideale Kanzler:in und die realen Spitzenkandidat:innen
 - Teil 4: Die Bewertung der Arbeit der Parteien und der Spitzenkandidat:innen
 - Teil 5: Die Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien
 - Teil 6: Lebensqualität, Wirtschaftslage, Demokratie- und Regierungs-Zufriedenheit sowie Links-Rechts-Einstufung

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Interesse an Politik knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl

- Männer geben häufiger an, sich für Politik zu interessieren, als Frauen. Zwischen den Altersgruppen bestehen keine gravierenden Unterschiede. Tendenziell interessieren sich die jüngste und die älteste Altersgruppe etwas stärker für Politik als die mittleren Altersgruppen. Anhänger der AfD geben ein überdurchschnittliches Interesse an Politik an.

Informationsquellen über die Bundespolitik

- Die Menschen in Deutschland informieren sich über die Bundespolitik am häufigsten aus dem Fernsehen, dem Radio und auf Webseiten. Es folgen Gespräche und Tageszeitungen. Am seltensten nutzen sie Social Media, um sich über die Bundespolitik zu informieren.
- Das Informationsverhalten der Altersgruppen unterscheidet sich deutlich voneinander. Mit dem Alter steigt die Häufigkeit, mit der die klassischen Massenmedien (Fernsehen, Radio, Zeitung) genutzt werden. Und bei den 18- bis 29-Jährigen werden Webseiten, Social Media und Gespräche häufiger als Informationsquelle für die Bundespolitik genutzt als die klassischen Massenmedien.
- Je größer das Interesse an Politik ist, desto häufiger werden Informationsquellen genutzt.
- Das Informationsverhalten variiert auch nach Parteineigung. Während Menschen mit CDU/CSU- oder mit SPD-Neigung am häufigsten die klassischen Massenmedien nutzen, nutzen AfD-Anhänger Webseiten, Social Media und Gespräche häufiger als die klassischen Massenmedien. Auch die Anhänger der Linken nutzen Webseiten und Social Media überdurchschnittlich oft.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Wahlkampf-Kanäle

- Knapp zwei Monate vor der Wahl sind viele Wahlkampfinstrumente der Parteien noch nicht sichtbar. Zwar wurden bereits Plakate vorgestellt. Sie wurden aber noch nicht geklebt. Auch Postwurfsendungen, Broschüren etc. werden erst noch in den nächsten Wochen verteilt. In der ersten Welle unserer Panel-Studie wollten wir daher erfahren, welche Wahlkampfinstrumente die Wähler:innen „normalerweise“ wahrnehmen. Vor diesem Hintergrund können wir dann in den nächsten beiden Wellen sehen, welche Wahlkampfinstrumente im aktuellen Wahlkampf besonders wahrgenommen werden.
- Normalerweise nehmen Wähler:innen die Wahlplakate der Parteien am häufigsten wahr (56%). Es folgen Wahlspots im Fernsehen sowie Informationsmaterialien (Flugblätter, Handzettel, Broschüren, Postwurfsendungen). Corona-bedingt werden bislang direkte Ansprachen durch Kandidat:innen, Wahlveranstaltungen und Wahlkampfstände nur sehr selten wahrgenommen. Wichtiger als bei früheren Wahlkämpfen dürften Parteien-/Kandidat:innen-Inhalte via Social Media (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) sein. Das deckt sich mit Beobachtungen im Kontext der Landtagswahl in Baden-Württemberg im März 2021.
- Der Kontakt der Altersgruppen mit den verschiedenen Wahlkampf-Kanälen unterscheidet sich teilweise deutlich voneinander. Mit dem Alter steigt die Wahrnehmung von Wahlspots im Fernsehen und von Wahlanzeigen in Zeitungen. Und die 18- bis 29-Jährigen nehmen Internetseiten der Parteien/Kandidat:innen, Werbeanzeigen im Internet und Social Media deutlich häufiger wahr.
- Generell gilt: Mit dem Interesse an Politik wächst auch der Kontakt zu den Wahlkampf-Kanälen. Ausnahme: Wahlplakate werden von Menschen mit weniger Interesse an der Politik häufiger wahrgenommen als von Menschen mit einem stärkeren Interesse an Politik.
- Bei den AfD-Anhänger:innen sind die Kontakte via Social Media überdurchschnittlich hoch.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media

- Bezogen auf Social Media nehmen Wähler:innen Wahlkampf-Informationen (egal von wem) normalerweise am häufigsten via Facebook wahr (26%). Es folgen YouTube und Instagram. WhatsApp, andere Messenger, Twitter und TikTok spielen hingegen nur für weniger als zehn Prozent eine Rolle. Männer geben etwas häufiger als Frauen an, via Facebook und YouTube etwas vom Wahlkampf wahrzunehmen.
- Die 18- bis 29-Jährigen nehmen den Wahlkampf zum einen am häufigsten von allen Altersgruppen via Social Media wahr. Sie nehmen ihn aber zum anderen auch über andere Social Media-Kanäle wahr: Für sie spielen die Bild-orientierten Kanäle Instagram und YouTube die größte Rolle. Für die 30- bis 44-Jährigen ist es hingegen Facebook. Für die Ab-60-Jährigen sind WhatsApp & Co überdurchschnittlich wichtig.
- Besonderheiten weisen die Anhänger:innen der AfD auf. Sie nehmen den Wahlkampf überdurchschnittlich oft via YouTube, Facebook und WhatsApp wahr.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Briefwahl

- Der Anteil der Briefwähler:innen steigt von Wahl zu Wahl stetig. Bei der letzten Bundestagswahl machte schon gut ein Viertel der Wähler:innen (28,6 %) von der Briefwahl Gebrauch. Aufgrund der Corona-Pandemie ist bei der Bundestagswahl 2021 ein noch höherer Briefwahl-Anteil zu erwarten.
- Knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl haben sich bereits 37 Prozent der Wähler:innen entschieden, per Briefwahl abzustimmen. Damit ist ein neuer Briefwahl-Rekord sehr wahrscheinlich. 41 Prozent wollen im Wahllokal wählen. 19 Prozent wollen sich noch nicht festlegen.
- Überdurchschnittlich oft wollen die Ab-60-Jährigen von der Briefwahl Gebrauch machen.
- Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil der Briefwähler:innen bei den Personen mit einer Neigung zur CDU/CSU. Eine große Mehrheit der AfD-Anhänger:innen will hingegen im Wahllokal wählen.
- 60 Prozent der Briefwähler:innen wollen wählen, sobald sie die erforderlichen Unterlagen haben. Das bedeutet: Etwa ein Fünftel aller Wähler:innen wird vermutlich seine Stimme bereits Ende August abgegeben haben.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Kandidaten-Wahrnehmung

- Wähler:innen gleichen oft ihre Vorstellungen von einem idealen Bundeskanzler bzw. einer idealen Bundeskanzlerin mit den realen Kandidat:innen ab. Und sie vergleichen die realen Kandidat:innen direkt miteinander. Hinzu kommt - falls vorhanden - die langfristige Parteineigung einer Person. Die Kombination aus all dem ergibt dann eine Präferenz für den einen oder die andere Kandidat:in.

Der/die ideale Bundeskanzler:in

- Der oder die ideale Bundeskanzler:in ist vor allem kompetent und vertrauenswürdig. Nahezu alle Befragten halten diese Eigenschaften für wichtig oder für sehr wichtig. Es folgen Entscheidungsfreude und Tatkraft. Im Vergleich dazu sind Bürgernähe und Sympathie etwas weniger wichtig - aber immer noch sehr bedeutend.
- Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ideal-Vorstellungen kaum voneinander. Das Gleiche gilt für die verschiedenen Altersgruppen.
- Auch die verschiedenen Partei-Anhängerschaften unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ideal-Vorstellungen auf einer abstrakten Ebene nicht wesentlich voneinander.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Die realen Spitzenkandidat:innen

- Keinem der drei Spitzenkandidat:innen schreiben derzeit mehr als 35 Prozent eine positive Eigenschaft zu.
- Armin Laschet liegt lediglich bei einer Eigenschafts-Dimension vor seinen beiden Kontrahent:innen: bei der Bürgernähe. Bei allen anderen Eigenschafts-Dimensionen werden entweder Olaf Scholz oder Annalena Baerbock besser bewertet. 55 Prozent der Wähler:innen schreiben Armin Laschet keine einzige der Eigenschaften zu. Wenn die CDU/CSU gewinnen sollte, dann nicht wegen Armin Laschet, sondern trotz Armin Laschet.
- Auch Annalena Baerbock schreiben 51 Prozent der Wähler:innen keine der Eigenschaften zu. Allerdings bescheinigen ihr 21 Prozent, ein gutes Konzept für die Zukunft zu haben - das sind mehr als bei Laschet (9%) und bei Scholz (16%). Bei den anderen Eigenschafts-Dimensionen liegt Annalena Baerbock hinter Olaf Scholz. Auch hier gilt: Wenn die Grünen gut abschneiden sollten, dann nicht wegen Annalena Baerbock, sondern trotz Annalena Baerbock.
- Armin Laschet wird zudem meist von den Anhänger:innen der CDU/CSU nicht so gut beurteilt wie Olaf Scholz von den Anhänger:innen der SPD bzw. Annalena Baerbock von den Anhänger:innen der Grünen.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Die Arbeit der Parteien

- Die Arbeit keiner Partei wird überwiegend positiv bewertet. Bei der CDU halten sich jeweils 20 Prozent positive bzw. negative Bewertungen die Waage. Bei allen anderen Parteien gibt es mehr negative als positive Bewertungen. Mit Abstand am schlechtesten wird die Arbeit der AfD bewertet.
- Es gibt teilweise deutliche Bewertungs-Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Männer bewerten die Arbeit der AfD positiver als Frauen es tun. Das trifft auch auf die FDP zu. Und Frauen bewerten die Arbeit der Grünen positiver als Männer es tun.
- Die Anhänger:innen der Grünen sind mit der Arbeit „ihrer“ Partei am zufriedensten (89%). Von den SPD-Anhänger:innen sind hingegen nur 61 Prozent mit der Arbeit „ihrer“ Partei zufrieden.

Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen

- Lediglich die Arbeit von Olaf Scholz wird häufiger positiv als negativ bewertet. Bei allen anderen Kandidat:innen überwiegen die negativen Bewertungen - teilweise deutlich. Am negativsten wird die Arbeit der AfD-Kandidatin Alice Weidel bewertet.
- Jüngere bewerten Annalena Baerbock am positivsten (40%), Ältere bewerten Olaf Scholz am positivsten (43%). Armin Laschet wird von maximal 20 Prozent positiv bewertet.
- Vergleicht man Partei- und Kandidaten-Bewertung, so fällt auf: Armin Laschet und Annalena Baerbock werden schlechter bewertet als ihre jeweilige Partei. Olaf Scholz wird etwas besser bewertet als die SPD.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Bewertung der Corona-Kompetenz der Parteien

- Die Corona-Politik ist seit anderthalb Jahr das dominante Thema. Zunehmend werden unterschiedliche Auffassungen über das richtige Vorgehen thematisiert. Neben dem Blick auf die allgemeine Bewertung der Parteien ist daher auch ein Blick speziell auf die Bewertung im Zusammenhang mit der Corona-Politik sinnvoll.
- Knapp zwei Monate vor der Wahl trauen die Wähler:innen der CDU/CSU noch am ehesten zu, mit der Corona-Krise fertig zu werden (30%). Am größten ist jedoch jene Bevölkerungsgruppe, die keiner Partei zutraut, mit der Krise fertig zu werden (37%). Die anderen Parteien spielen aus Sicht der Befragten keine nennenswerte Rolle.
- Männer und Frauen unterscheiden sich in dieser Frage kaum voneinander. Aber es gibt unterschiedliche Bewertungen in verschiedenen Altersgruppen - vor allem was die Kompetenz der CDU/CSU betrifft: Von den 18- bis 29-Jährigen nehmen nur 19 Prozent die Union als kompetent wahr, wenn es um Corona geht. In der Gruppe der Ab-60-Jährigen sind des doppelt so viele (38%).
- Menschen mit einer Parteineigung trauen jeweils „ihrer“ Partei am ehesten zu, das Corona-Problem zu lösen (oder keiner Partei). Menschen ohne eine Parteineigung trauen am häufigsten keiner Partei zu, das Corona-Problem zu lösen.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Bewertung der Zukunfts-Kompetenz der Parteien

- Anders sieht die Lage aus, wenn es nicht um Corona, sondern allgemein um die Zukunftsfragen in Deutschland geht (dabei haben die Befragten natürlich ihre ganz eigene Sicht, was die Zukunftsfragen sind). Im Hinblick auf die Zukunfts-Kompetenz liegen Union und Grüne in der Wählerschaft gleichauf (21 bzw. 20%). Unter den Frauen ist die Zukunfts-Kompetenz der Grünen überdurchschnittlich hoch, unter den Männern ist die Zukunfts-Kompetenz der FDP überdurchschnittlich hoch.
- Zudem gibt es unterschiedliche Bewertungen in verschiedenen Altersgruppen. Die 18- bis 29-Jährigen trauen den Grünen und der FDP überdurchschnittlich oft zu, gute Konzepte für die Zukunft zu haben. Die Ab-60-Jährigen trauen das überdurchschnittlich oft der Union zu.
- Menschen mit einer Parteineigung trauen jeweils „ihrer“ Partei am ehesten zu, gute Ideen für die Zukunft zu haben. Besonders ausgeprägt ist diese Vorstellung bei den Anhänger:innen der Grünen (87% der Grünen-Anhänger:innen finden, die Grünen haben die besten Zukunfts-Ideen). Weniger überzeugt sind die SPD-Anhänger:innen von ihrer Partei: Hier finden nur 49 Prozent der SPD-Anhänger:innen, die SPD habe die besten Zukunfts-Ideen.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien in 14 Themenfeldern

- Darüber hinaus haben wir für 14 Themenfelder gefragt, welche Partei die Wähler:innen jeweils als am kompetentesten ansehen. Dies ermöglicht zwei Perspektiven: 1) Es lassen sich je Themenfeld die zugeschriebenen Kompetenzen vergleichen. 2) Es lassen sich je Partei die Themenprofile aus Sicht der Wähler:innen beschreiben.
- Perspektive 1: Es gibt ein einziges Themenfeld, in dem mehr als die Hälfte der Befragten einer Partei die Themenkompetenz zuschreiben. Dies ist bei dem Thema „CO2-Emissionen in Deutschland bis 2030 deutlich reduzieren“ der Fall. Hier sehen 56 Prozent der Wähler:innen die Grünen als die kompetenteste Partei. In vielen anderen Themenfeldern schreibt jeweils weniger als ein Drittel der Befragten einer Partei die Themenkompetenz zu.
- Perspektive 2: Betrachtet man die Parteiprofile, so finden sich die typischen Themenschwerpunkte. Der Union wird die größte Kompetenz in den Bereichen innere und äußere Sicherheit zugeschrieben (45% und 47%); ferner beim Abbau der Staatsschulden (33%), dem Ausbau der Infrastruktur (30%) und der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit (28%). Der SPD wird die größte Kompetenz bei sozialpolitischen Themen zugeschrieben: soziale Gerechtigkeit (30%), Gesundheitsversorgung (25%), bezahlbarer Wohnraum (25%), Sicherung der Renten (23%). Die Grünen werden fast monothematisch wahrgenommen. Dafür haben sie beim Thema „CO2-Reduktion“ einen eindeutigen Kompetenzvorsprung (56%). Auch bei dem Umgang mit den Globalisierungsfolgen sowie bei der Integration von Flüchtlingen haben sie einen leichten Kompetenzvorsprung (23% und 18%). Bei der FDP ragt ein Thema heraus: Die Wähler:innen sehen bei ihr - eher als bei den einzelnen anderen Parteien - die Kompetenz für den Ausbau eines schnellen Internets (23%). Die Linke und die AfD liegen in keinem einzigen Themenfeld vor den anderen Parteien.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Lebensqualität und Wirtschaftslage

- Die Wahrnehmungen der Lebensqualität und der Wirtschaftslage durch die Wähler:innen sind für die Wahlentscheidung ebenfalls relevant. Die Mehrheit der Befragten beurteilen sowohl die Lebensqualität als auch die Wirtschaftslage in Deutschland positiv. Dabei wird die Lebensqualität mit 72 Prozent positiven Bewertungen noch besser beurteilt als die Wirtschaftslage (54%).
- Während Männer und Frauen die Lebensqualität gleich positiv bewerten, bewerten Männer die Wirtschaftslage deutlich positiver als Frauen.
- Im Hinblick auf die Altersgruppen zeigen sich bei der Lebensqualität und bei der Wirtschaftslage ähnliche Muster: Jeweils die jüngste und die älteste Altersgruppe weisen die positivsten Wahrnehmungen auf. Am geringsten ist der Anteil positiver Bewertungen bei den 45- bis 59-Jährigen.
- Betrachtet man die Parteibindungen, so fallen die Bewertungen der Wirtschaftslage und der Lebensqualität bei den AfD-Anhänger:innen deutlich aus dem Rahmen. Nur 28 Prozent der AfD-Anhänger:innen bewerten die Lebensqualität positiv; und nur 18 Prozent der AfD-Anhänger:innen bewerten die Wirtschaftslage positiv. Zum Vergleich: 88 Prozent der Grünen-Anhänger:innen bewerten die Lebensqualität in Deutschland positiv und 72 Prozent der Grünen-Anhänger:innen bewerten die Wirtschaftslage in Deutschland positiv.

Die Zusammenfassungen der Teil-Studien

Demokratie- und Regierungs-Zufriedenheit

- Zu den grundlegenden Einstellungen der Wähler:innen zählen die längerfristig angelegte Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie in Deutschland und die situationsabhängigere Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung. Die Zufriedenheit mit der Demokratie ist - wie üblich - unter den Befragten größer als die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung (47% versus 33%). Und umgekehrt: Mit der Demokratie sind deutlich weniger Menschen unzufrieden (17%) als mit der Arbeit der Regierung (29%).
- Männer und Frauen unterscheiden sich im Hinblick auf ihre Demokratie-Zufriedenheit nicht wesentlich voneinander. Im Hinblick auf die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung überwiegen bei den Männern leicht die Unzufriedenen, während bei den Frauen die Zufriedenen überwiegen.
- Was die Altersgruppen betrifft, so ist die Demokratie-Zufriedenheit bei der jüngsten und bei der ältesten Altersgruppe am größten. Am geringsten ist der Anteil positiver Bewertungen bei den 45- bis 59-Jährigen. Die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung ist bei den Ab-60-Jährigen am größten.
- Betrachtet man die Parteibindungen, so fallen die Demokratie-Zufriedenheit und die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung bei den AfD-Anhänger:innen deutlich aus dem Rahmen. Mit der Demokratie sind nur vier Prozent der AfD-Anhänger:innen zufrieden, 72 Prozent sind unzufrieden. Und mit der Arbeit der Regierung sind nur zwei Prozent der AfD-Anhänger:innen zufrieden, aber 84 Prozent sind unzufrieden.
- Auf der Links-Rechts-Skala ordnen sich die AfD-Anhänger:innen mit Abstand am weitesten rechts ein. In der Nähe der Skalen-Mitte ordnen sich die Anhänger:innen der Union und der FDP ein - sowie die Personen ohne Parteineigung. Auf der linken Seite der Skala finden ordnen sich die Anhänger:innen der SPD, der Grünen und der Linken ein (Letztere am weitesten links).

Teil 1

Massenmedien und
Wahlkampfinstrumente

forsa.



Massenmedien und Wahlkampfinstrumente

Kommunikation ist für den Wahlerfolg zentral

- Parteien müssen im Wahlkampf zum einen ihre eigenen Anhänger:innen **mobilisieren**. Zum anderen müssen sie die Unentschiedenen **überzeugen**. Dafür müssen sie ihre Botschaften verbreiten.
- Parteien versuchen, die Wähler:innen direkt mittels **Wahlwerbung** zu erreichen. Dafür stehen ihnen zahlreiche Instrumente zur Verfügung. Deren Inhalt bestimmen sie selbst. Andererseits nehmen Wähler:innen das Handeln der Parteien auch indirekt wahr: vermittelt über die Berichterstattung der **Massenmedien**. Journalist:innen wählen aus, was für ihr Publikum relevant erscheint. Und sie ordnen das politische Geschehen ein.
- Hinzu kommen **Social Media-Kanäle**. Sie werden von Parteien, Massenmedien und Wähler:innen mit Inhalt gefüllt. Und sie werden von Parteien, Massenmedien und Wähler:innen beobachtet.
- Hier werden folgende **Fragen** untersucht:
 - Wie stark interessieren sich die Menschen in Deutschland knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl für Politik?
 - An wie vielen Tagen in der Woche informieren sie sich über Bundespolitik aus den folgenden Quellen: Tageszeitung, Fernsehen, Radio, Webseiten im Internet, Social Media, Gespräche mit Freunden und Bekannten?
 - Welche Wahlkampf-Kanäle der Parteien nehmen die Menschen in Deutschland normalerweise wahr? (In den nächsten Befragungswellen werden wir dann untersuchen, welche Wahlkampf-Kanäle sie im aktuellen Bundestagswahlkampf wahrnehmen.)
 - Welche Social Media-Kanäle nutzen die Menschen in Deutschland normalerweise vor Wahlen?

Kommunikation ist für den Wahlerfolg zentral



Massenmedien und Wahlkampfinstrumente: Zusammenfassung der Ergebnisse

Interesse an Politik knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl

- Männer geben häufiger an, sich für Politik zu interessieren, als Frauen. Zwischen den Altersgruppen bestehen keine gravierenden Unterschiede. Tendenziell interessieren sich die jüngste und die älteste Altersgruppe etwas stärker für Politik als die mittleren Altersgruppen. Anhänger der AfD geben ein überdurchschnittliches Interesse an Politik an.

Informationsquellen über die Bundespolitik

- Die Menschen in Deutschland informieren sich über die Bundespolitik am häufigsten aus dem Fernsehen, dem Radio und auf Webseiten. Es folgen Gespräche und Tageszeitungen. Am seltensten nutzen sie Social Media, um sich über die Bundespolitik zu informieren.
- Das Informationsverhalten der Altersgruppen unterscheidet sich deutlich voneinander. Mit dem Alter steigt die Häufigkeit, mit der die klassischen Massenmedien (Fernsehen, Radio, Zeitung) genutzt werden. Und bei den 18- bis 29-Jährigen werden Webseiten, Social Media und Gespräche häufiger als Informationsquelle für die Bundespolitik genutzt als die klassischen Massenmedien.
- Je größer das Interesse an Politik ist, desto häufiger werden Informationsquellen genutzt.
- Das Informationsverhalten variiert auch nach Parteineigung. Während Menschen mit CDU/CSU- oder mit SPD-Neigung am häufigsten die klassischen Massenmedien nutzen, nutzen AfD-Anhänger Webseiten, Social Media und Gespräche häufiger als die klassischen Massenmedien. Auch die Anhänger der Linken nutzen Webseiten und Social Media überdurchschnittlich oft.

Interesse an Politik knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Wie stark interessieren Sie sich für Politik?“

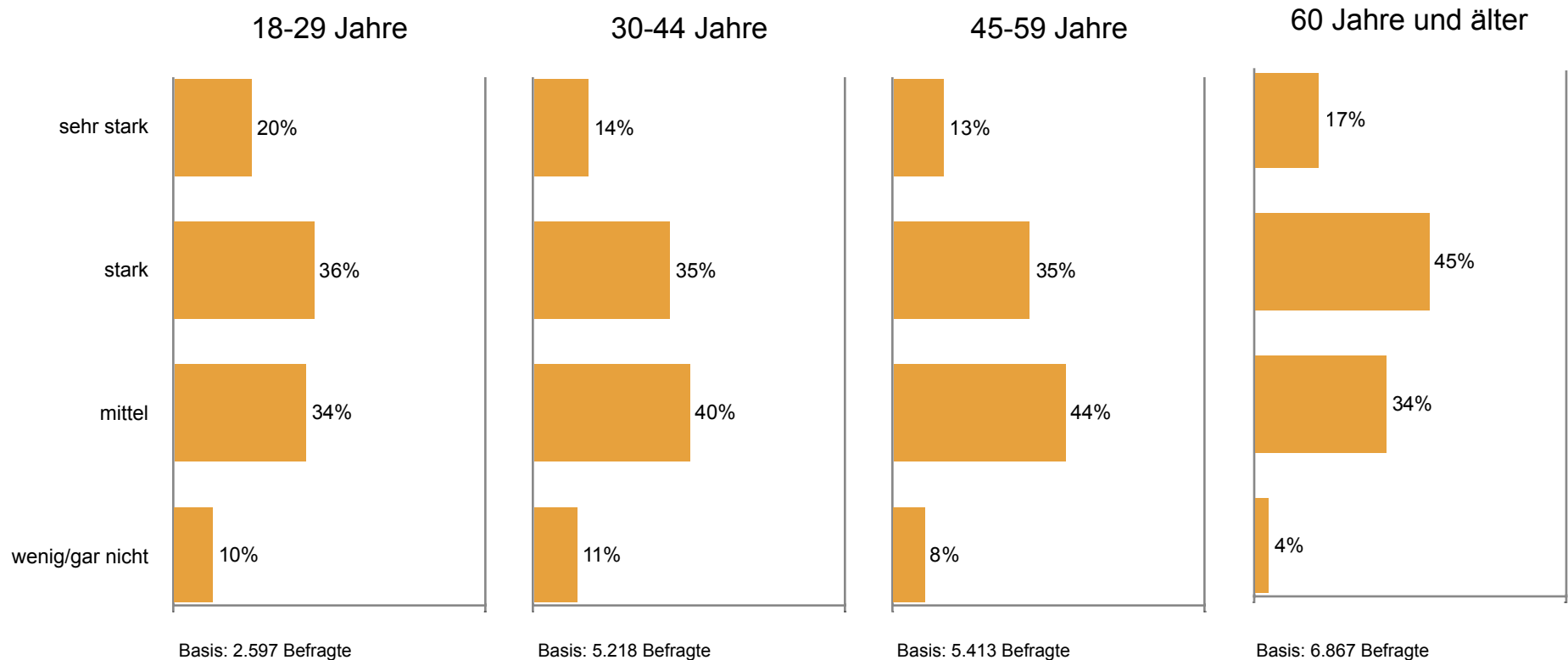
Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = wenig, 5 = überhaupt nicht. In den Grafiken sind die Anteile für 4 und 5 zusammengefasst.



Interesse an Politik knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)

„Wie stark interessieren Sie sich für Politik?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = wenig, 5 = überhaupt nicht. In den Grafiken sind die Anteile für 4 und 5 zusammengefasst.

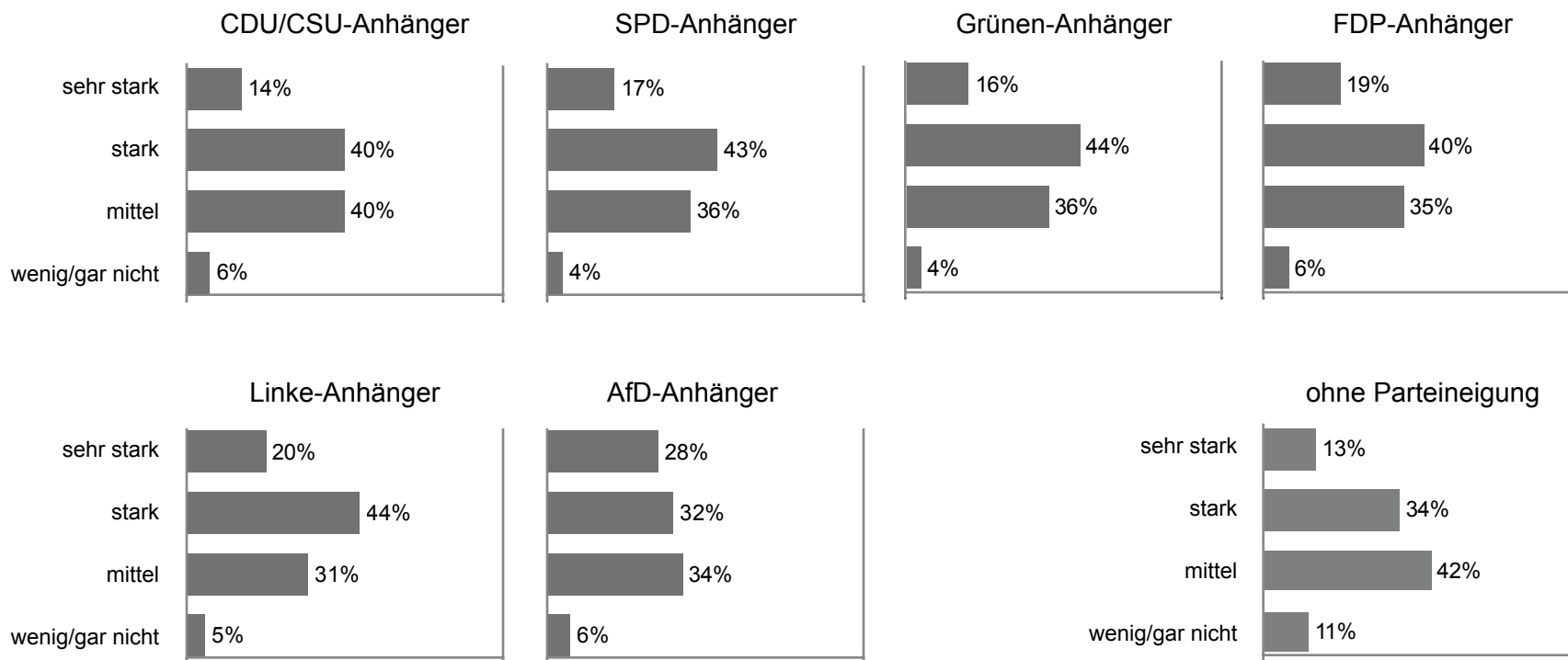


Interesse an Politik knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)

„Wie stark interessieren Sie sich für Politik?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr stark, 2 = stark, 3 = mittel, 4 = wenig, 5 = überhaupt nicht. In den Grafiken sind die Anteile für 4 und 5 zusammengefasst.

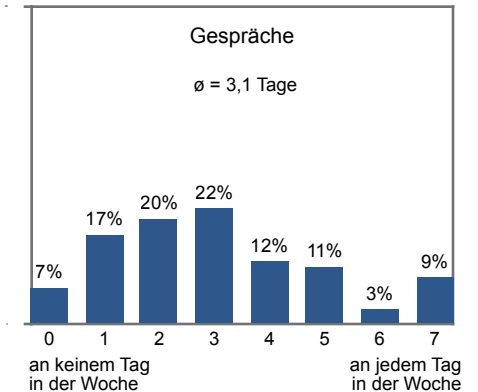
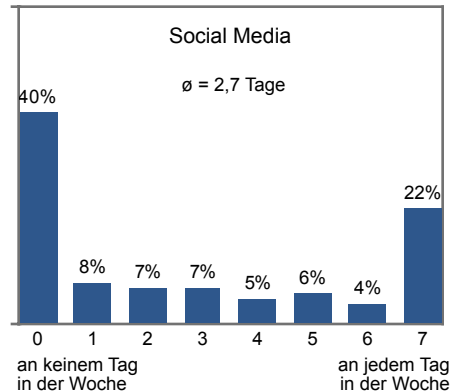
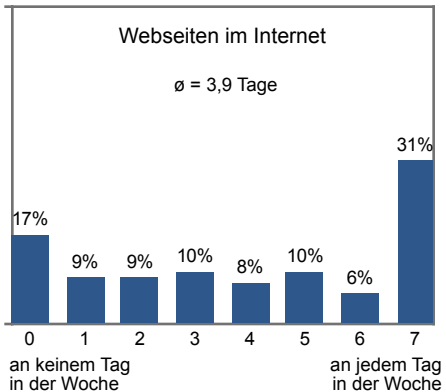
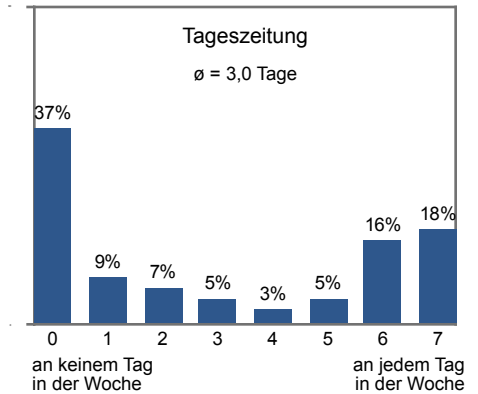
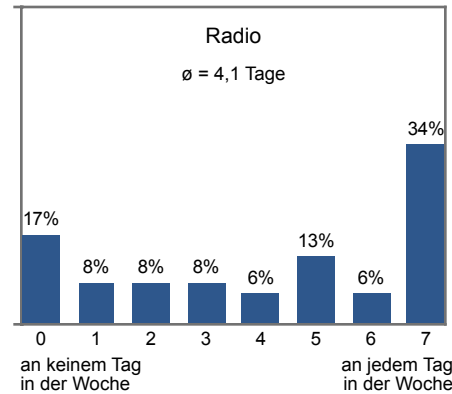
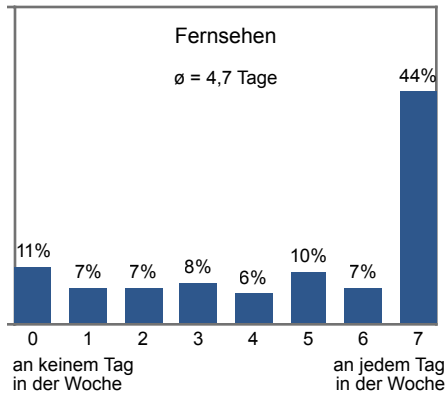
Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Informationsquellen über die Politik in Deutschland

„Was schätzen Sie: An wie vielen Tagen in der Woche informieren Sie sich über die Politik in Deutschland?“

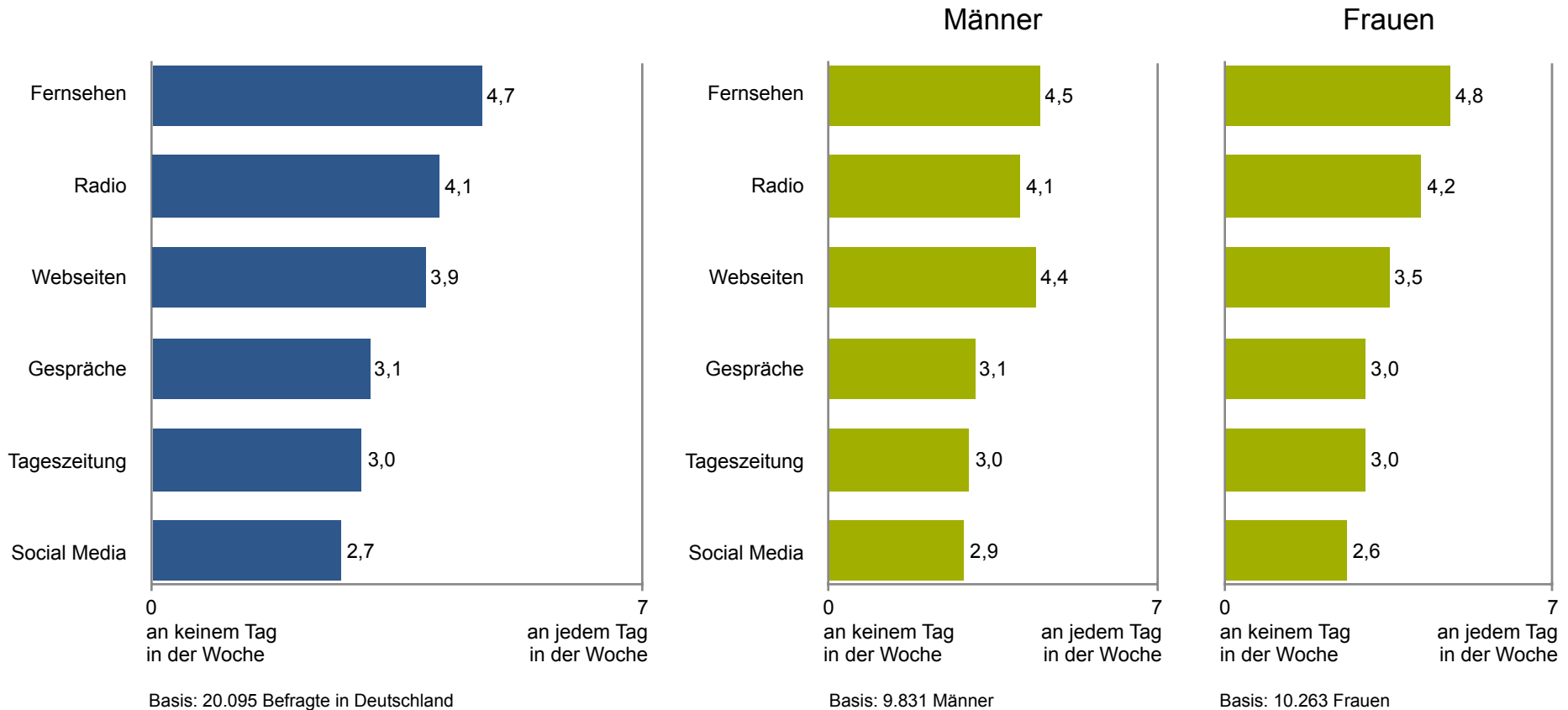
„Bitte geben Sie das für jede der folgenden Quellen an.“ Antwortmöglichkeiten jeweils von 0 Tagen bis 7 Tage die Woche.



Informationsquellen über die Politik in Deutschland

„Was schätzen Sie: An wie vielen Tagen in der Woche informieren Sie sich über die Politik in Deutschland?“

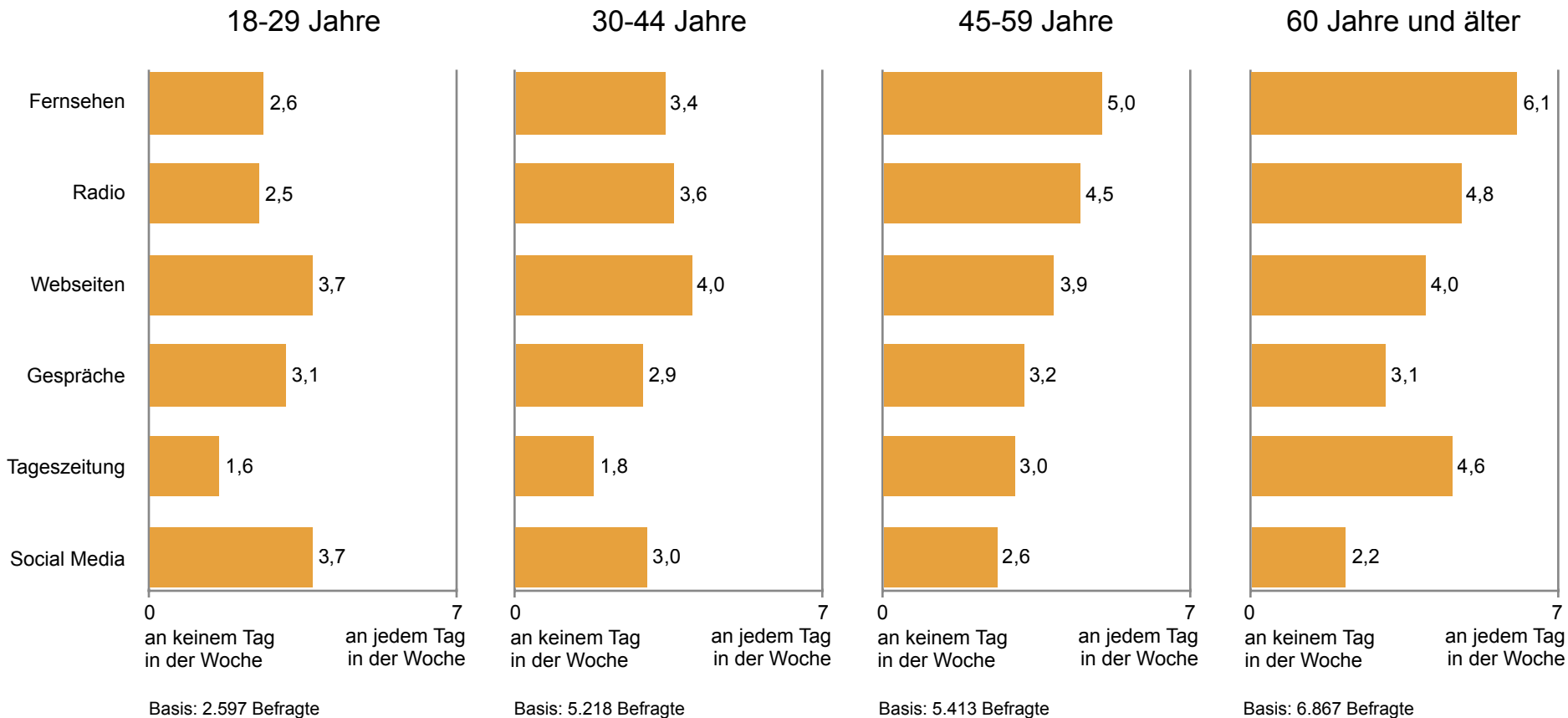
„Bitte geben Sie das für jede der folgenden Quellen an.“ Antwortmöglichkeiten jeweils von 0 Tagen bis 7 Tage die Woche.



Informationsquellen über die Politik in Deutschland (nach Alter)

„Was schätzen Sie: An wie vielen Tagen in der Woche informieren Sie sich über die Politik in Deutschland?“

„Bitte geben Sie das für jede der folgenden Quellen an.“ Antwortmöglichkeiten jeweils von 0 Tagen bis 7 Tage die Woche.

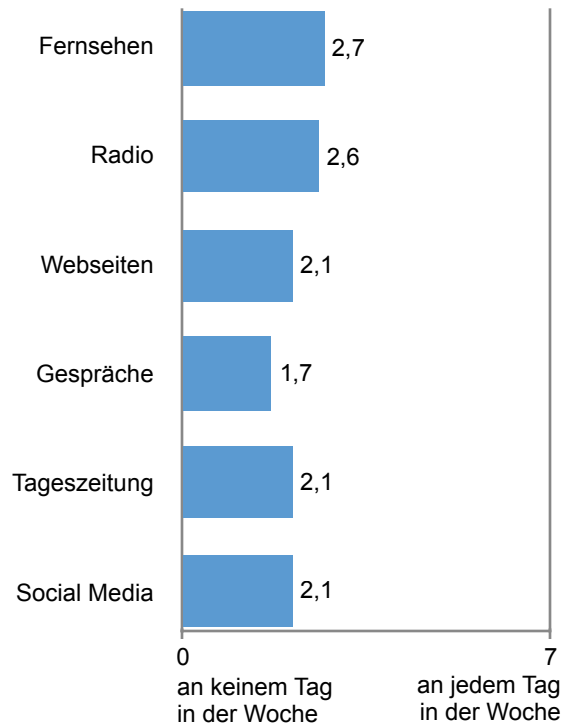


Informationsquellen über die Politik in Deutschland (nach Interesse an Politik)

„Was schätzen Sie: An wie vielen Tagen in der Woche informieren Sie sich über die Politik in Deutschland?“

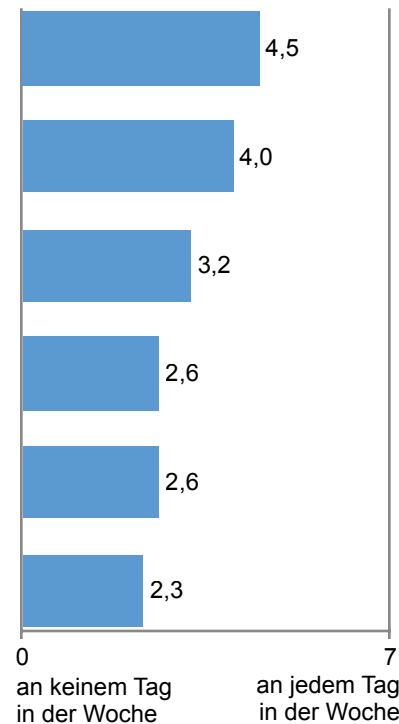
„Bitte geben Sie das für jede der folgenden Quellen an.“ Antwortmöglichkeiten jeweils von 0 Tagen bis 7 Tage die Woche.

wenig/kein Interesse



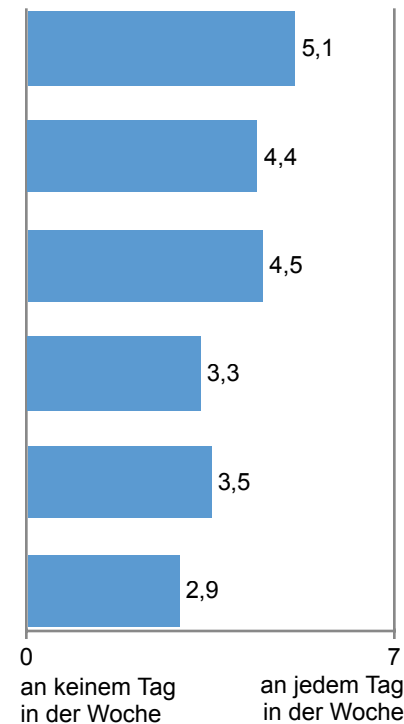
Basis: 1.489 Befragte

mittleres Interesse



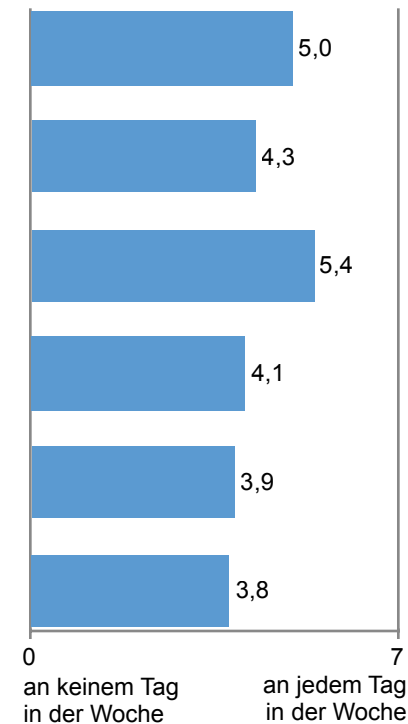
Basis: 7.522 Befragte

starkes Interesse



Basis: 7.572 Befragte

sehr starkes Interesse



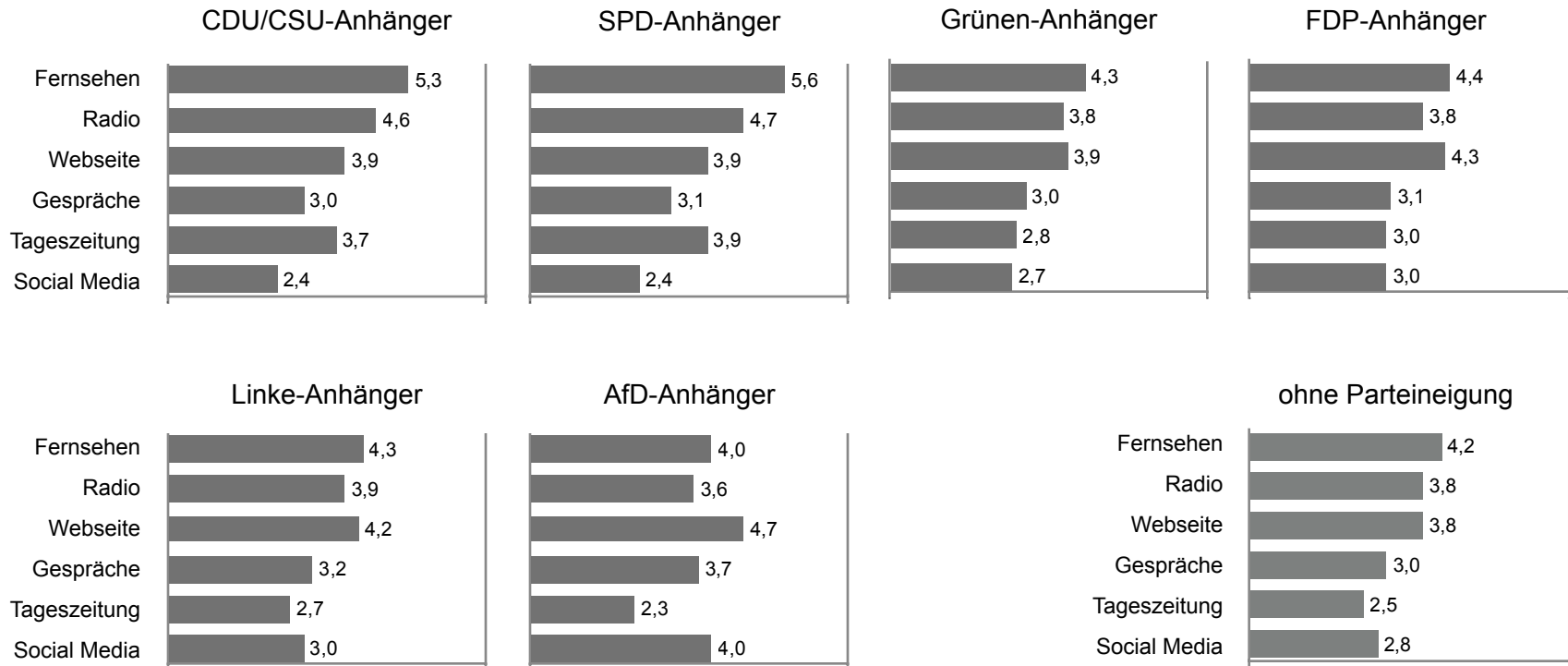
Basis: 3.096 Befragte

Informationsquellen über die Politik in Deutschland (nach Parteineigung)

„Was schätzen Sie: An wie vielen Tagen in der Woche informieren Sie sich über die Politik in Deutschland?“

„Bitte geben Sie das für jede der folgenden Quellen an.“ Antwortmöglichkeiten jeweils von 0 Tagen bis 7 Tage die Woche.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Wahlkampf-Kanäle: Zusammenfassung der Ergebnisse

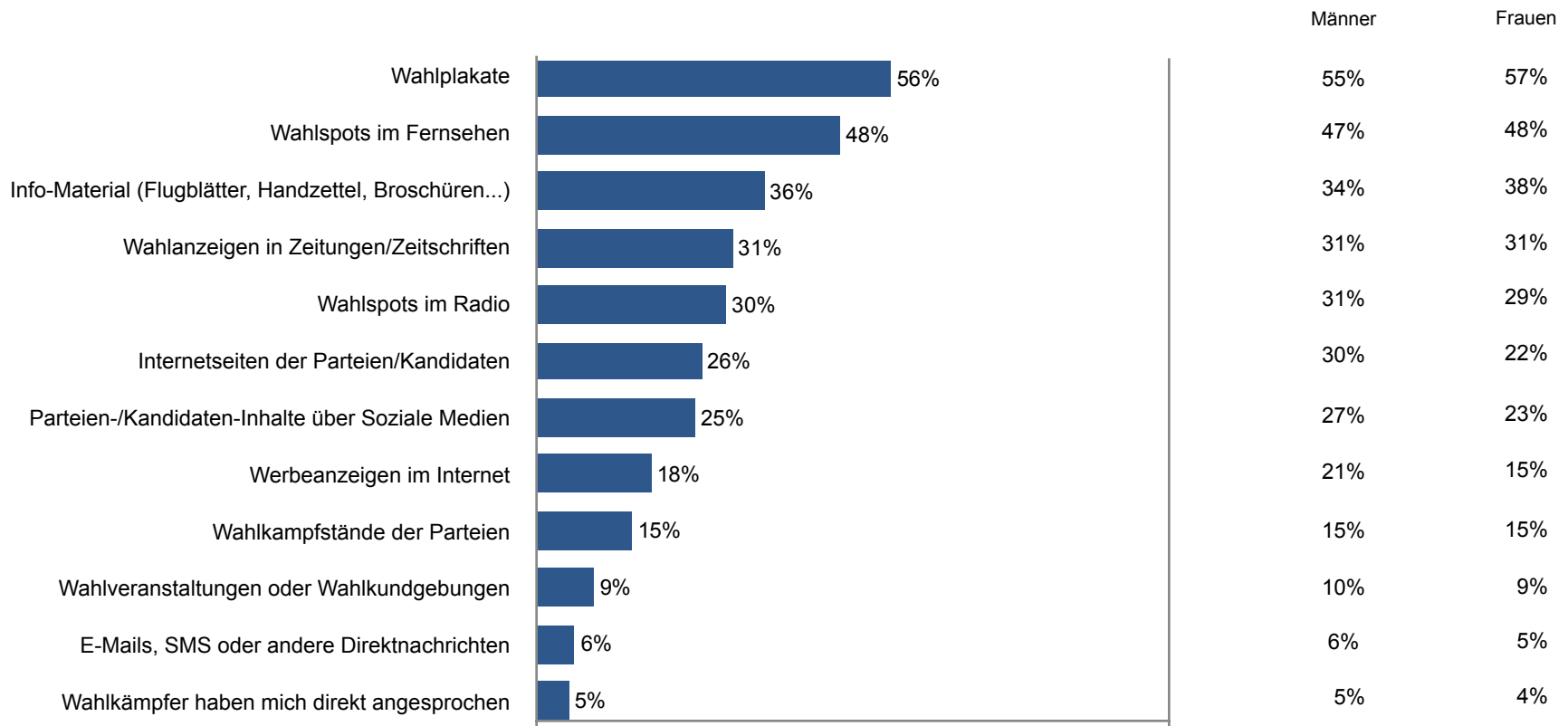
Wahlkampf-Kanäle

- Knapp zwei Monate vor der Wahl sind viele Wahlkampfinstrumente der Parteien noch nicht sichtbar. Zwar wurden bereits Plakate vorgestellt. Sie wurden aber noch nicht geklebt. Auch Postwurfsendungen, Broschüren etc. werden erst noch in den nächsten Wochen verteilt. In der ersten Welle unserer Panel-Studie wollten wir daher erfahren, welche Wahlkampfinstrumente die Wähler:innen „normalerweise“ wahrnehmen. Vor diesem Hintergrund können wir dann in den nächsten beiden Wellen sehen, welche Wahlkampfinstrumente im aktuellen Wahlkampf besonders wahrgenommen werden.
- Normalerweise nehmen Wähler:innen die Wahlplakate der Parteien am häufigsten wahr (56%). Es folgen Wahlspots im Fernsehen sowie Informationsmaterialien (Flugblätter, Handzettel, Broschüren, Postwurfsendungen). Corona-bedingt werden bislang direkte Ansprachen durch Kandidat:innen, Wahlveranstaltungen und Wahlkampfstände nur sehr selten wahrgenommen. Wichtiger als bei früheren Wahlkämpfen dürften Parteien-/Kandidat:innen-Inhalte via Social Media (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) sein. Das deckt sich mit Beobachtungen im Kontext der Landtagswahl in Baden-Württemberg im März 2021.
- Der Kontakt der Altersgruppen mit den verschiedenen Wahlkampf-Kanälen unterscheidet sich teilweise deutlich voneinander. Mit dem Alter steigt die Wahrnehmung von Wahlspots im Fernsehen und von Wahlanzeigen in Zeitungen. Und die 18- bis 29-Jährigen nehmen Internetseiten der Parteien/Kandidat:innen, Werbeanzeigen im Internet und Social Media deutlich häufiger wahr.
- Generell gilt: Mit dem Interesse an Politik wächst auch der Kontakt zu den Wahlkampf-Kanälen. Ausnahme: Wahlplakate werden von Menschen mit weniger Interesse an der Politik häufiger wahrgenommen als von Menschen mit einem stärkeren Interesse an Politik.
- Bei den AfD-Anhänger:innen sind die Kontakte via Social Media überdurchschnittlich hoch.

Wahlkampf-Kanäle, die Wähler:innen normalerweise nutzen

„Die Parteien versuchen auf verschiedene Weise, mit den Wählern in Kontakt zu kommen. Wie erfahren Sie normalerweise etwas über die Parteien und deren Kandidaten?“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf-Kanal angegeben haben. Mehrfachnennungen waren möglich.



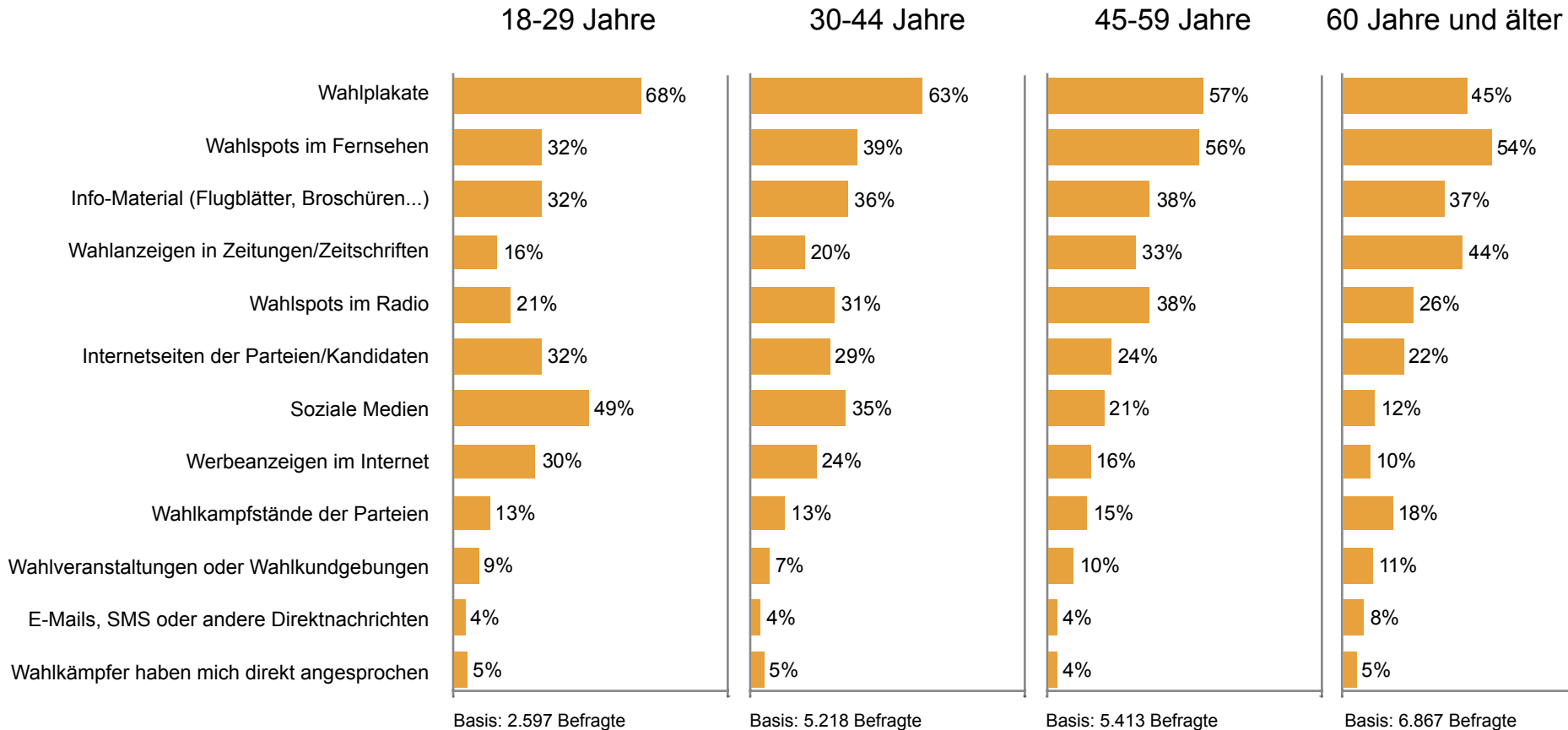
Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Wahlkampf-Kanäle der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)



„Die Parteien versuchen auf verschiedene Weise, mit den Wählern in Kontakt zu kommen. Wie erfahren Sie normalerweise etwas über die Parteien und deren Kandidaten?“

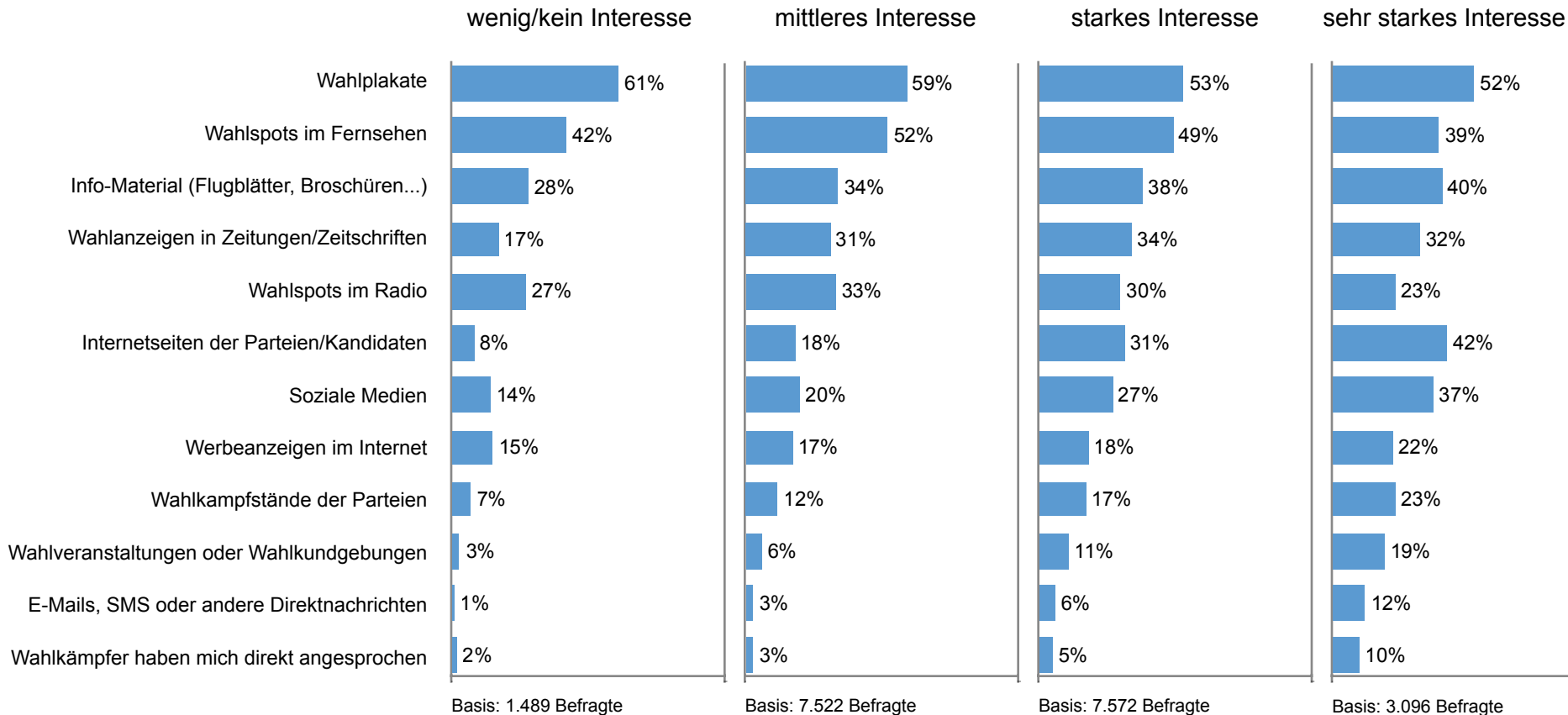
Anteil derjenigen, die den Wahlkampf-Kanal angegeben haben. Mehrfachnennungen waren möglich.



Wahlkampf-Kanäle der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Interesse an Politik)

„Die Parteien versuchen auf verschiedene Weise, mit den Wählern in Kontakt zu kommen. Wie erfahren Sie normalerweise etwas über die Parteien und deren Kandidaten?“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf-Kanal angegeben haben. Mehrfachnennungen waren möglich.



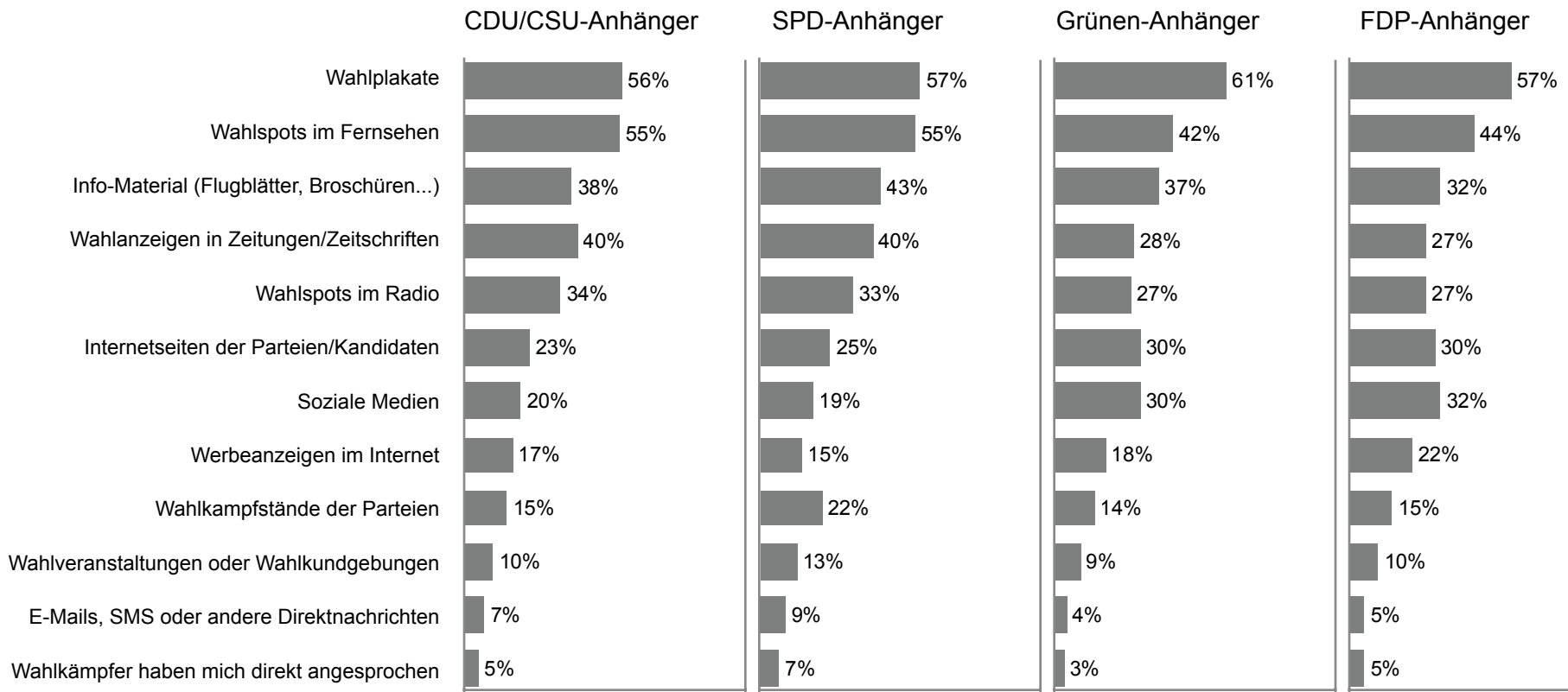
Wahlkampf-Kanäle der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



„Die Parteien versuchen auf verschiedene Weise, mit den Wählern in Kontakt zu kommen. Wie erfahren Sie normalerweise etwas über die Parteien und deren Kandidaten?“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf-Kanal angegeben haben. Mehrfachnennungen waren möglich.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

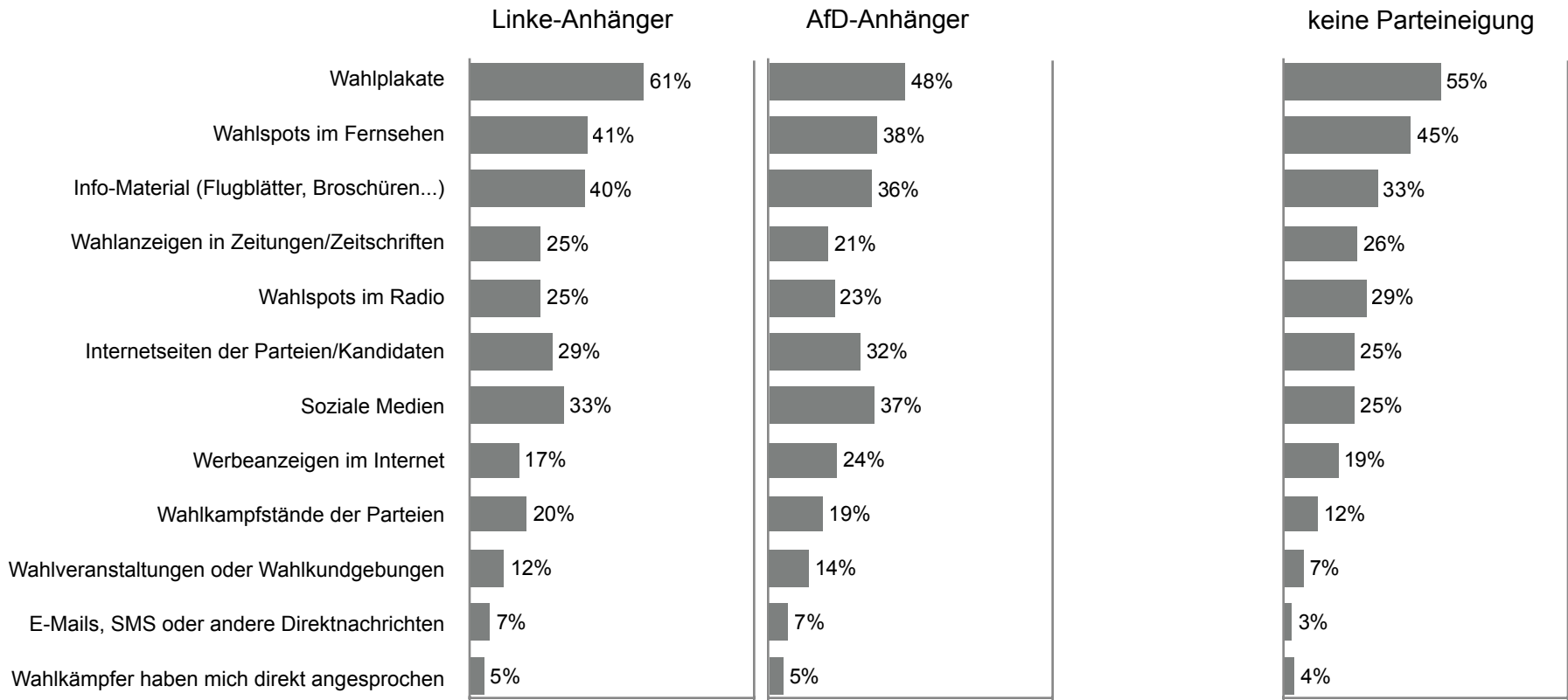


Wahlkampf-Kanäle der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)

„Die Parteien versuchen auf verschiedene Weise, mit den Wählern in Kontakt zu kommen. Wie erfahren Sie normalerweise etwas über die Parteien und deren Kandidaten?“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf-Kanal angegeben haben. Mehrfachnennungen waren möglich.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media: Zusammenfassung der Ergebnisse

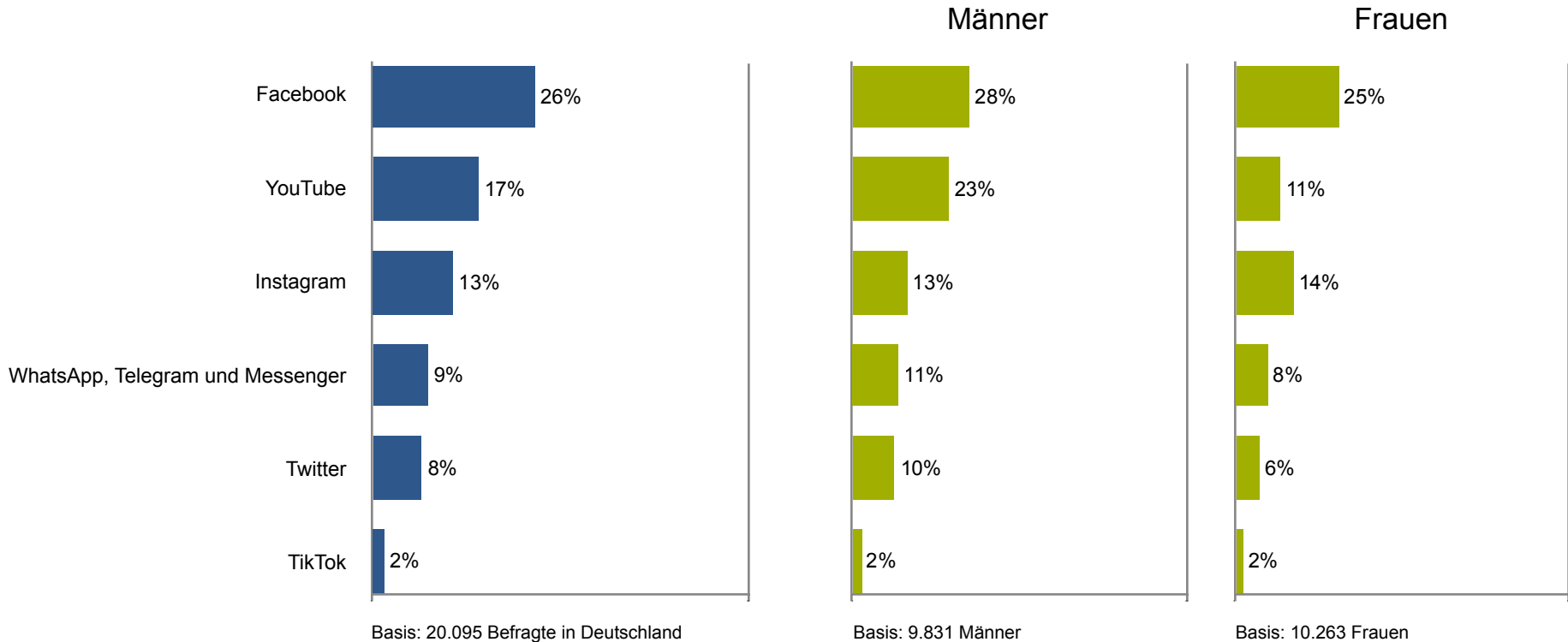
Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media

- Bezogen auf Social Media nehmen Wähler:innen Wahlkampf-Informationen (egal von wem) normalerweise am häufigsten via Facebook wahr (26%). Es folgen YouTube und Instagram. WhatsApp, andere Messenger, Twitter und TikTok spielen hingegen nur für weniger als zehn Prozent eine Rolle. Männer geben etwas häufiger als Frauen an, via Facebook und YouTube etwas vom Wahlkampf wahrzunehmen.
- Die 18- bis 29-Jährigen nehmen den Wahlkampf zum einen am häufigsten von allen Altersgruppen via Social Media wahr. Sie nehmen ihn aber zum anderen auch über andere Social Media-Kanäle wahr: Für sie spielen die Bild-orientierten Kanäle Instagram und YouTube die größte Rolle. Für die 30- bis 44-Jährigen ist es hingegen Facebook. Für die Ab-60-Jährigen sind WhatsApp & Co überdurchschnittlich wichtig.
- Besonderheiten weisen die Anhänger:innen der AfD auf. Sie nehmen den Wahlkampf überdurchschnittlich oft via YouTube, Facebook und WhatsApp wahr.

Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media

„In welchen Sozialen Medien haben Sie schon etwas über den Wahlkampf oder die Bundestagswahl wahrgenommen? Dabei ist es egal, ob die Inhalte von den Parteien, den Kandidaten/innen oder von anderen veröffentlicht wurden.“

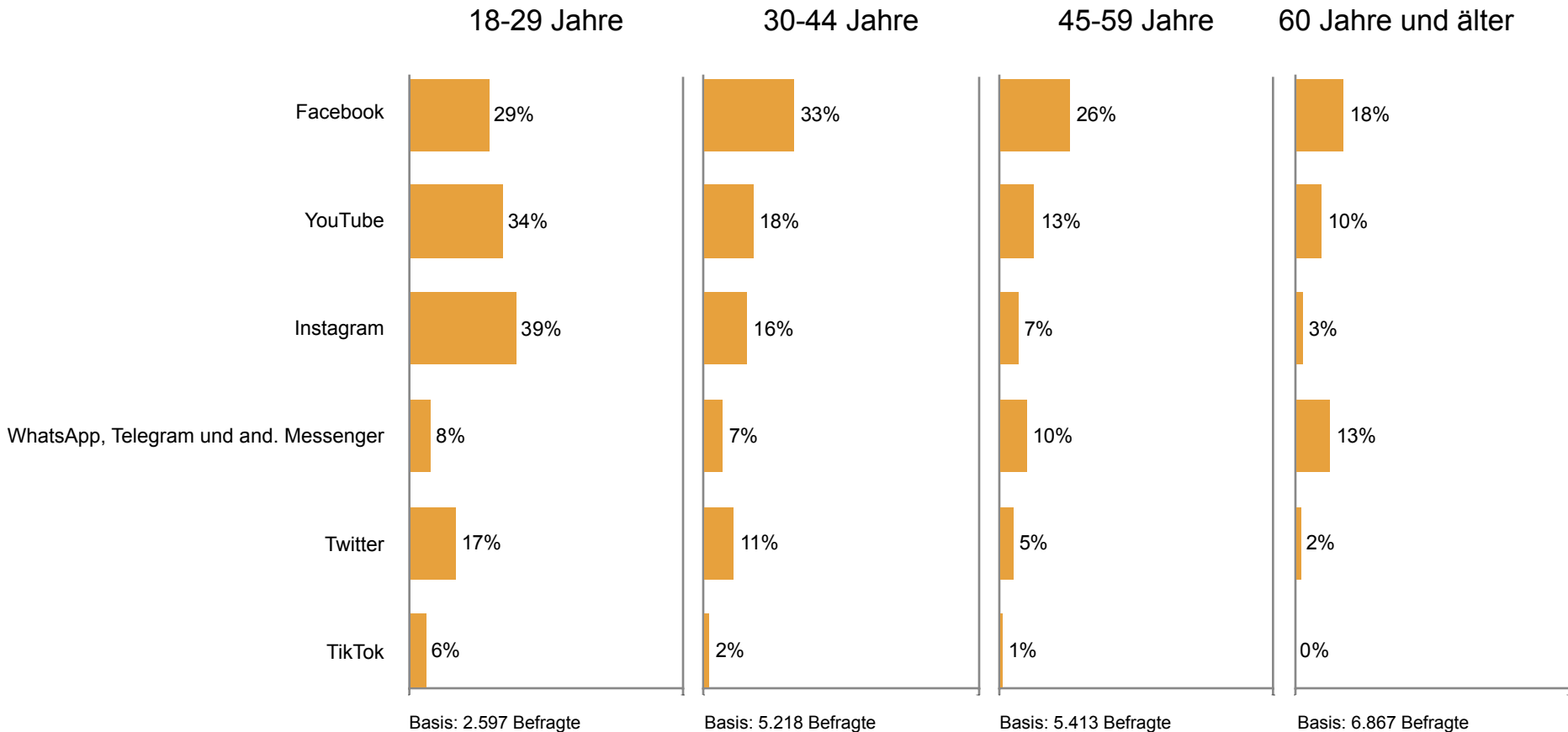
Anteil derjenigen, die den Wahlkampf in Social Media wahrgenommen haben. Mehrfachnennungen waren möglich.



Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media (nach Alter)

„In welchen Sozialen Medien haben Sie schon etwas über den Wahlkampf oder die Bundestagswahl wahrgenommen?
Dabei ist es egal, ob die Inhalte von den Parteien, den Kandidaten/innen oder von anderen veröffentlicht wurden.“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf in Social Media wahrgenommen haben. Mehrfachnennungen waren möglich.

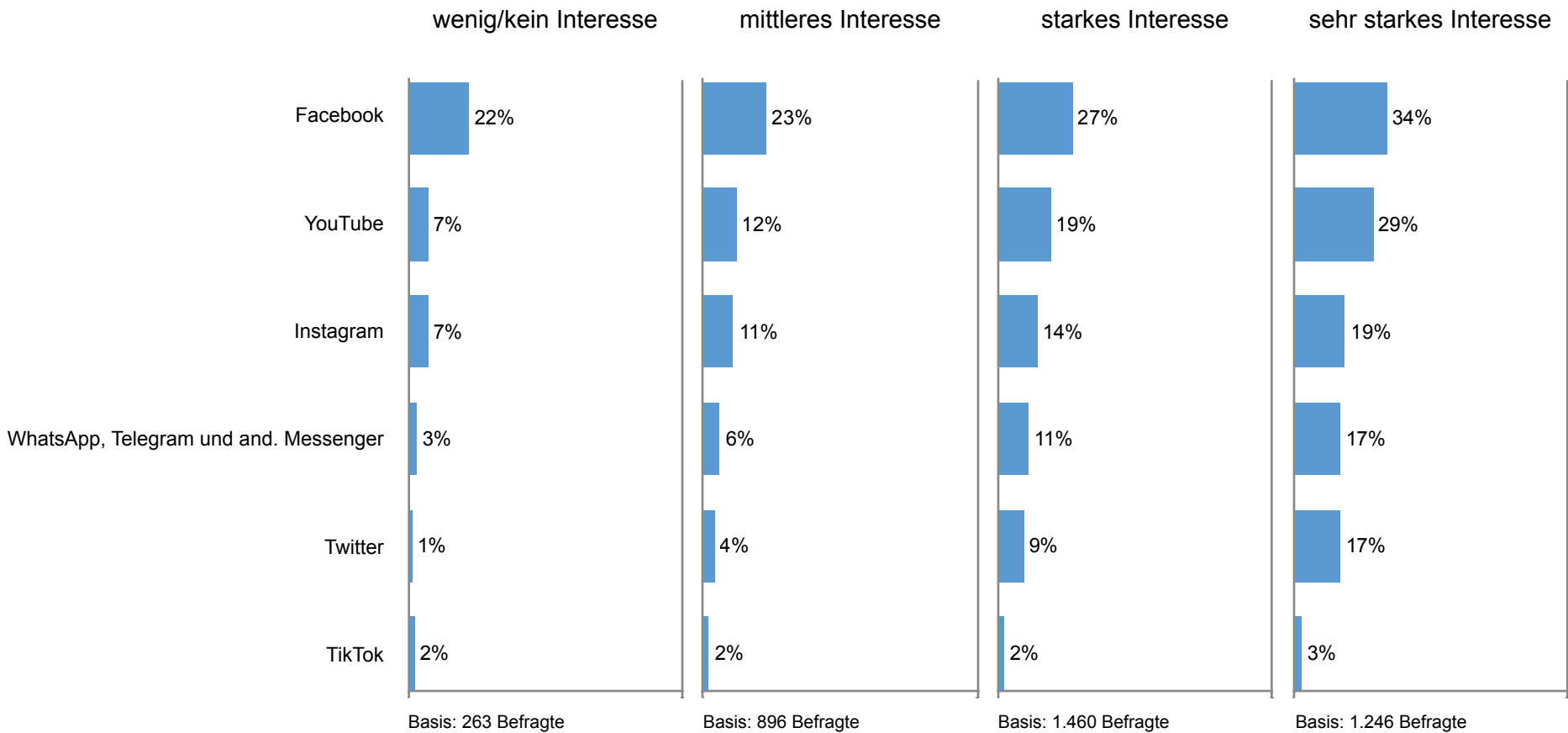


Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media (nach Interesse an der Wahl)



„In welchen Sozialen Medien haben Sie schon etwas über den Wahlkampf oder die Bundestagswahl wahrgenommen?
Dabei ist es egal, ob die Inhalte von den Parteien, den Kandidaten/innen oder von anderen veröffentlicht wurden.“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf in Social Media wahrgenommen haben. Mehrfachnennungen waren möglich.

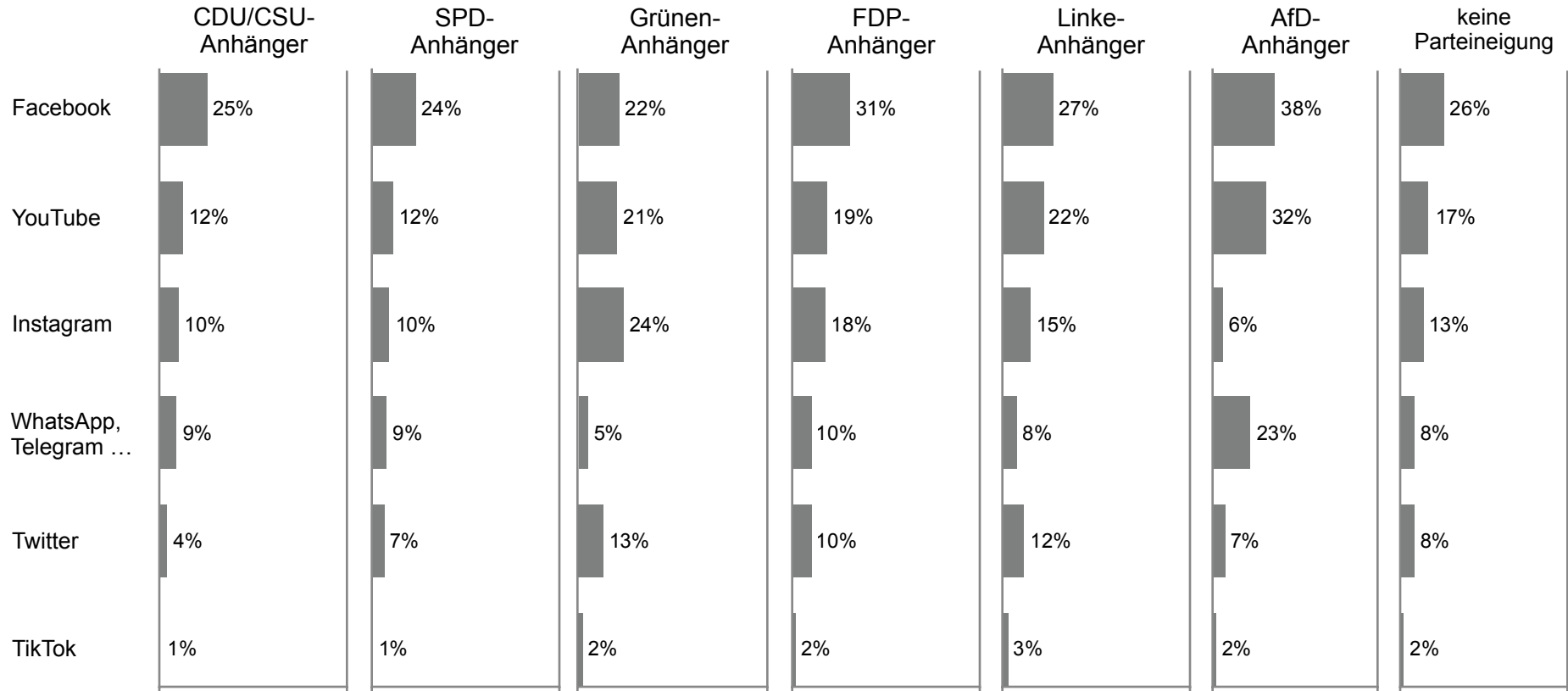


Wahlkampf-Wahrnehmung in Social Media (nach Parteineigung)

„In welchen Sozialen Medien haben Sie schon etwas über den Wahlkampf oder die Bundestagswahl wahrgenommen? Dabei ist es egal, ob die Inhalte von den Parteien, den Kandidaten/innen oder von anderen veröffentlicht wurden.“

Anteil derjenigen, die den Wahlkampf in Social Media wahrgenommen haben. Mehrfachnennungen waren möglich.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Teil 2
Briefwahl

forsa.

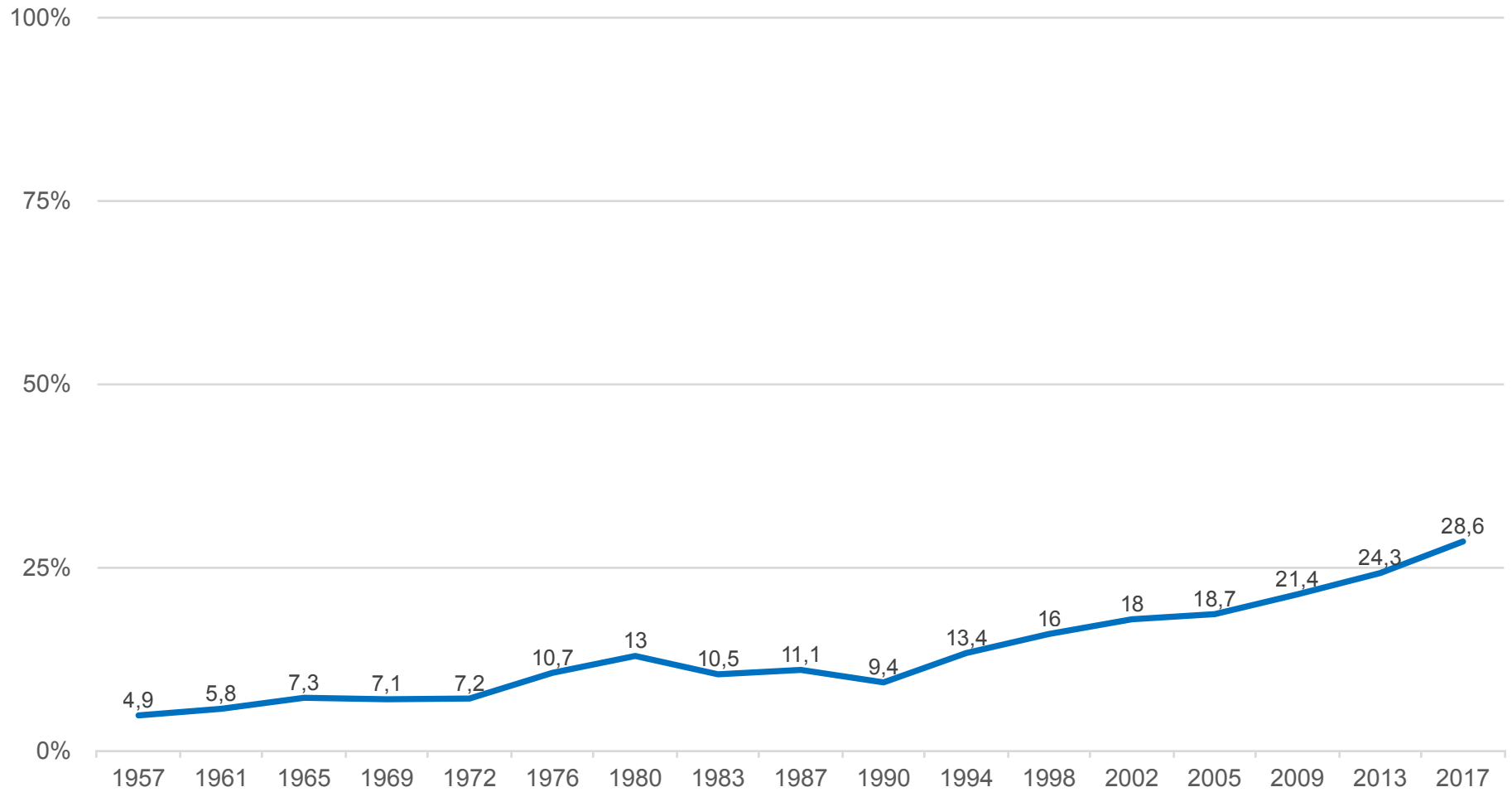


Briefwahl: Zusammenfassung der Ergebnisse

Briefwahl

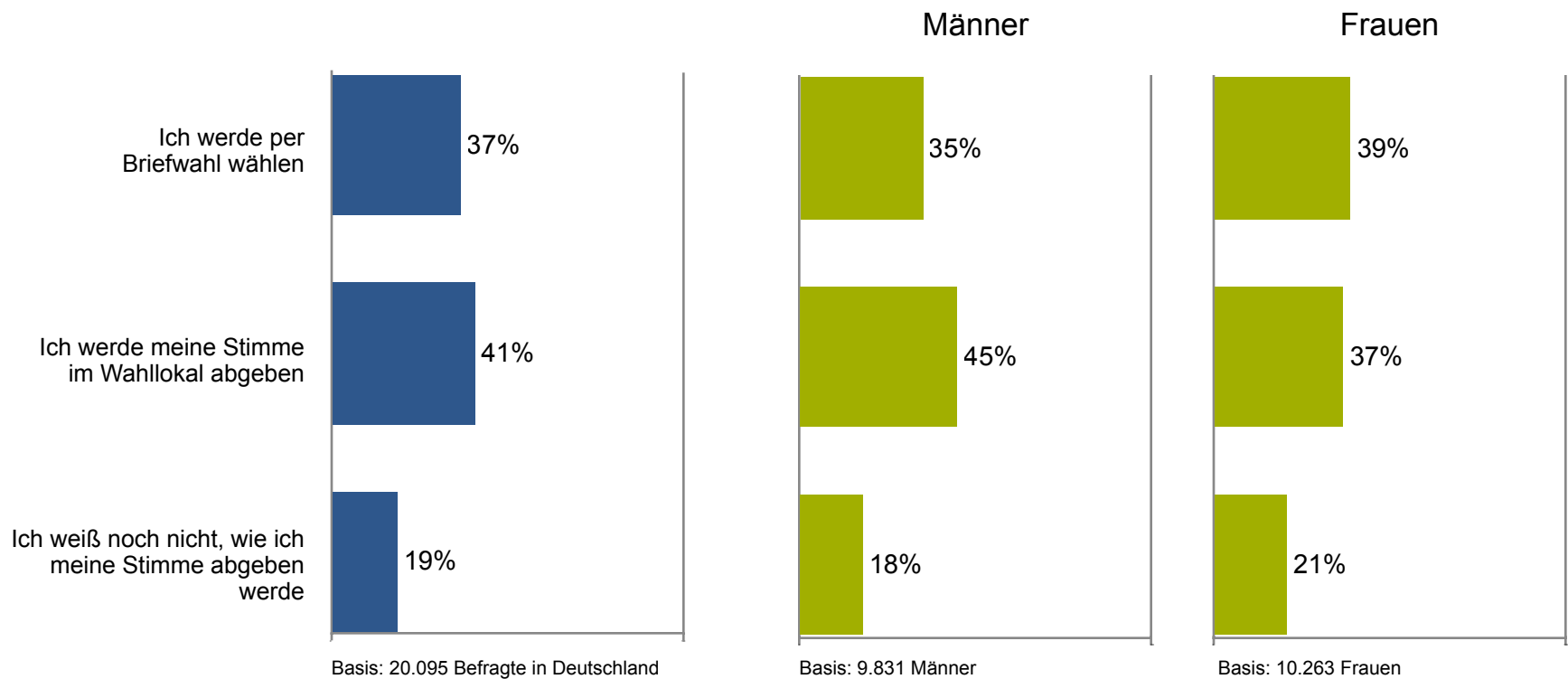
- Der Anteil der Briefwähler:innen steigt von Wahl zu Wahl stetig. Bei der letzten Bundestagswahl machte schon gut ein Viertel der Wähler:innen (28,6 %) von der Briefwahl Gebrauch. Aufgrund der Corona-Pandemie ist bei der Bundestagswahl 2021 ein noch höherer Briefwahl-Anteil zu erwarten.
- Knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl haben sich bereits 37 Prozent der Wähler:innen entschieden, per Briefwahl abzustimmen. Damit ist ein neuer Briefwahl-Rekord sehr wahrscheinlich. 41 Prozent wollen im Wahllokal wählen. 19 Prozent wollen sich noch nicht festlegen.
- Überdurchschnittlich oft wollen die Ab-60-Jährigen von der Briefwahl Gebrauch machen.
- Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil der Briefwähler:innen bei den Personen mit einer Neigung zur CDU/CSU. Eine große Mehrheit der AfD-Anhänger:innen will hingegen im Wahllokal wählen.
- 60 Prozent der Briefwähler:innen wollen wählen, sobald sie die erforderlichen Unterlagen haben. Das bedeutet: Etwa ein Fünftel aller Wähler:innen wird vermutlich seine Stimme bereits Ende August abgegeben haben.

Briefwahl-Anteile bei Bundestagswahlen 1957 - 2017



Briefwahl bei der Bundestagswahl 2021

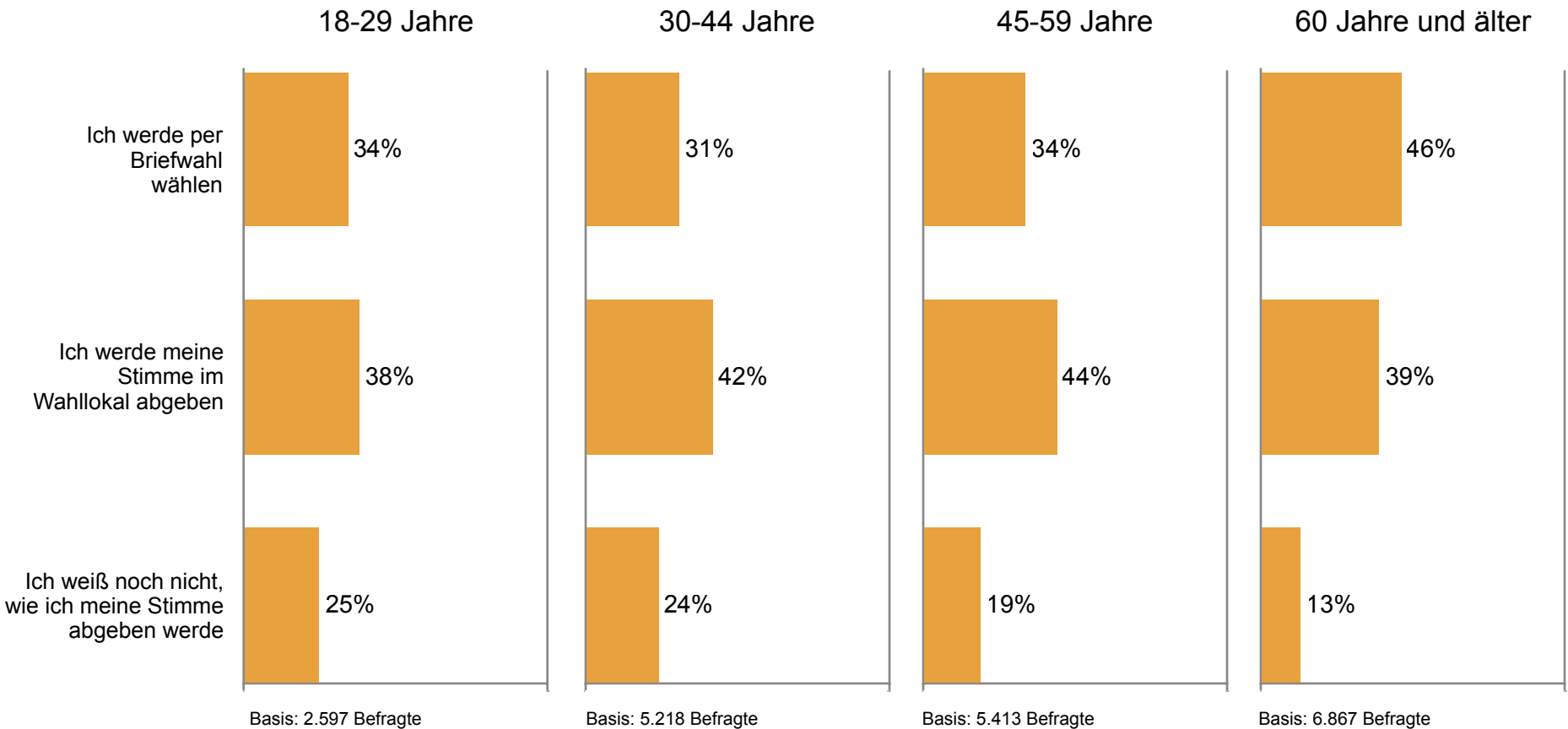
„Haben Sie sich schon entschieden, wie Sie bei der Bundestagswahl Ihre Stimme abgeben wollen?“



Zu 100% fehlende Werte: keine Antwort, weiß nicht

Briefwahl bei der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)

„Haben Sie sich schon entschieden, wie Sie bei der Bundestagswahl Ihre Stimme abgeben wollen?“

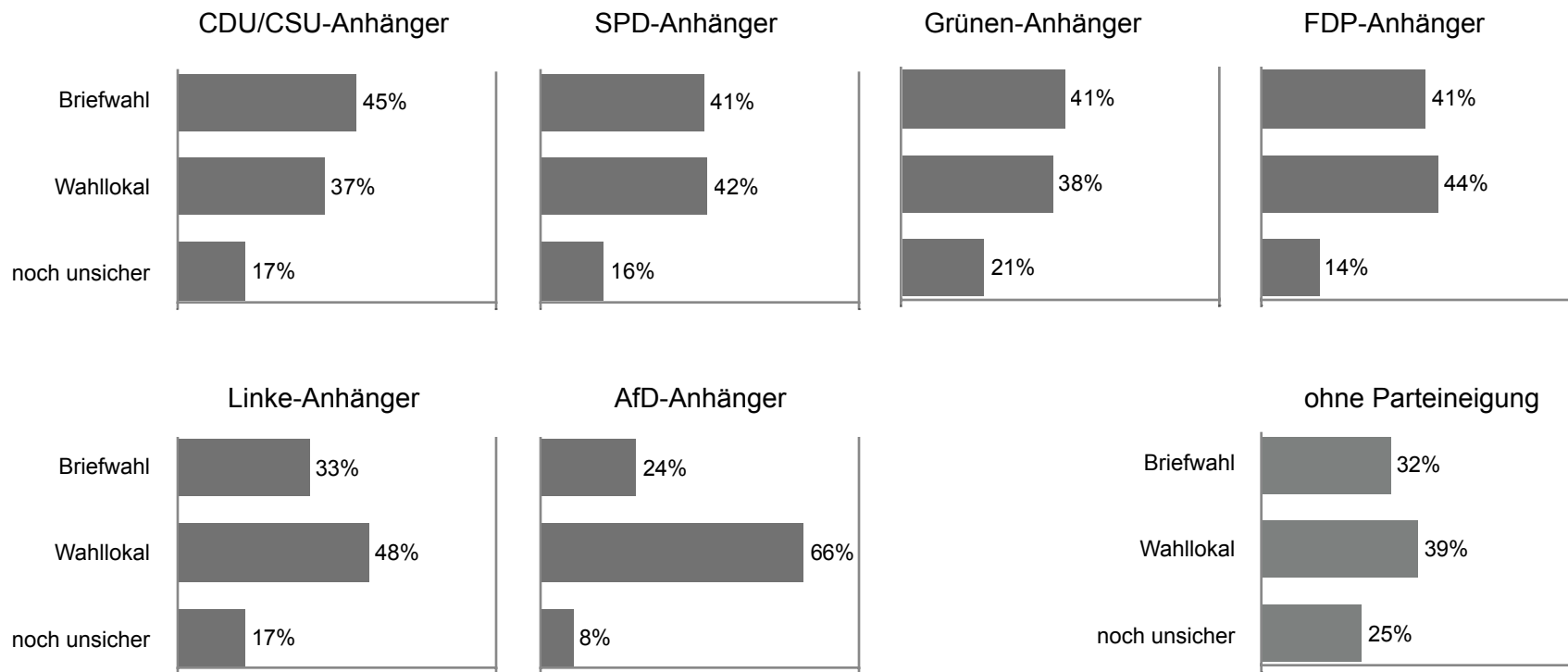


Briefwahl bei der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



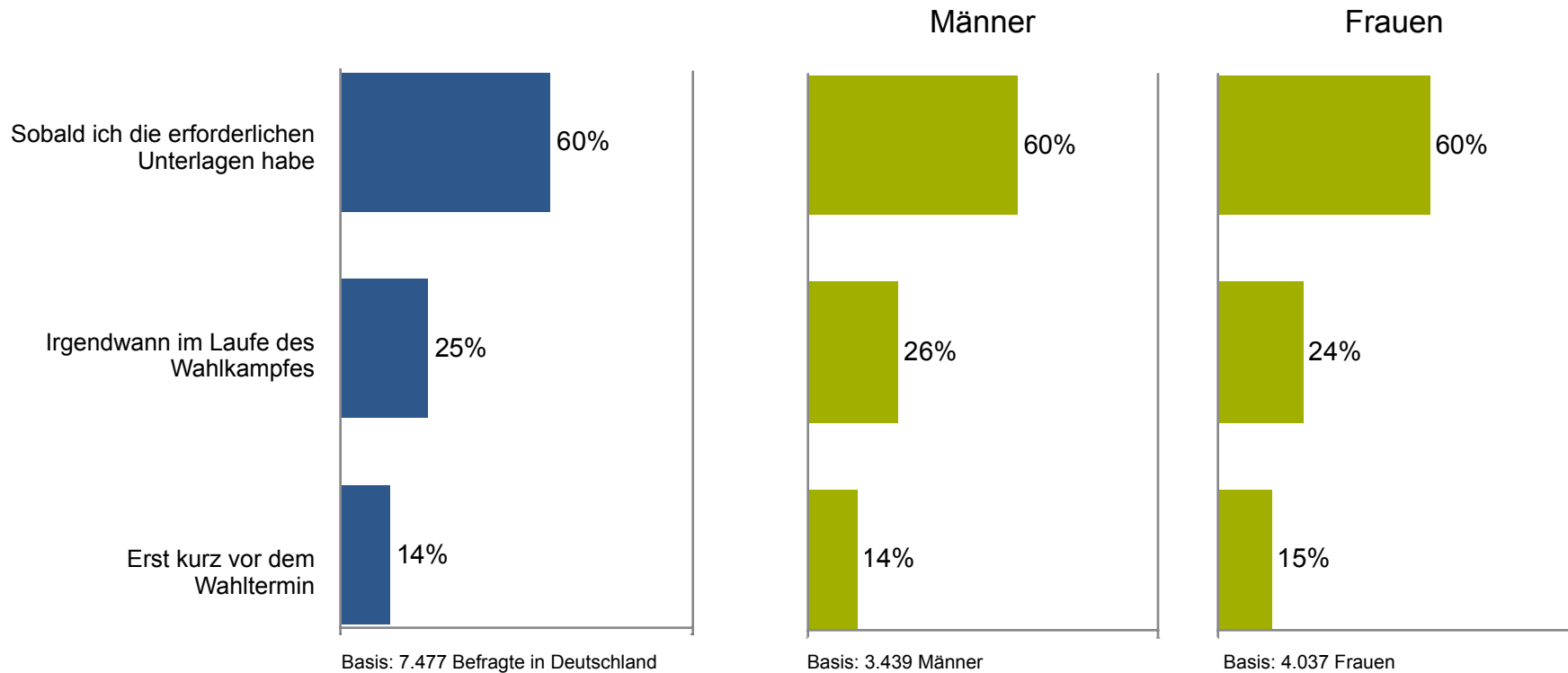
„Haben Sie sich schon entschieden, wie Sie bei der Bundestagswahl Ihre Stimme abgeben wollen?“

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Zeitpunkt der Briefwahl bei der Bundestagswahl 2021

Nur Briefwähler:innen: „Wollen Sie Ihre Stimme dann per Briefwahl abgeben, sobald Sie mit der Wahlbenachrichtigung die erforderlichen Unterlagen erhalten, wollen Sie Ihre Stimme irgendwann im Laufe des Wahlkampfes abgeben, oder wollen Sie Ihre Stimme erst kurz vor dem Wahltermin abgeben?“



Zu 100% fehlende Werte: keine Antwort, weiß nicht

Teil 3

Der/die ideale Bundes-
kanzler:in und die realen
Spitzenkandidat:innen

forsa.



Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers

Kandidaten-Wahrnehmung

- Wähler:innen gleichen oft ihre Vorstellungen von einem idealen Bundeskanzler bzw. einer idealen Bundeskanzlerin mit den realen Kandidat:innen ab. Und sie vergleichen die realen Kandidat:innen direkt miteinander. Hinzu kommt - falls vorhanden - die langfristige Parteineigung einer Person. Die Kombination aus all dem ergibt dann eine Präferenz für den einen oder die andere Kandidat:in.

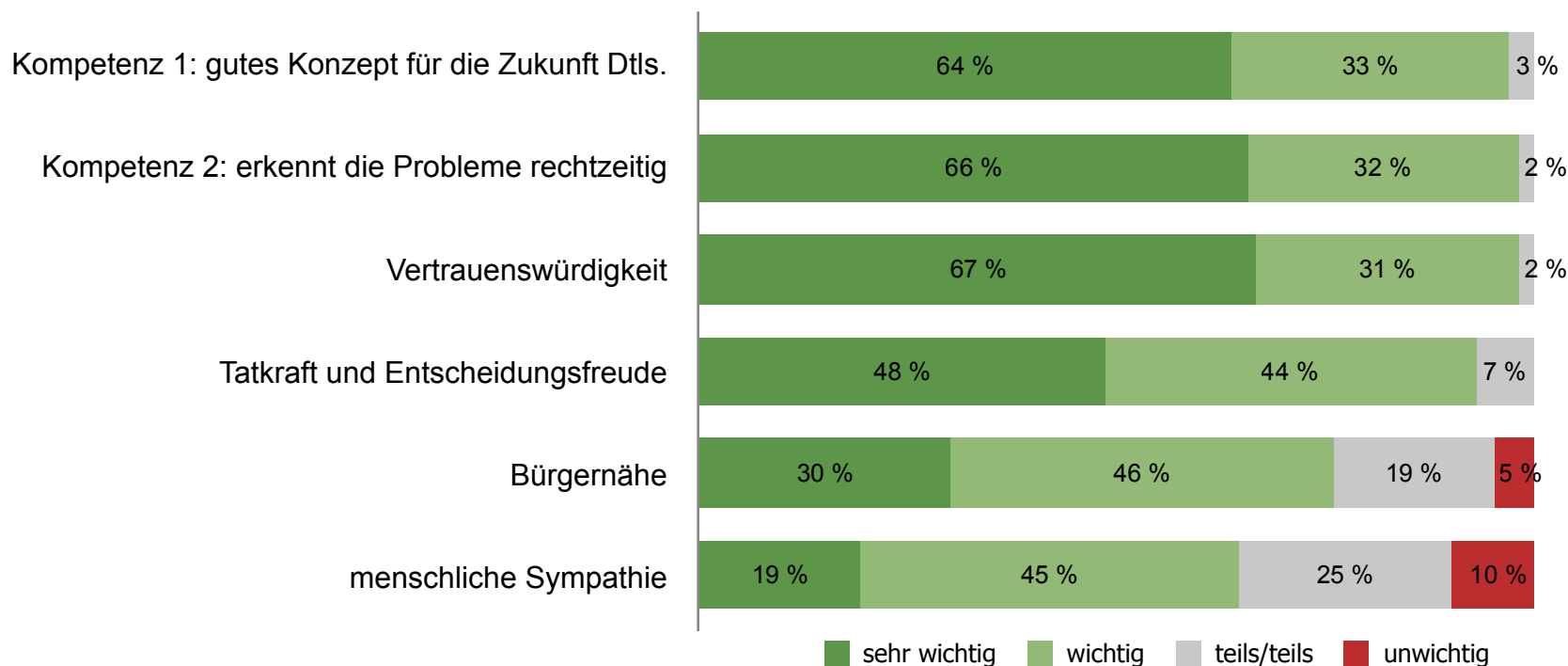
Der/die ideale Bundeskanzler:in

- Der oder die ideale Bundeskanzler:in ist vor allem kompetent und vertrauenswürdig. Nahezu alle Befragten halten diese Eigenschaften für wichtig oder für sehr wichtig. Es folgen Entscheidungsfreude und Tatkraft. Im Vergleich dazu sind Bürgernähe und Sympathie etwas weniger wichtig - aber immer noch sehr bedeutend.
- Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ideal-Vorstellungen kaum voneinander. Das Gleiche gilt für die verschiedenen Altersgruppen.
- Auch die verschiedenen Partei-Anhängerschaften unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ideal-Vorstellungen auf einer abstrakten Ebene nicht wesentlich voneinander.

Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers

„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem idealen Bundeskanzler / einer idealen Bundeskanzlerin?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = völlig unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = teils/teils, 4 = wichtig, 5 = sehr wichtig. In den Grafiken sind die Anteile für 1 und 2 zusammengefasst.



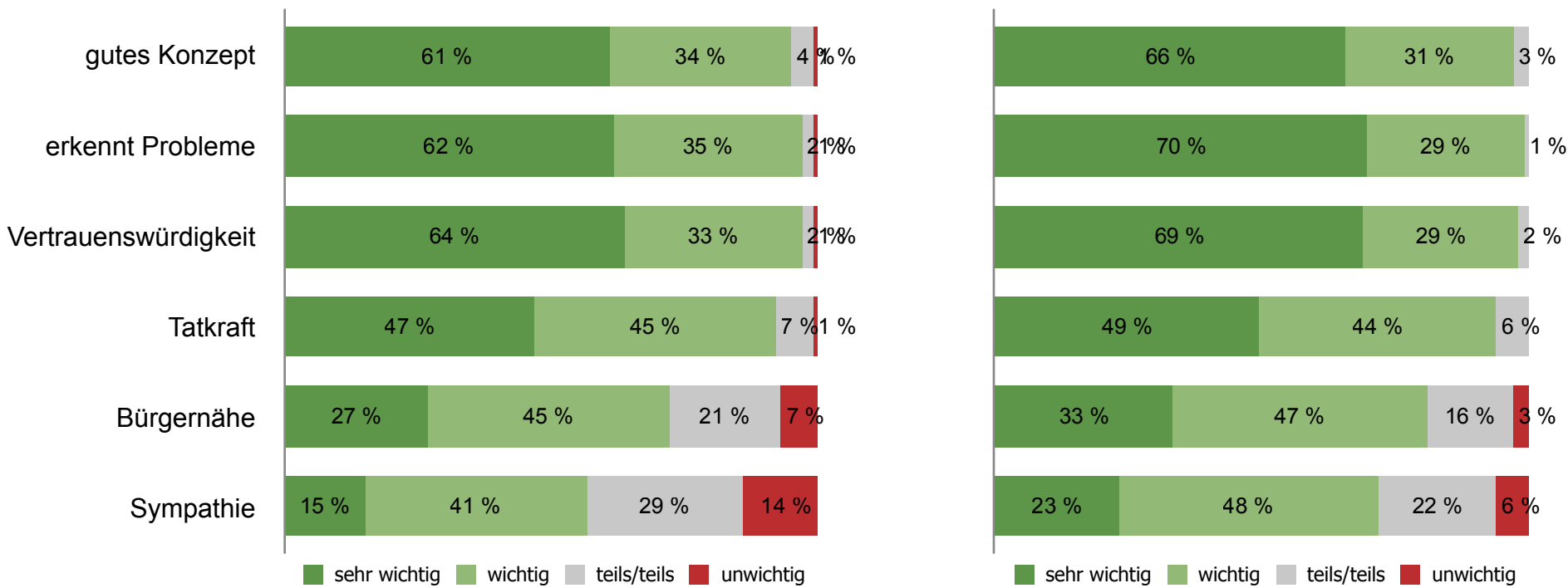
Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers (nach Geschlecht)

„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem idealen Bundeskanzler / einer idealen Bundeskanzlerin?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = völlig unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = teils/teils, 4 = wichtig, 5 = sehr wichtig. In den Grafiken sind die Anteile für 1 und 2 zusammengefasst.

Männer

Frauen



Basis: 9.831 Männer

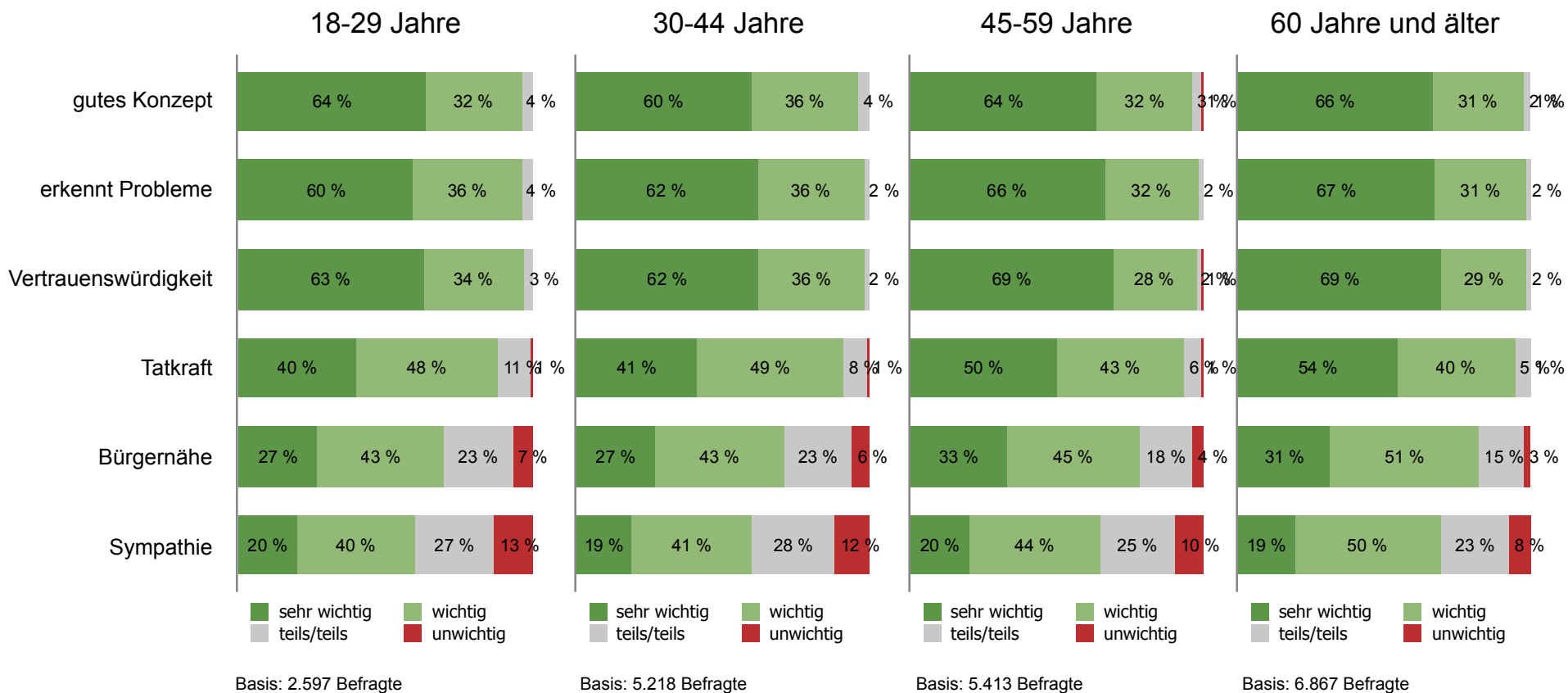
Basis: 10.263 Frauen

Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers (nach Alter)



„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem idealen Bundeskanzler / einer idealen Bundeskanzlerin?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = völlig unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = teils/teils, 4 = wichtig, 5 = sehr wichtig. In den Grafiken sind die Anteile für 1 und 2 zusammengefasst.



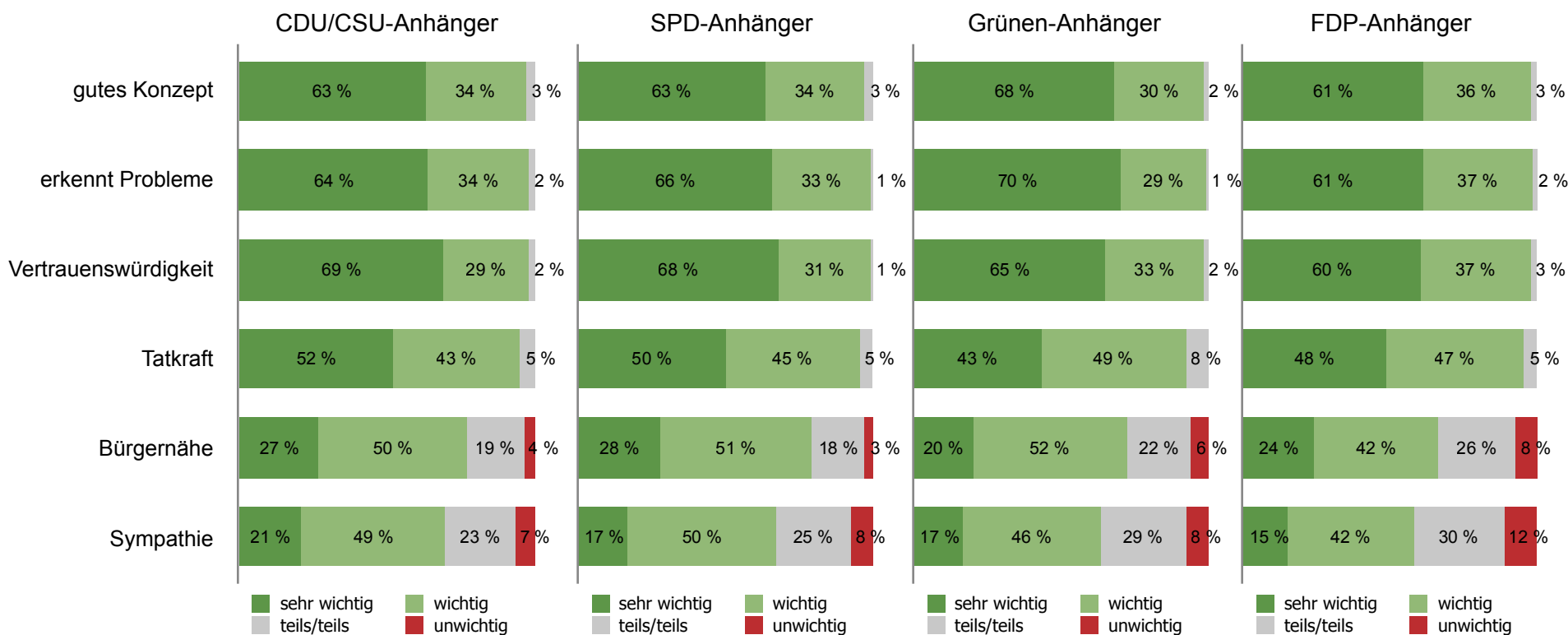
Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers (nach Parteineigung)



„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem idealen Bundeskanzler / einer idealen Bundeskanzlerin?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = völlig unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = teils/teils, 4 = wichtig, 5 = sehr wichtig. In den Grafiken sind die Anteile für 1 und 2 zusammengefasst.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

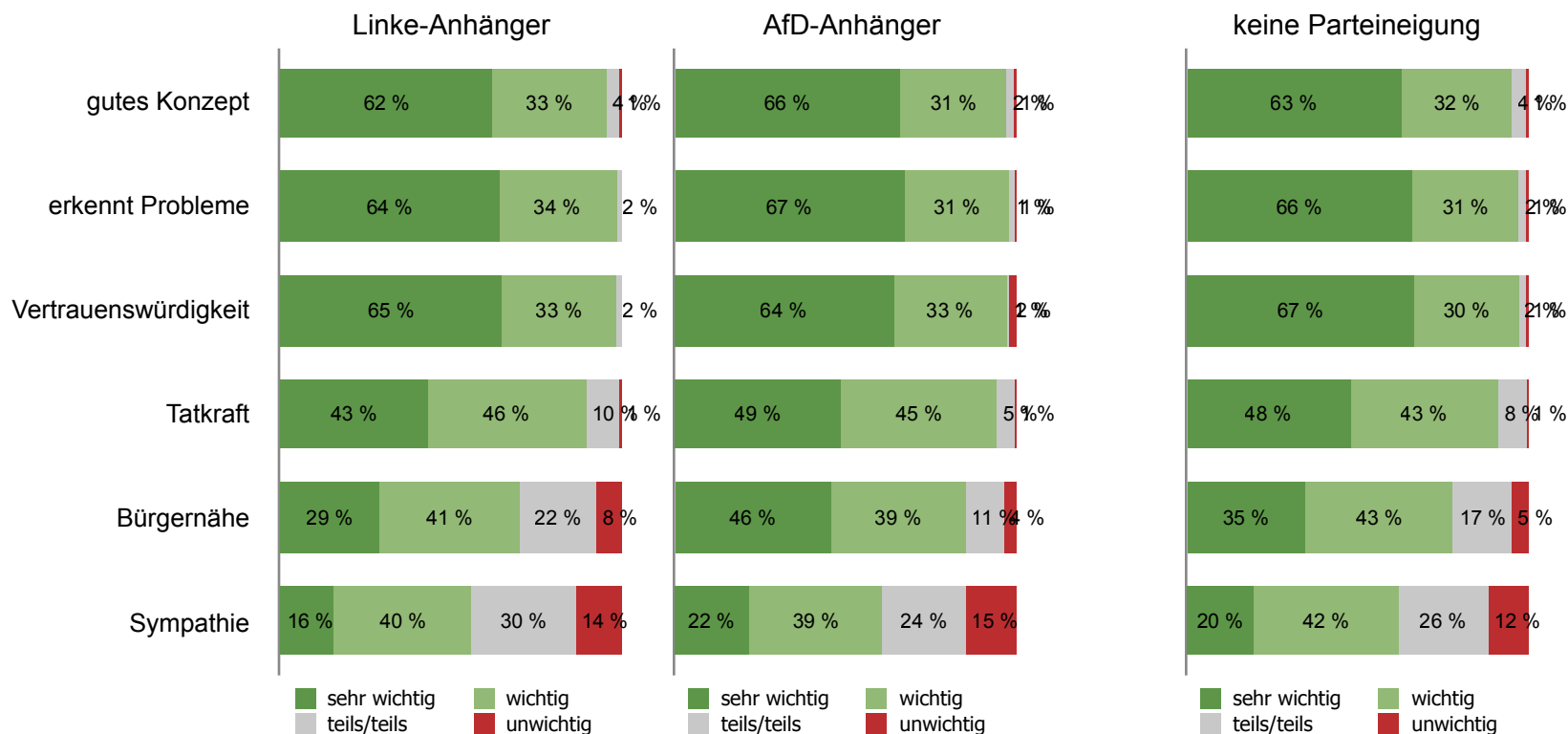
Eigenschaften der idealen Bundeskanzlerin bzw. des idealen Bundeskanzlers (nach Parteineigung)



„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften bei einem idealen Bundeskanzler / einer idealen Bundeskanzlerin?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = völlig unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = teils/teils, 4 = wichtig, 5 = sehr wichtig. In den Grafiken sind die Anteile für 1 und 2 zusammengefasst.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



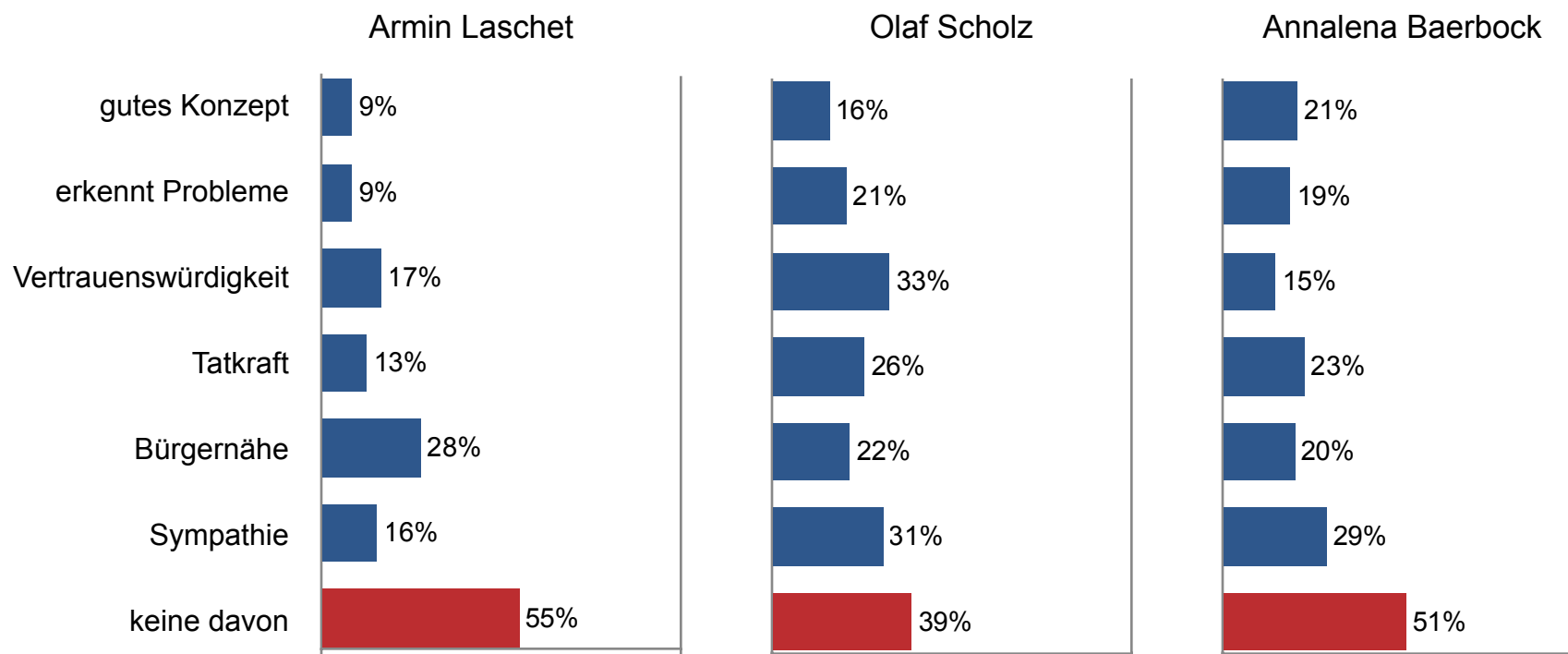
Eigenschaften der realen Kandidat:innen: Zusammenfassung der Ergebnisse

Die realen Spitzenkandidat:innen

- Keinem der drei Spitzenkandidat:innen schreiben derzeit mehr als 35 Prozent eine positive Eigenschaft zu.
- Armin Laschet liegt lediglich bei einer Eigenschafts-Dimension vor seinen beiden Kontrahent:innen: bei der Bürgernähe. Bei allen anderen Eigenschafts-Dimensionen werden entweder Olaf Scholz oder Annalena Baerbock besser bewertet. 55 Prozent der Wähler:innen schreiben Armin Laschet keine einzige der Eigenschaften zu. Wenn die CDU/CSU gewinnen sollte, dann nicht wegen Armin Laschet, sondern trotz Armin Laschet.
- Auch Annalena Baerbock schreiben 51 Prozent der Wähler:innen keine der Eigenschaften zu. Allerdings bescheinigen ihr 21 Prozent, ein gutes Konzept für die Zukunft zu haben - das sind mehr als bei Laschet (9%) und bei Scholz (16%). Bei den anderen Eigenschafts-Dimensionen liegt Annalena Baerbock hinter Olaf Scholz. Auch hier gilt: Wenn die Grünen gut abschneiden sollten, dann nicht wegen Annalena Baerbock, sondern trotz Annalena Baerbock.
- Armin Laschet wird zudem meist von den Anhänger:innen der CDU/CSU nicht so gut beurteilt wie Olaf Scholz von den Anhänger:innen der SPD bzw. Annalena Baerbock von den Anhänger:innen der Grünen.

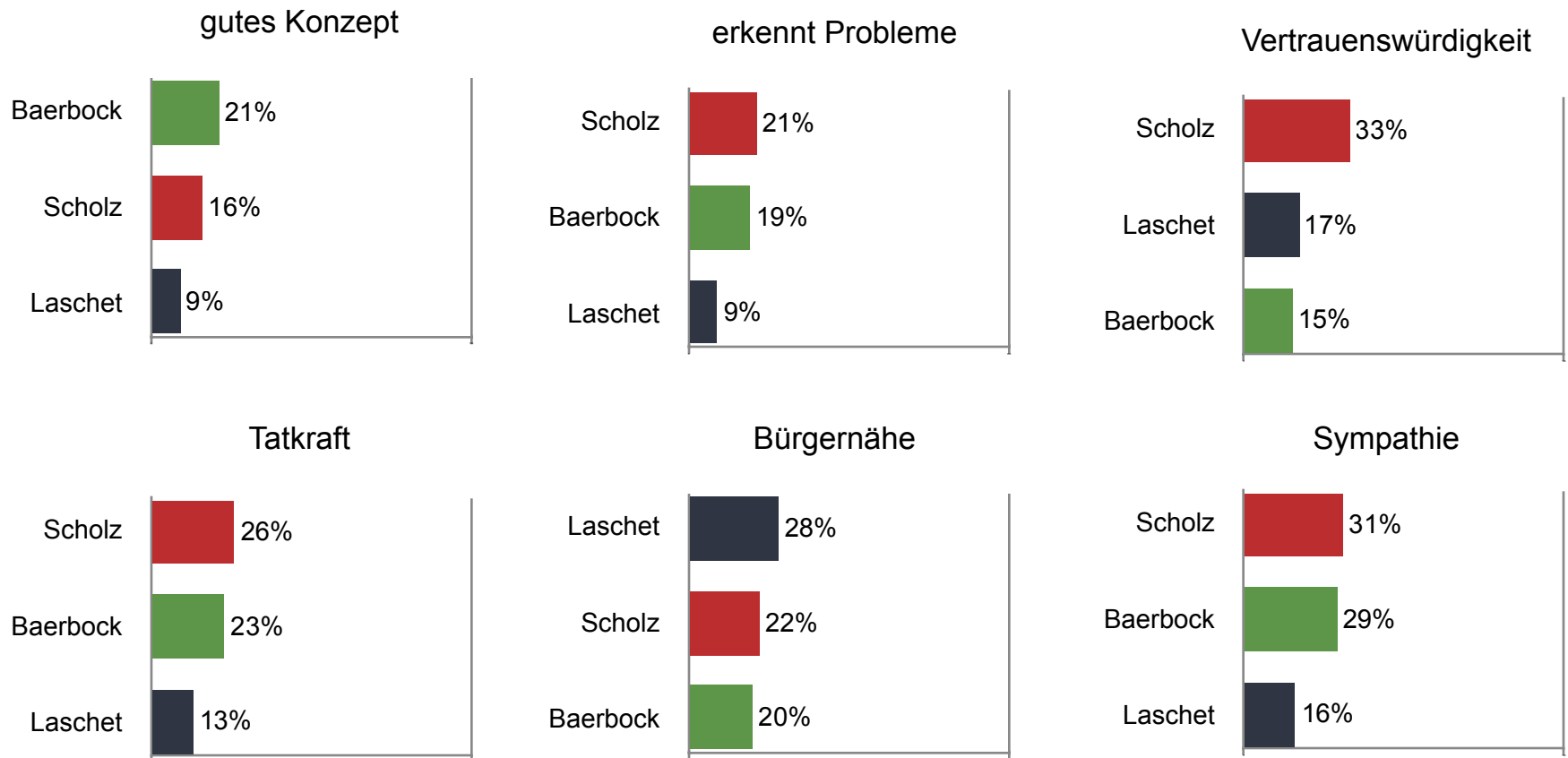
Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen: Laschet, Scholz und Baerbock

„Welche dieser Eigenschaften verbinden Sie mit ...?“



Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich

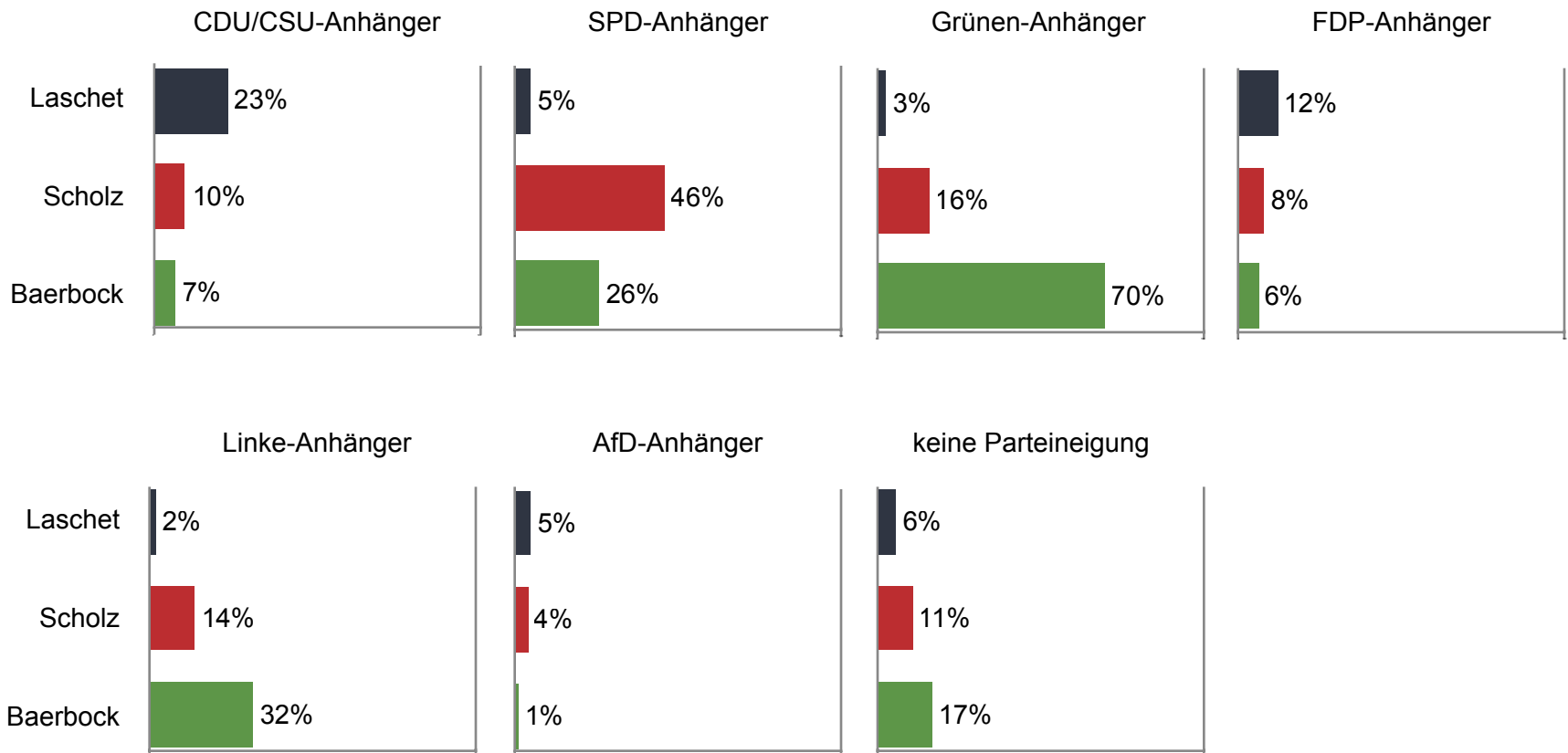
„Welche dieser Eigenschaften verbinden Sie mit ...?“



Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich

Gutes Zukunftskonzept

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

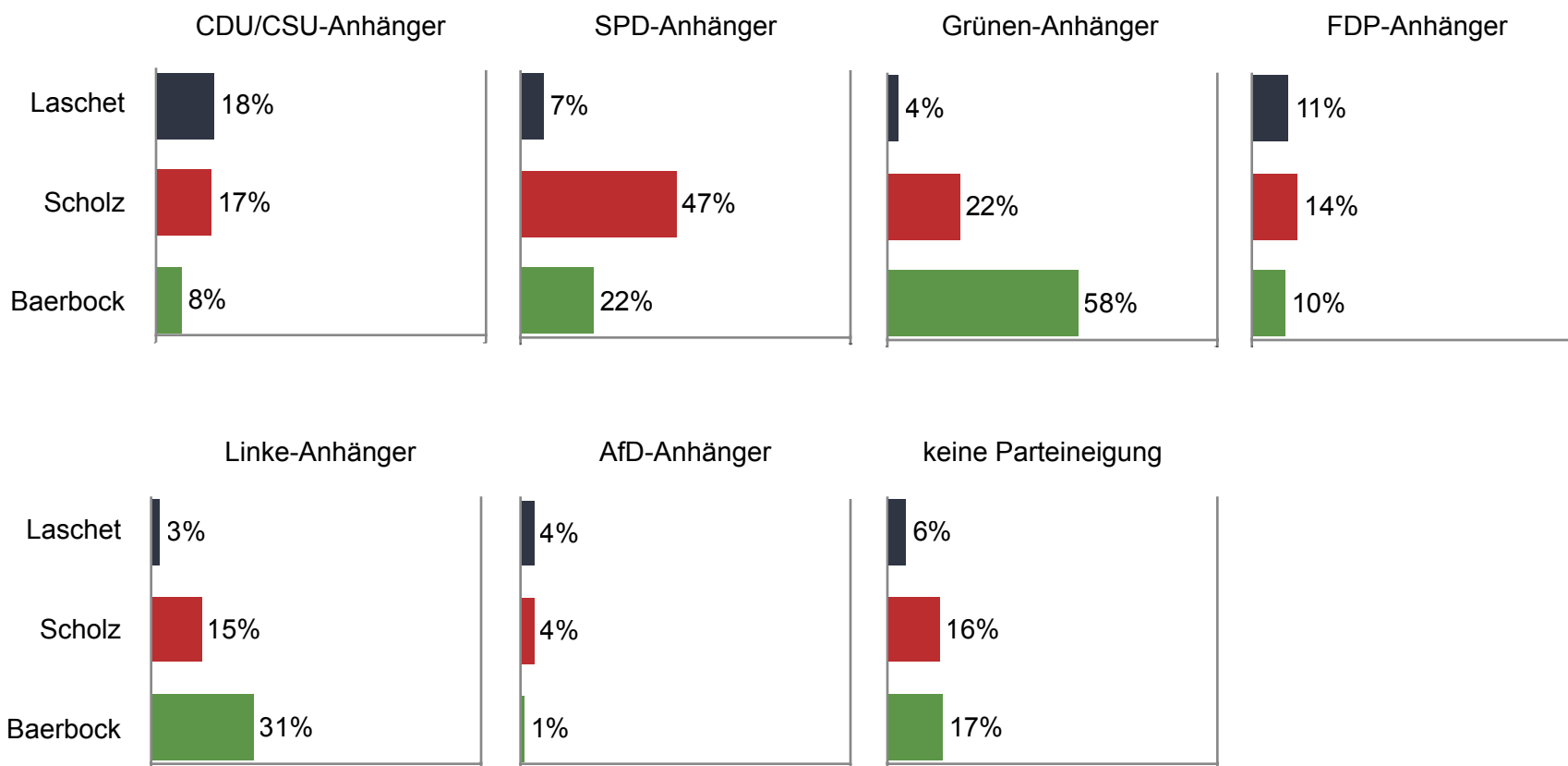


Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich



Erkennt Probleme

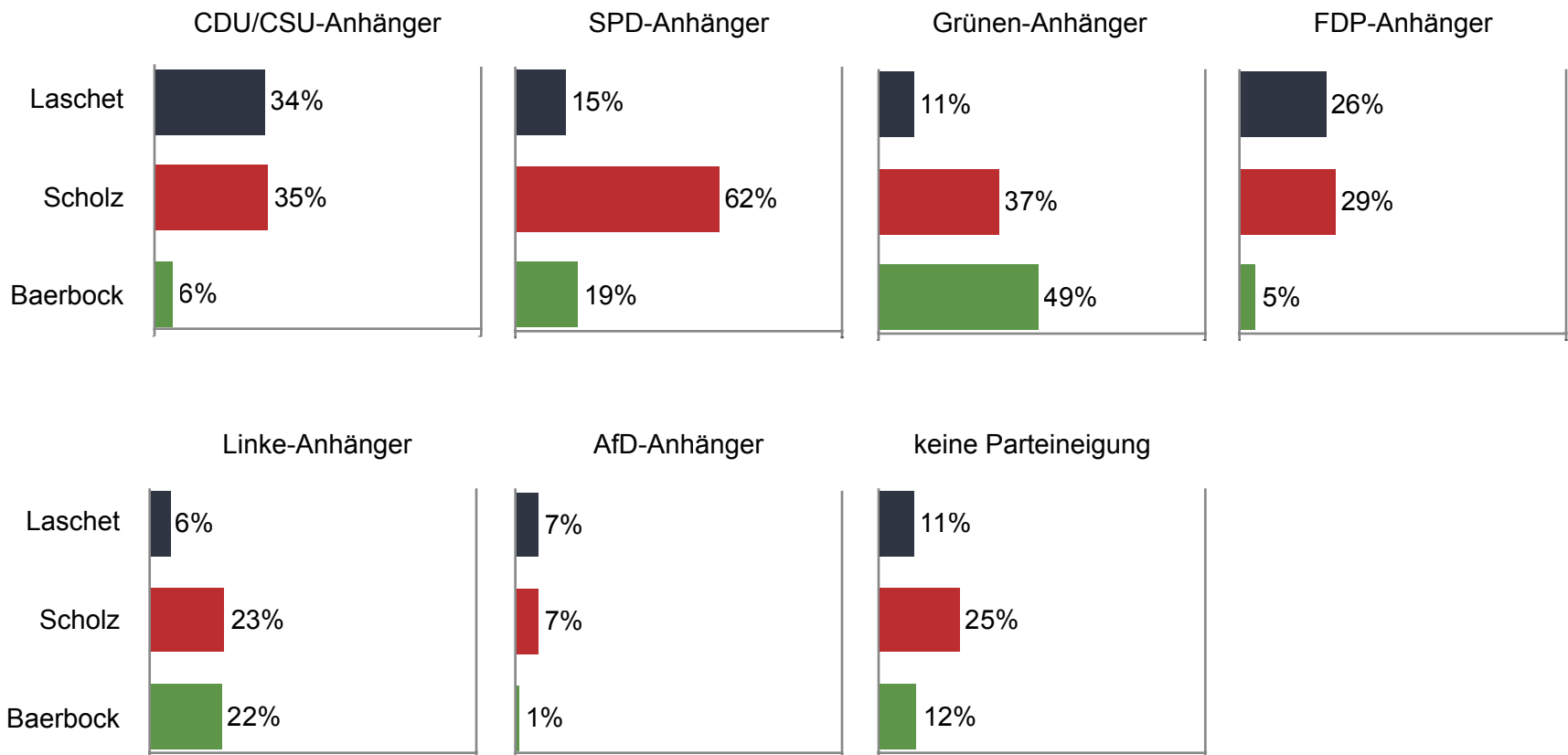
Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich

Vertrauenswürdigkeit

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

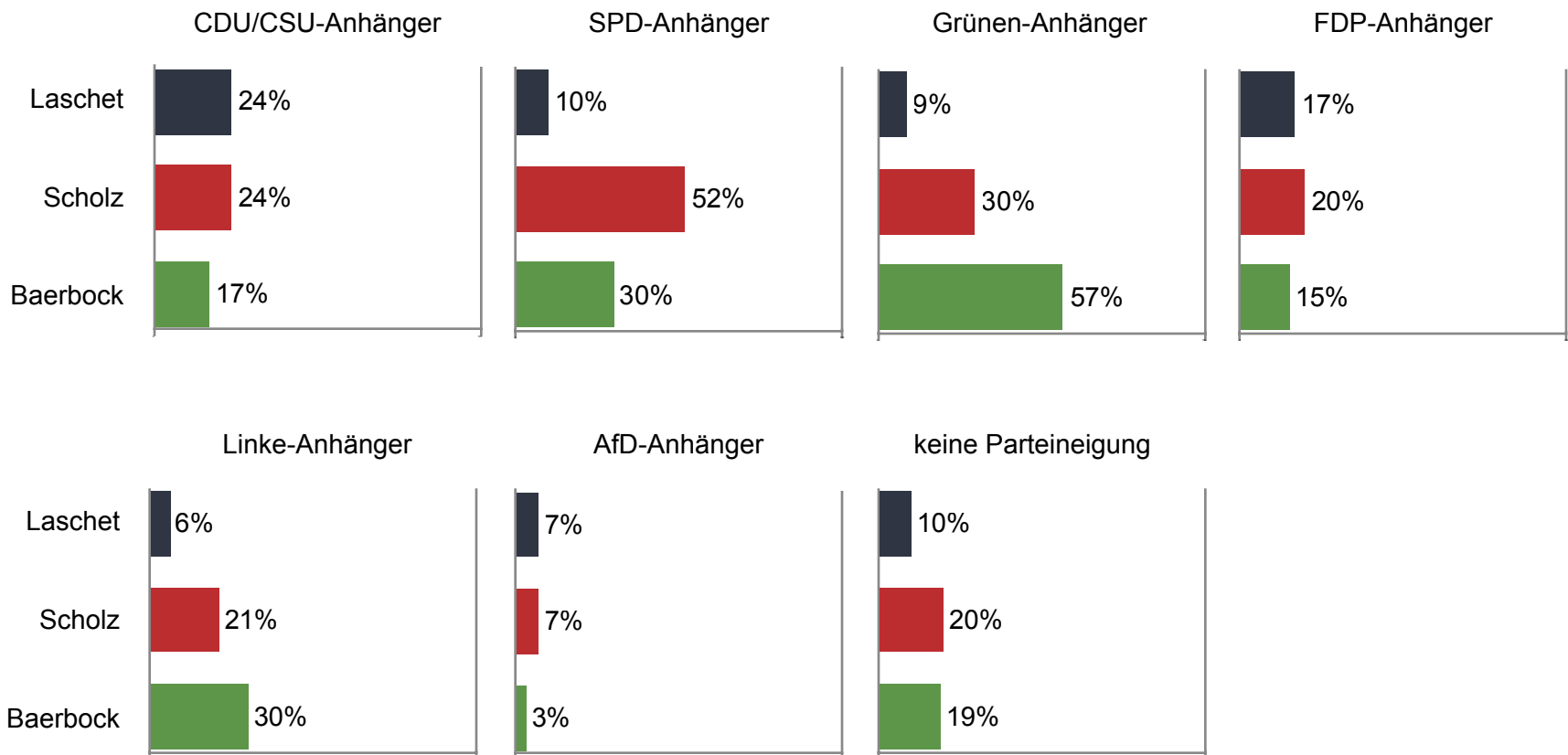


Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich



Tatkraft und Entscheidungsfreude

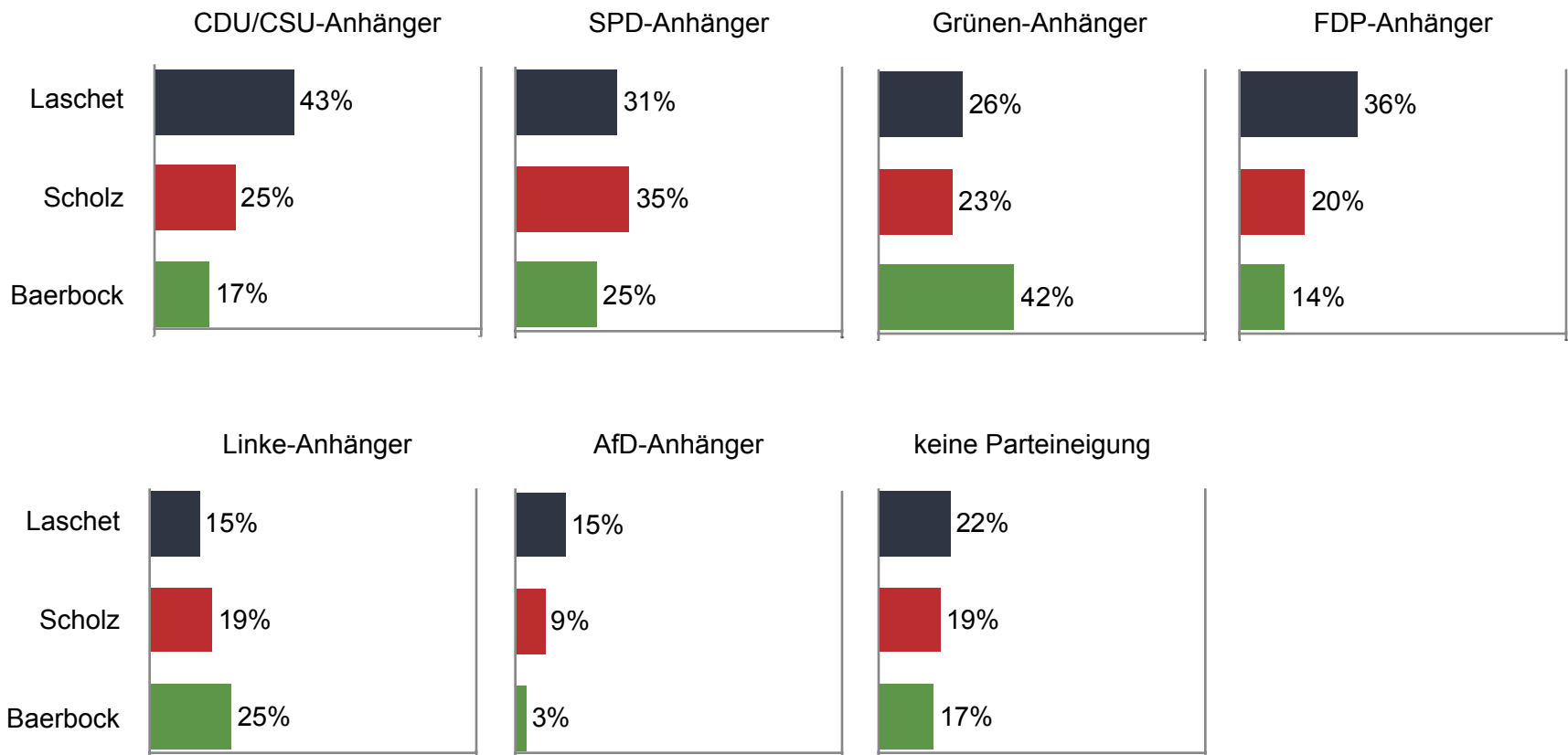
Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich

Bürgernähe

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

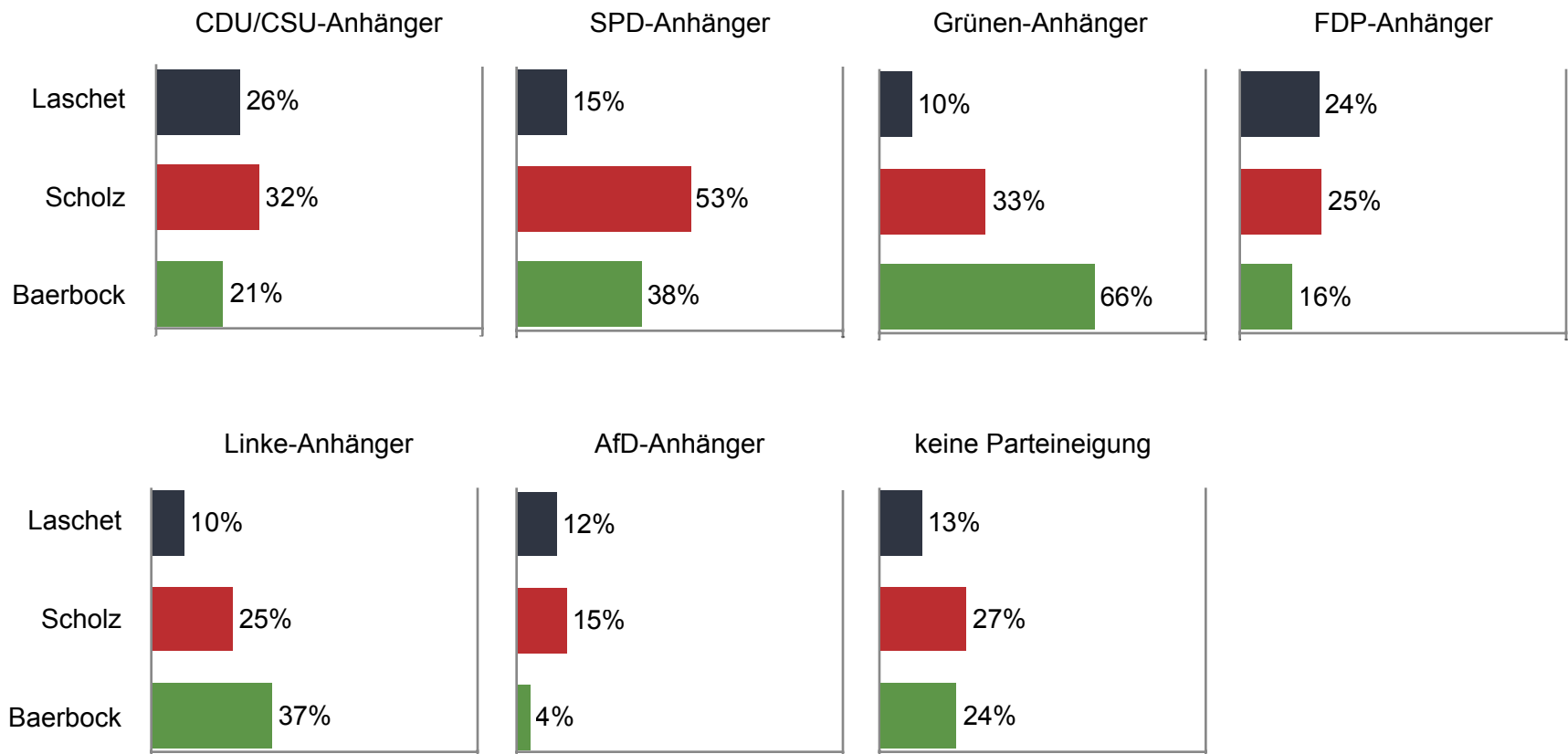


Eigenschaften der realen Spitzenkandidat:innen im Vergleich



menschliche Sympathie

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Teil 4

Die Bewertung der Arbeit der
Parteien und der
Spitzenkandidat:innen

forsa.



Die Arbeit der Parteien und der Spitzenkandidat:innen

Bewertung der Arbeit der Parteien und der Spitzenkandidat:innen

- Die Wahrnehmung von Politik wird geprägt durch die Parteien und durch ihre Spitzenkandidat:innen. Daher ist zum Einen interessant, wie a) die Parteien und b) die Spitzenkandidat:innen von den Wähler:innen bewertet werden. Zum anderen ist von Interesse, ob Kandidat:innen besser oder schlechter als ihre Partei bewertet werden - ob sie sie also unterstützen oder belasten.
- Hier werden folgende **Fragen** untersucht:
 - Wie bewerten die Wähler:innen die Arbeit der Parteien?
 - Wie bewerten die Wähler:innen die Arbeit der Spitzenkandidat:innen?
 - Wie schneidet ein/e Spitzenkandidat:in jeweils im Vergleich mit ihrer/seiner Partei ab? Ist sie/er für die eigenen Partei eine Belastung oder ein Gewinn?

Die Arbeit der Parteien und der Spitzenkandidat:innen: Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Arbeit der Parteien

- Die Arbeit keiner Partei wird überwiegend positiv bewertet. Bei der CDU halten sich jeweils 20 Prozent positive bzw. negative Bewertungen die Waage. Bei allen anderen Parteien gibt es mehr negative als positive Bewertungen. Mit Abstand am schlechtesten wird die Arbeit der AfD bewertet.
- Es gibt teilweise deutliche Bewertungs-Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Männer bewerten die Arbeit der AfD positiver als Frauen es tun. Das trifft auch auf die FDP zu. Und Frauen bewerten die Arbeit der Grünen positiver als Männer es tun.
- Die Anhänger:innen der Grünen sind mit der Arbeit „ihrer“ Partei am zufriedensten (89%). Von den SPD-Anhänger:innen sind hingegen nur 61 Prozent mit der Arbeit „ihrer“ Partei zufrieden.

Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen

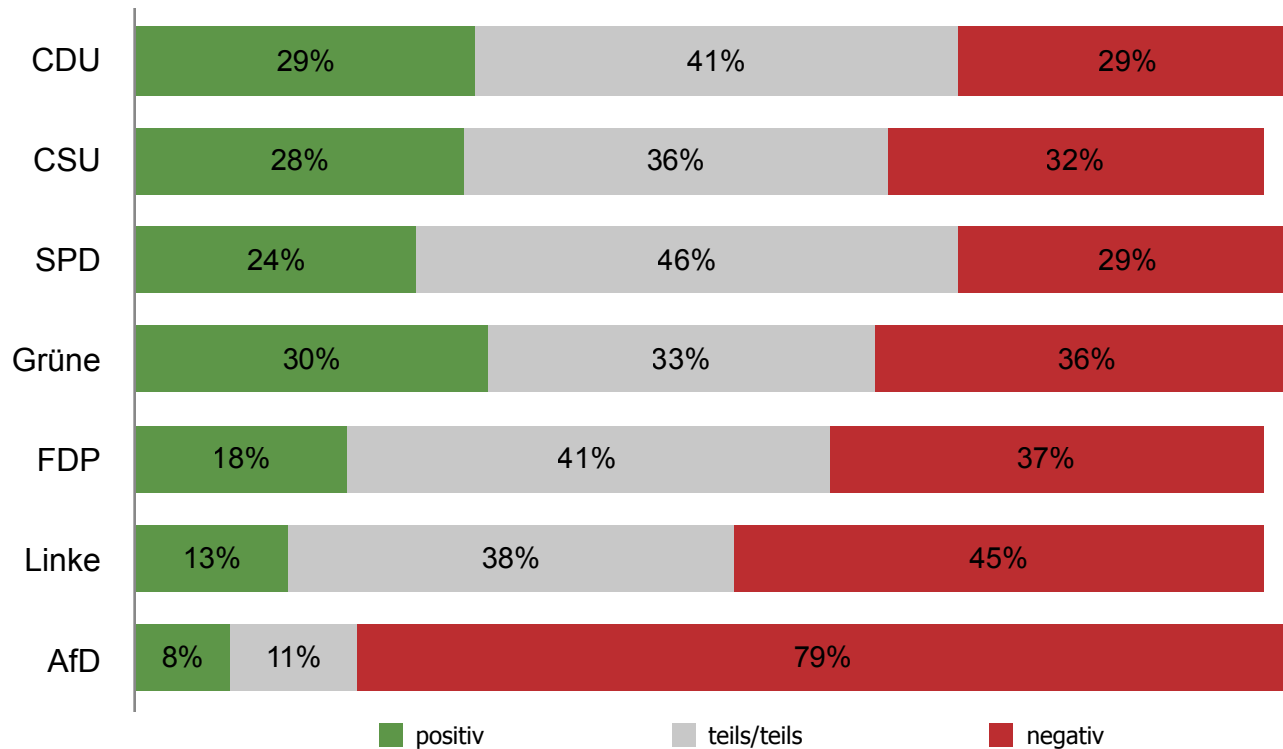
- Lediglich die Arbeit von Olaf Scholz wird häufiger positiv als negativ bewertet. Bei allen anderen Kandidat:innen überwiegen die negativen Bewertungen - teilweise deutlich. Am negativsten wird die Arbeit der AfD-Kandidatin Alice Weidel bewertet.
- Jüngere bewerten Annalena Baerbock am positivsten (40%), Ältere bewerten Olaf Scholz am positivsten (43%). Armin Laschet wird von maximal 20 Prozent positiv bewertet.
- Vergleicht man Partei- und Kandidaten-Bewertung, so fällt auf: Armin Laschet und Annalena Baerbock werden schlechter bewertet als ihre jeweilige Partei. Olaf Scholz wird etwas besser bewertet als die SPD.

Die Arbeit der Parteien: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Wie bewerten Sie - ganz allgemein - die Arbeit der folgenden Parteien in Deutschland?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.

In der Grafik sind die Antwortmöglichkeiten 1 und 2 sowie 4 und 5 zusammengefasst.



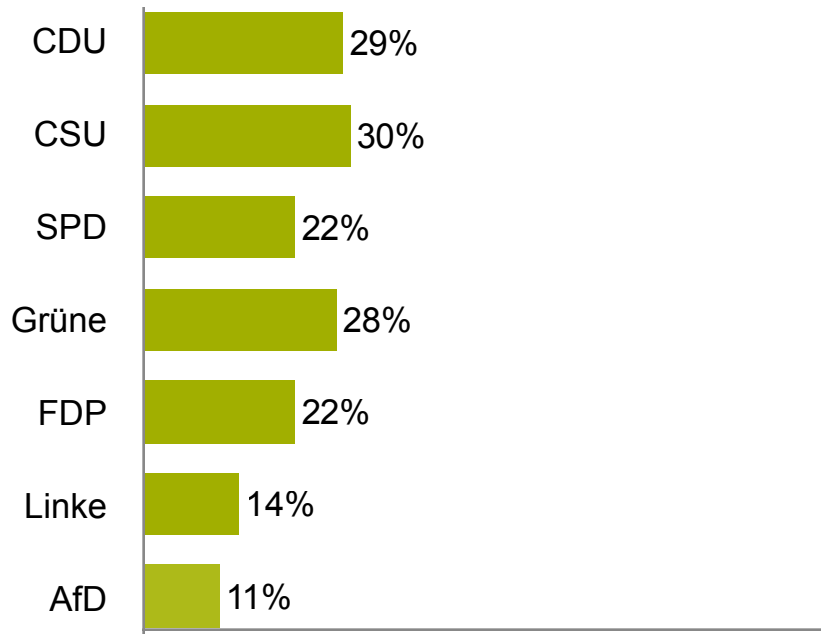
Zu 100% fehlende Werte: keine Antwort, weiß nicht
Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Die Arbeit der Parteien: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Geschlecht)

„Wie bewerten Sie - ganz allgemein - die Arbeit der folgenden Parteien in Deutschland?“

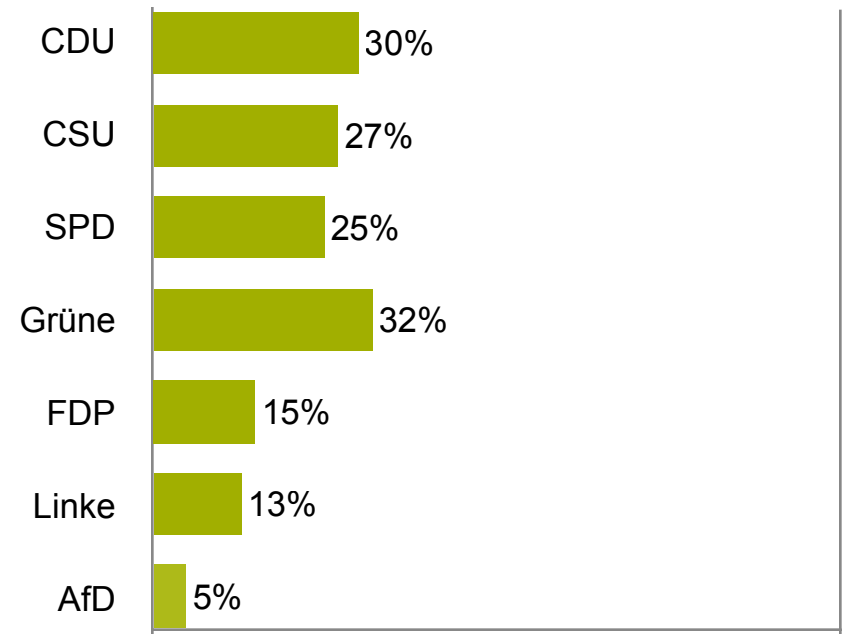
Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.

Männer



Basis: 9.831 Männer

Frauen



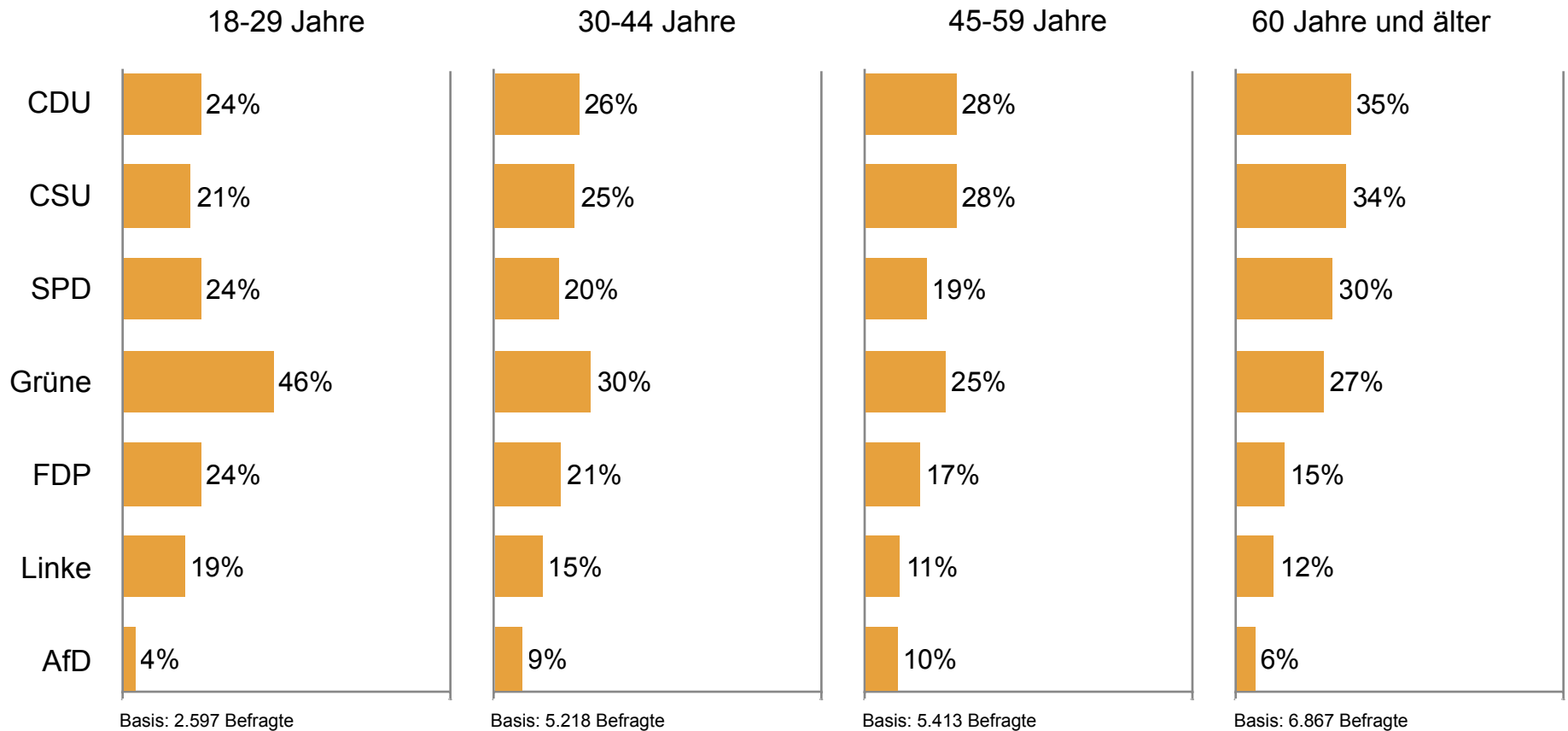
Basis: 10.263 Frauen

Die Arbeit der Parteien: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)



„Wie bewerten Sie - ganz allgemein - die Arbeit der folgenden Parteien in Deutschland?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.



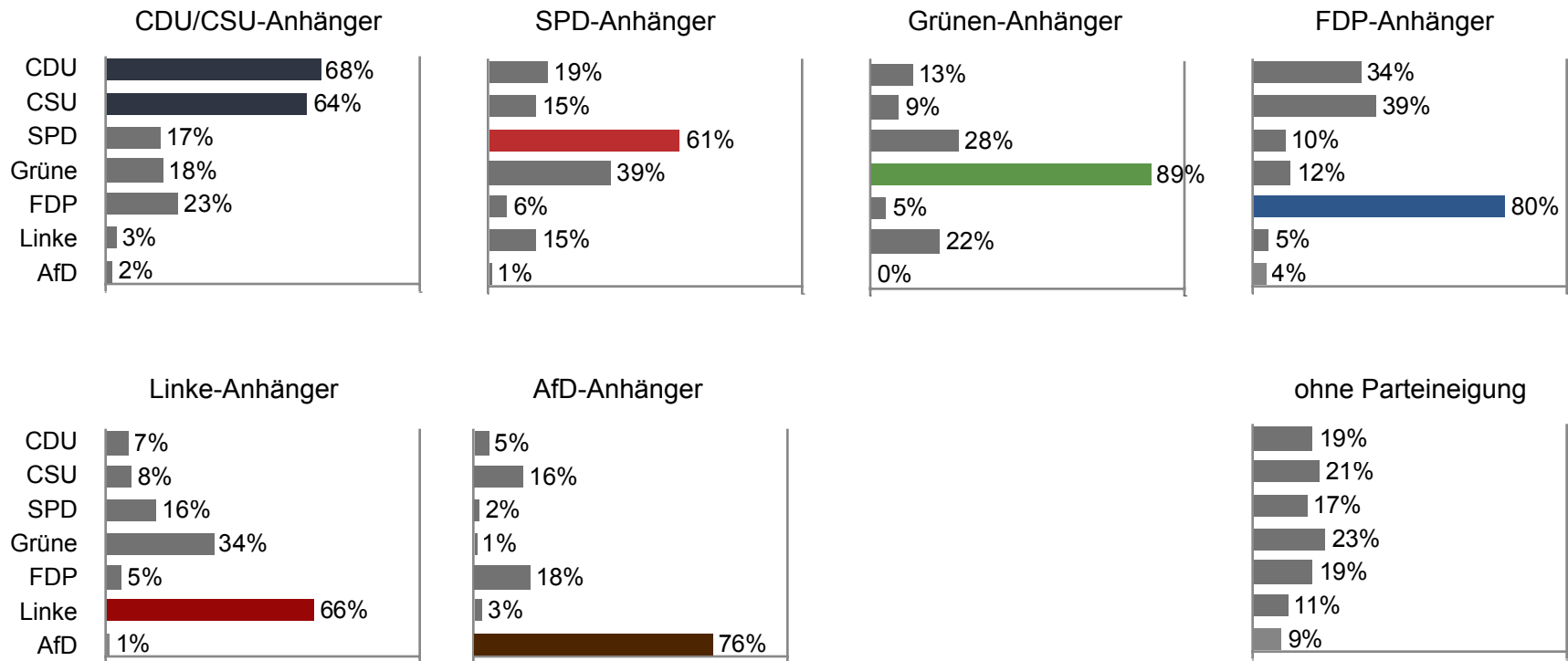
Die Arbeit der Parteien: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



„Wie bewerten Sie - ganz allgemein - die Arbeit der folgenden Parteien in Deutschland?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

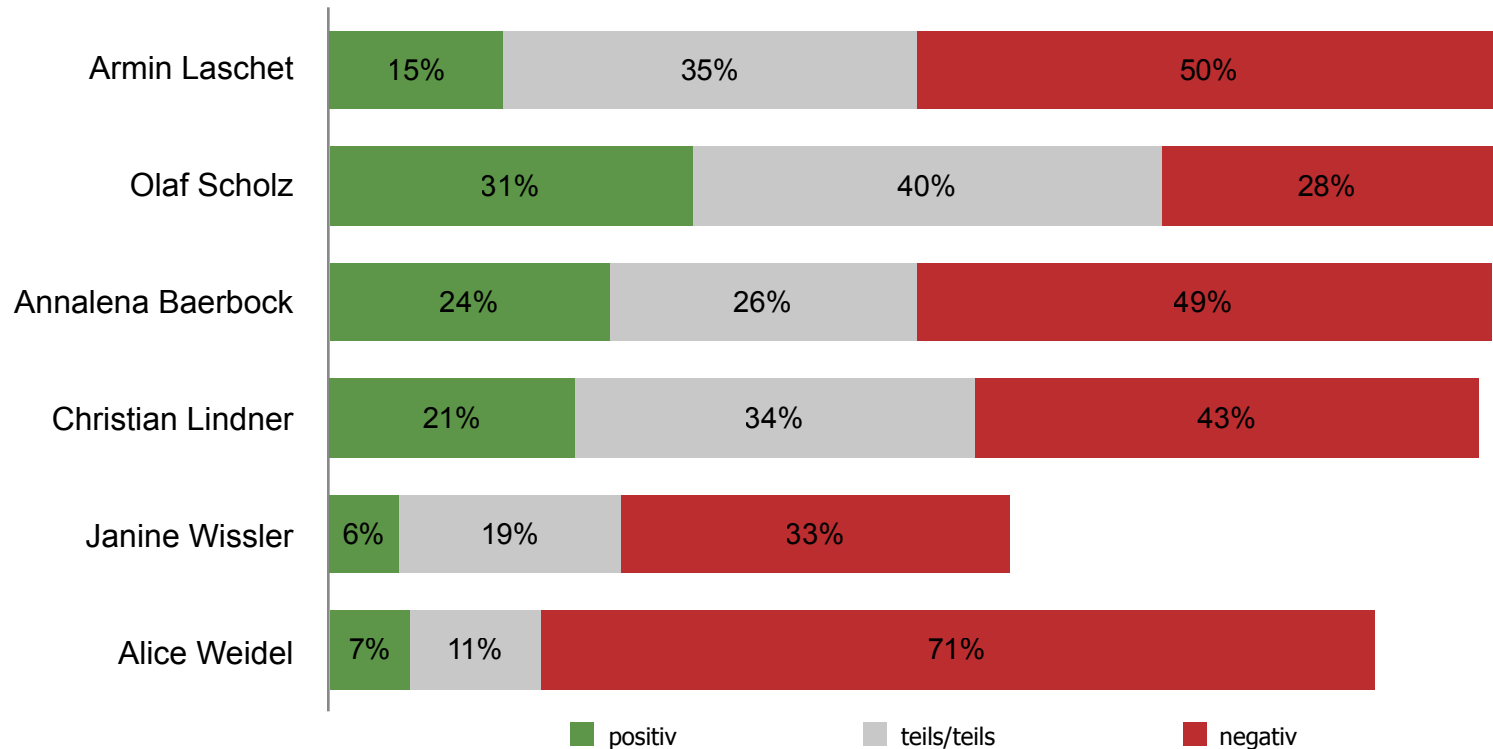


Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Und wie bewerten Sie die Spitzenkandidat/in der Parteien?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.

In der Grafik sind die Antwortmöglichkeiten 1 und 2 sowie 4 und 5 zusammengefasst.

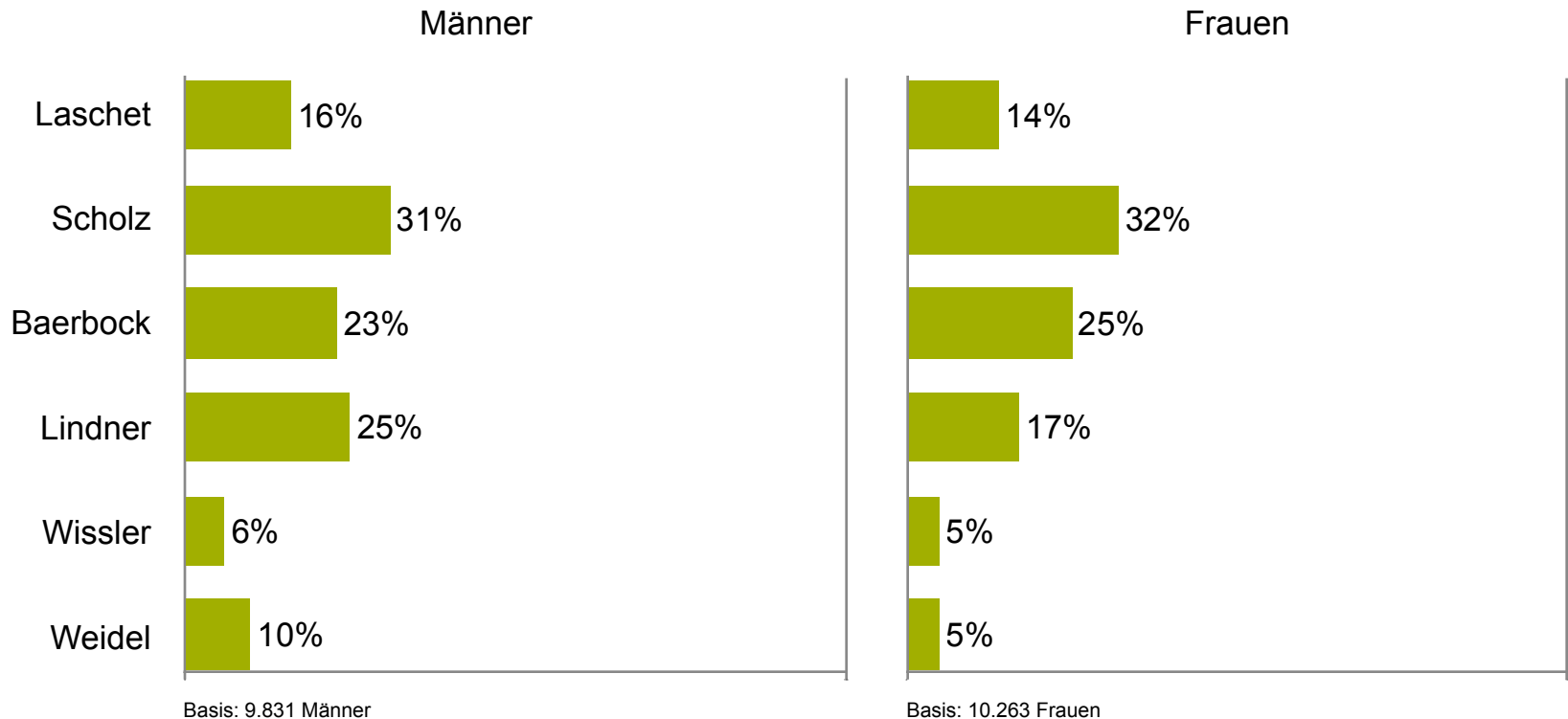


Zu 100% fehlende Werte: keine Antwort, weiß nicht
Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Geschlecht)

„Und wie bewerten Sie die Spitzenkandidat/in der Parteien?“

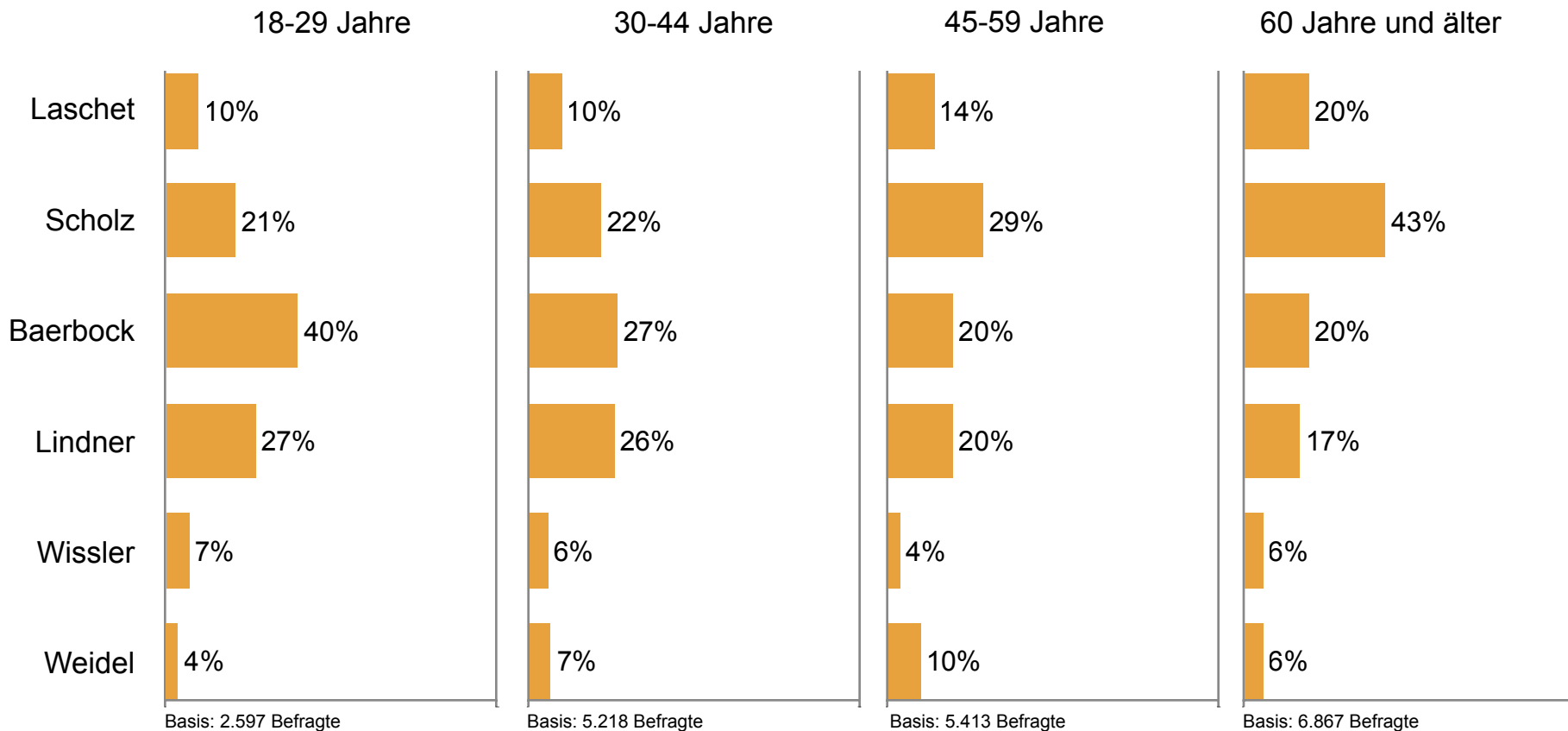
Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.



Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)

„Und wie bewerten Sie die Spitzenkandidat/in der Parteien?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.



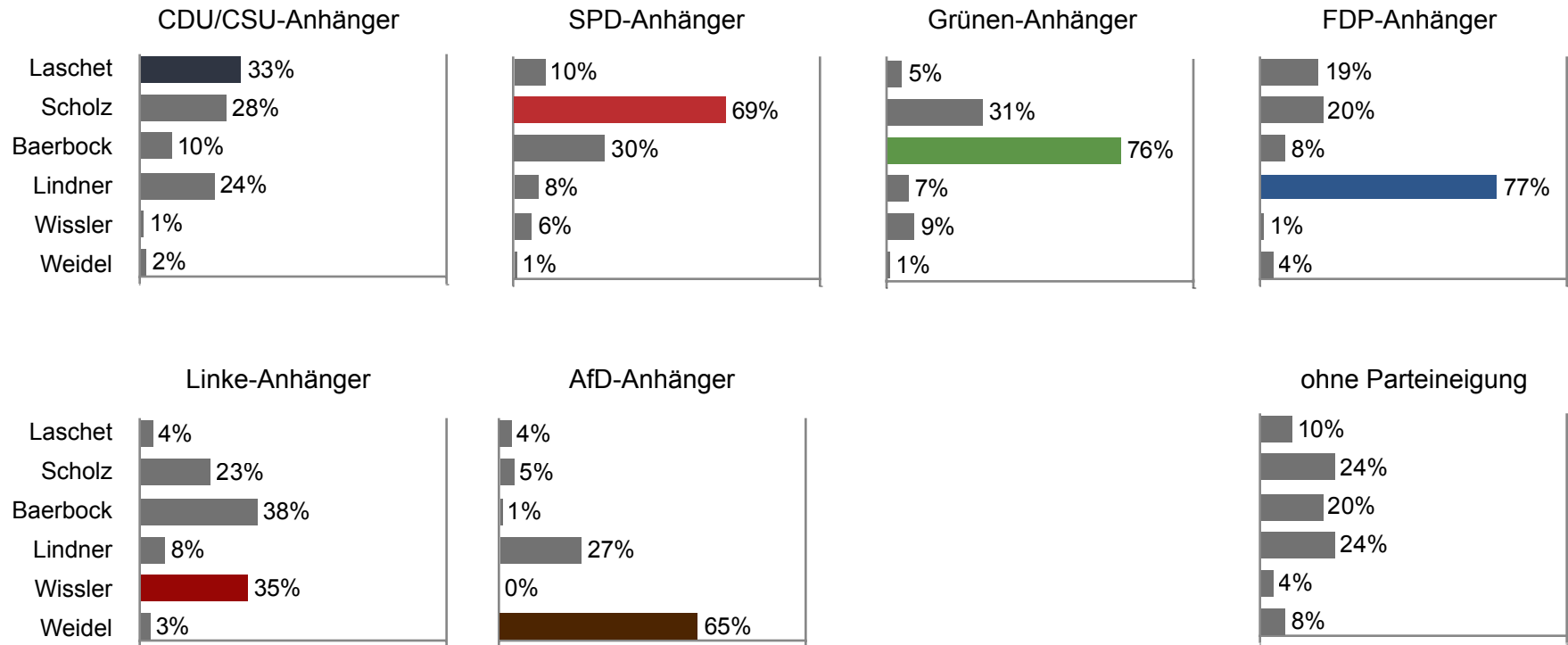
Die Arbeit der Spitzenkandidat:innen: Bewertung knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



„Und wie bewerten Sie die Spitzenkandidat/in der Parteien?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
In den Grafiken sind die Antwortmöglichkeiten 4 und 5 zusammengefasst.

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“

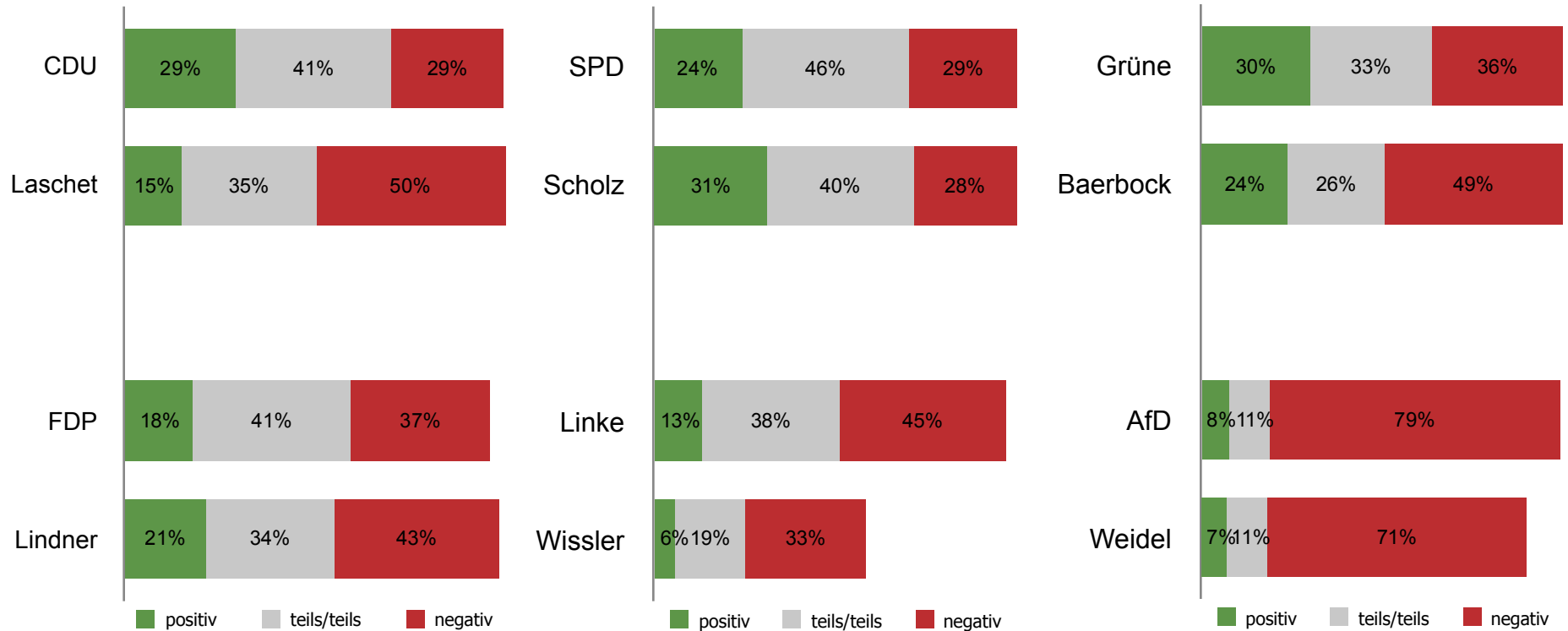


Die Arbeit der Parteien und ihrer Spitzenkandidat:innen im Vergleich



„Wie bewerten Sie - ganz allgemein - die Arbeit der folgenden Parteien in Deutschland?“
 „Und wie bewerten Sie die Spitzenkandidat/in der Parteien?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr negativ, 2 = negativ, 3 = teils/teils, 4 = positiv, 5 = sehr positiv.
 In der Grafik sind die Antwortmöglichkeiten 1 und 2 sowie 4 und 5 zusammengefasst.



Zu 100% fehlende Werte: keine Antwort, weiß nicht.
 Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Teil 5

Die Bewertung der Themen-
Kompetenz der Parteien

forsa.



Die Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

Bewertung der Corona-Kompetenz der Parteien

- Die Corona-Politik ist seit anderthalb Jahr das dominante Thema. Zunehmend werden unterschiedliche Auffassungen über das richtige Vorgehen thematisiert. Neben dem Blick auf die allgemeine Bewertung der Parteien ist daher auch ein Blick speziell auf die Bewertung im Zusammenhang mit der Corona-Politik sinnvoll.
- Knapp zwei Monate vor der Wahl trauen die Wähler:innen der CDU/CSU noch am ehesten zu, mit der Corona-Krise fertig zu werden (30%). Am größten ist jedoch jene Bevölkerungsgruppe, die keiner Partei zutraut, mit der Krise fertig zu werden (37%). Die anderen Parteien spielen aus Sicht der Befragten keine nennenswerte Rolle.
- Männer und Frauen unterscheiden sich in dieser Frage kaum voneinander. Aber es gibt unterschiedliche Bewertungen in verschiedenen Altersgruppen - vor allem was die Kompetenz der CDU/CSU betrifft: Von den 18- bis 29-Jährigen nehmen nur 19 Prozent die Union als kompetent wahr, wenn es um Corona geht. In der Gruppe der Ab-60-Jährigen sind des doppelt so viele (38%).
- Menschen mit einer Parteineigung trauen jeweils „ihrer“ Partei am ehesten zu, das Corona-Problem zu lösen (oder keiner Partei). Menschen ohne eine Parteineigung trauen am häufigsten keiner Partei zu, das Corona-Problem zu lösen.

Die Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

Bewertung der Zukunfts-Kompetenz der Parteien

- Anders sieht die Lage aus, wenn es nicht um Corona, sondern allgemein um die Zukunftsfragen in Deutschland geht (dabei haben die Befragten natürlich ihre ganz eigene Sicht, was die Zukunftsfragen sind). Im Hinblick auf die Zukunfts-Kompetenz liegen Union und Grüne in der Wählerschaft gleichauf (21 bzw. 20%). Unter den Frauen ist die Zukunfts-Kompetenz der Grünen überdurchschnittlich hoch, unter den Männern ist die Zukunfts-Kompetenz der FDP überdurchschnittlich hoch.
- Zudem gibt es unterschiedliche Bewertungen in verschiedenen Altersgruppen. Die 18- bis 29-Jährigen trauen den Grünen und der FDP überdurchschnittlich oft zu, gute Konzepte für die Zukunft zu haben. Die Ab-60-Jährigen trauen das überdurchschnittlich oft der Union zu.
- Menschen mit einer Parteineigung trauen jeweils „ihrer“ Partei am ehesten zu, gute Ideen für die Zukunft zu haben. Besonders ausgeprägt ist diese Vorstellung bei den Anhänger:innen der Grünen (87% der Grünen-Anhänger:innen finden, die Grünen haben die besten Zukunfts-Ideen). Weniger überzeugt sind die SPD-Anhänger:innen von ihrer Partei: Hier finden nur 49 Prozent der SPD-Anhänger:innen, die SPD habe die besten Zukunfts-Ideen.

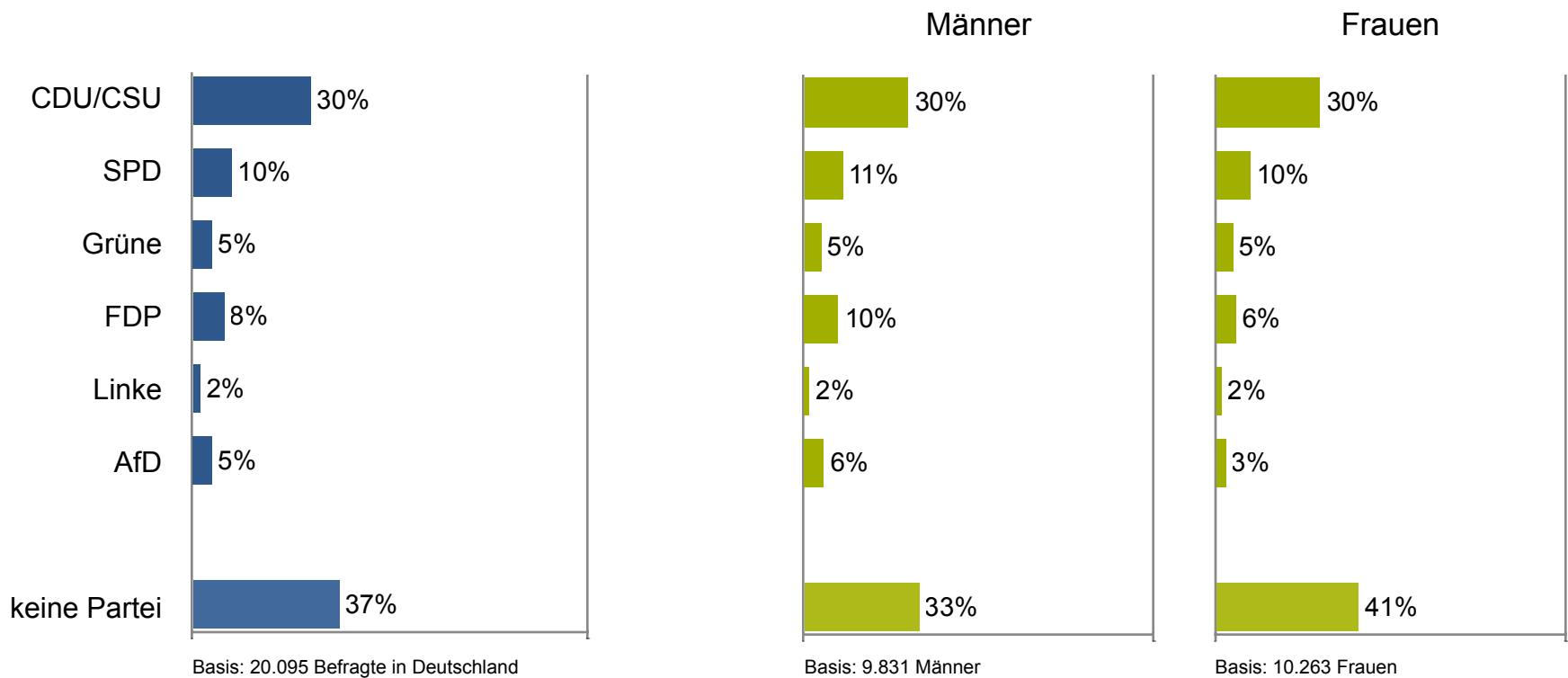
Die Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

Bewertung der Themen-Kompetenz der Parteien in 14 Themenfeldern

- Darüber hinaus haben wir für 14 Themenfelder gefragt, welche Partei die Wähler:innen jeweils als am kompetentesten ansehen. Dies ermöglicht zwei Perspektiven: 1) Es lassen sich je Themenfeld die zugeschriebenen Kompetenzen vergleichen. 2) Es lassen sich je Partei die Themenprofile aus Sicht der Wähler:innen beschreiben.
- Perspektive 1: Es gibt ein einziges Themenfeld, in dem mehr als die Hälfte der Befragten einer Partei die Themenkompetenz zuschreiben. Dies ist bei dem Thema „CO2-Emissionen in Deutschland bis 2030 deutlich reduzieren“ der Fall. Hier sehen 56 Prozent der Wähler:innen die Grünen als die kompetenteste Partei. In vielen anderen Themenfeldern schreibt jeweils weniger als ein Drittel der Befragten einer Partei die Themenkompetenz zu.
- Perspektive 2: Betrachtet man die Parteiprofile, so finden sich die typischen Themenschwerpunkte. Der Union wird die größte Kompetenz in den Bereichen innere und äußere Sicherheit zugeschrieben (45% und 47%); ferner beim Abbau der Staatsschulden (33%), dem Ausbau der Infrastruktur (30%) und der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit (28%). Der SPD wird die größte Kompetenz bei sozialpolitischen Themen zugeschrieben: soziale Gerechtigkeit (30%), Gesundheitsversorgung (25%), bezahlbarer Wohnraum (25%), Sicherung der Renten (23%). Die Grünen werden fast monothematisch wahrgenommen. Dafür haben sie beim Thema „CO2-Reduktion“ einen eindeutigen Kompetenzvorsprung (56%). Auch bei dem Umgang mit den Globalisierungsfolgen sowie bei der Integration von Flüchtlingen haben sie einen leichten Kompetenzvorsprung (23% und 18%). Bei der FDP ragt ein Thema heraus: Die Wähler:innen sehen bei ihr - eher als bei den einzelnen anderen Parteien - die Kompetenz für den Ausbau eines schnellen Internets (23%). Die Linke und die AfD liegen in keinem einzigen Themenfeld vor den anderen Parteien.

Kompetenteste Partei (Corona) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen, um mit den Problemen der Corona-Krise fertig zu werden?“

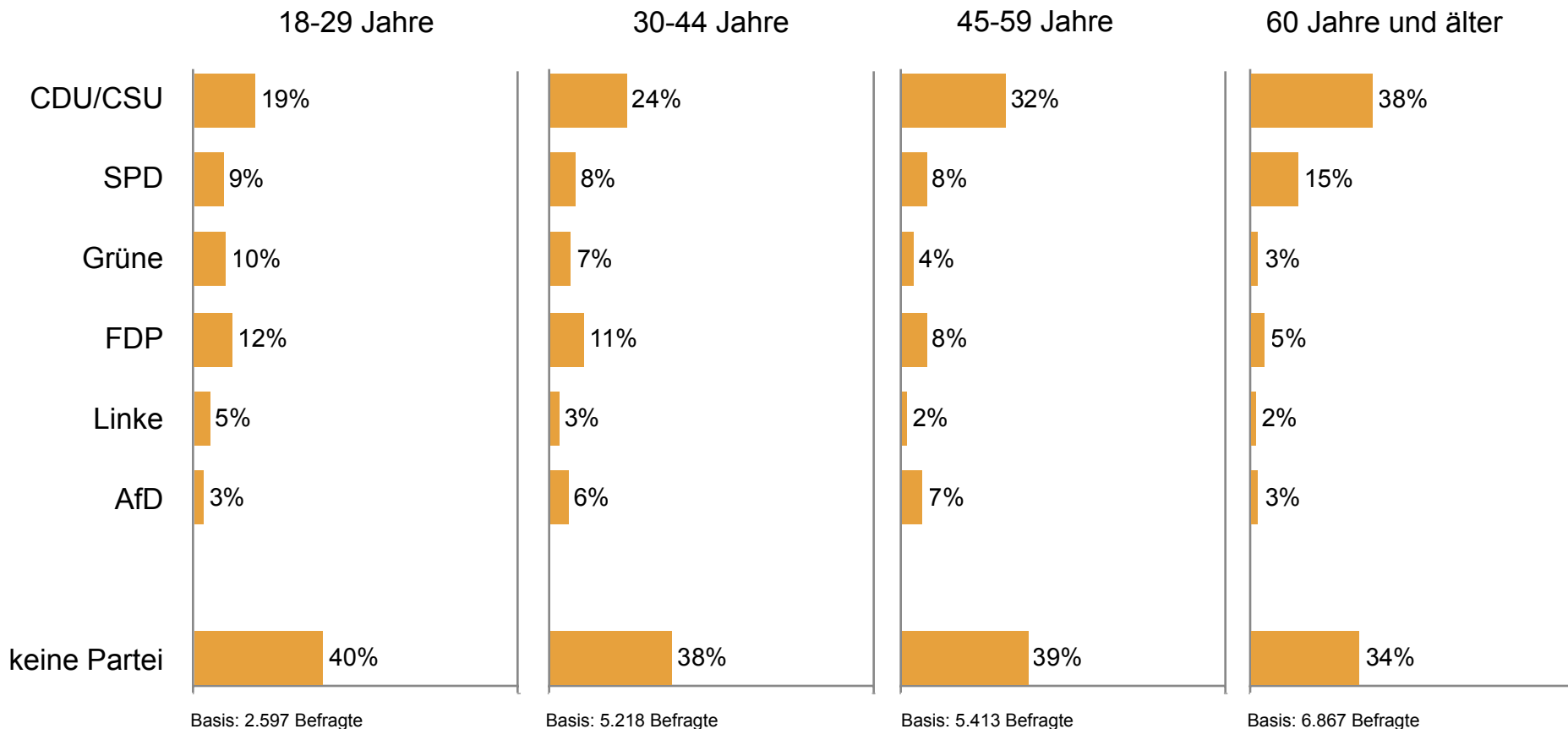


Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien.

Kompetenteste Partei (Corona) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)



„Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen, um mit den Problemen der Corona-Krise fertig zu werden?“



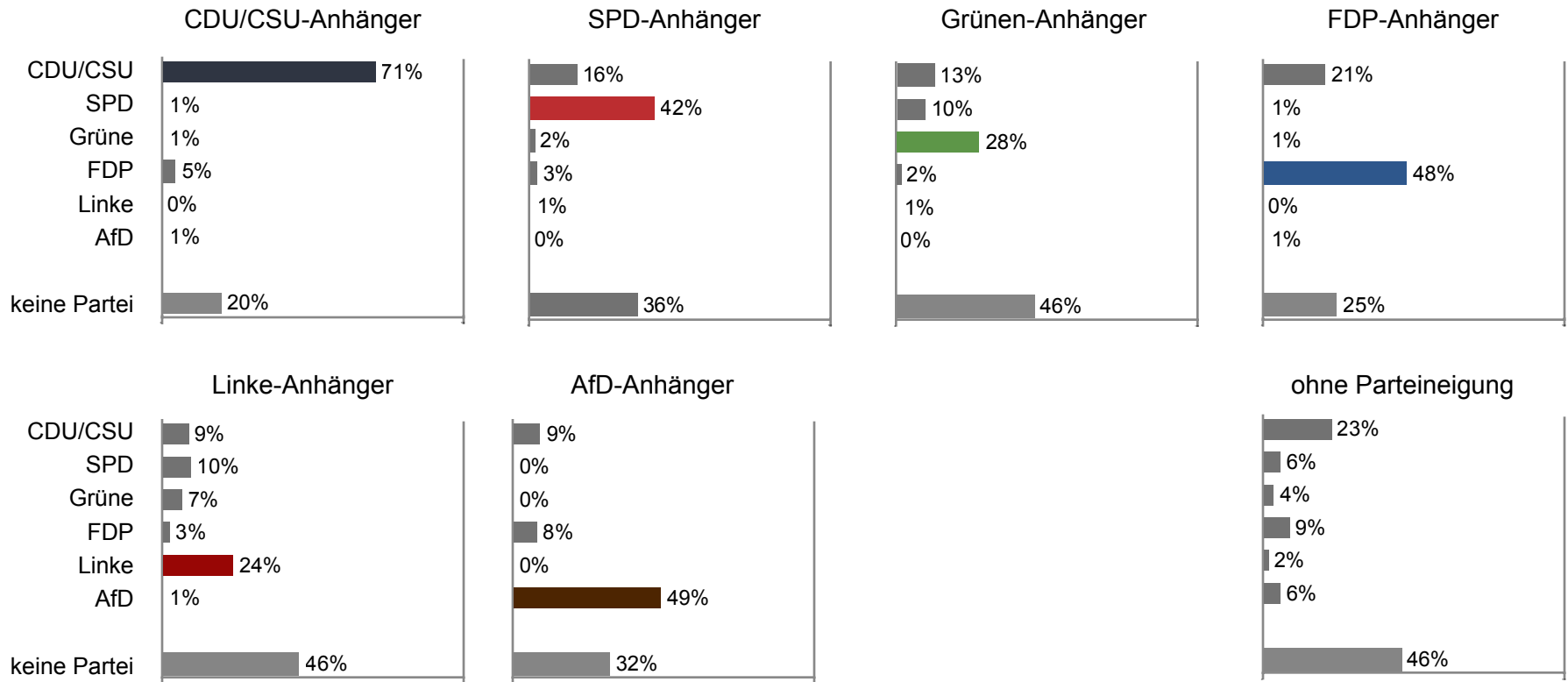
Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien.

Kompetenteste Partei (Corona) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



„Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen, um mit den Problemen der Corona-Krise fertig zu werden?“

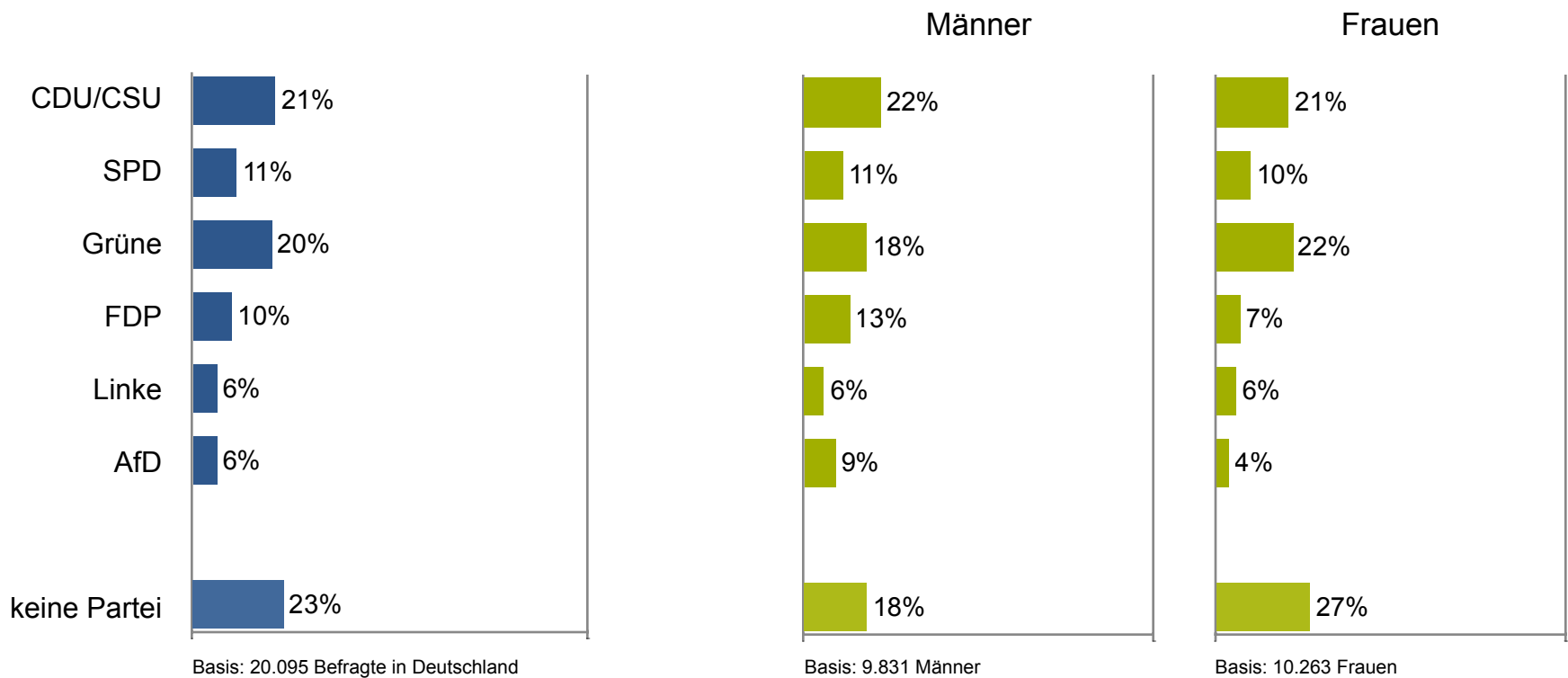
Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien. Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Kompetenteste Partei (Zukunft) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Wenn Sie einmal an die Bundespolitik insgesamt denken:
Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen für die Zukunft Deutschlands?“

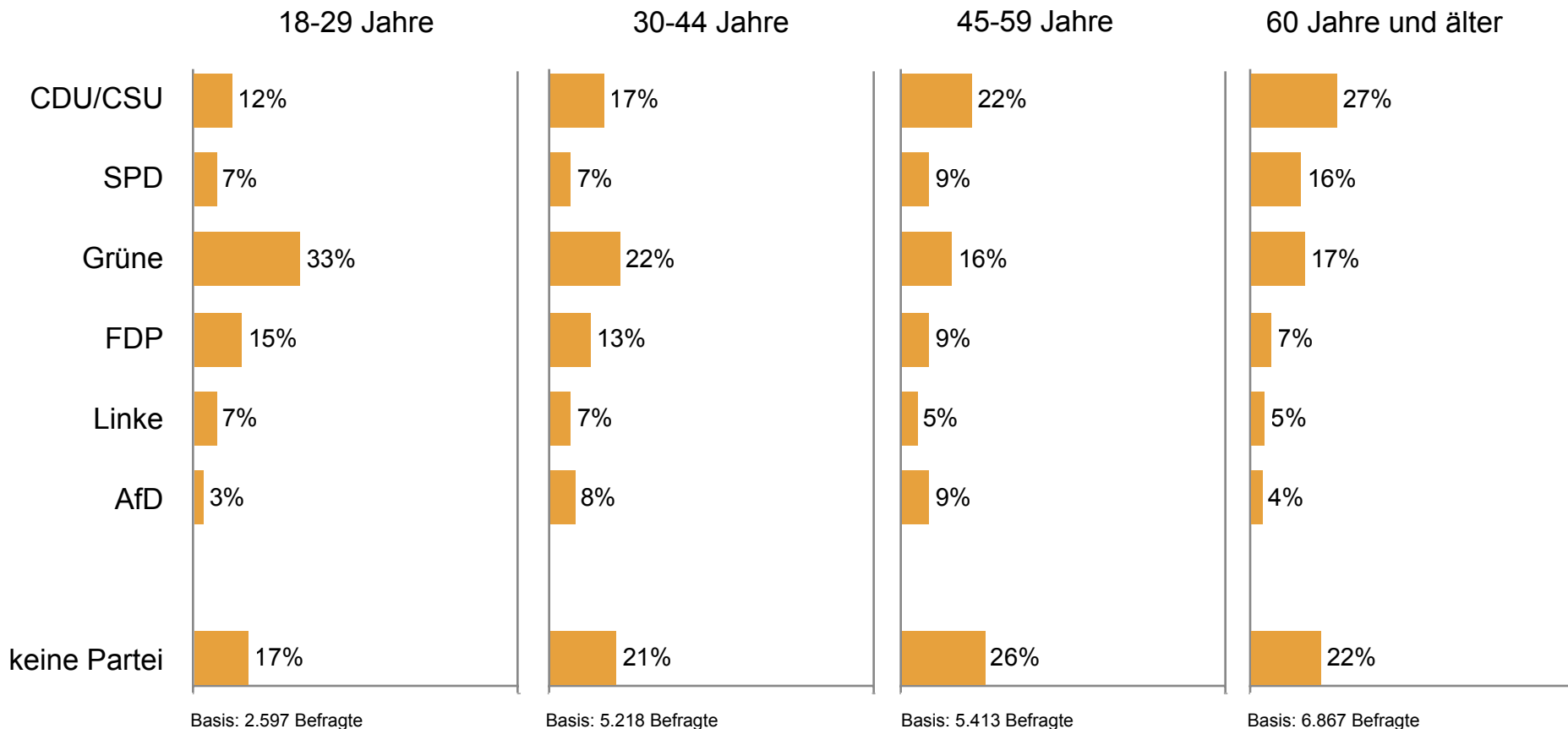


Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien.

Kompetenteste Partei (Zukunft) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Alter)



„Wenn Sie einmal an die Bundespolitik insgesamt denken:
Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen für die Zukunft Deutschlands?“



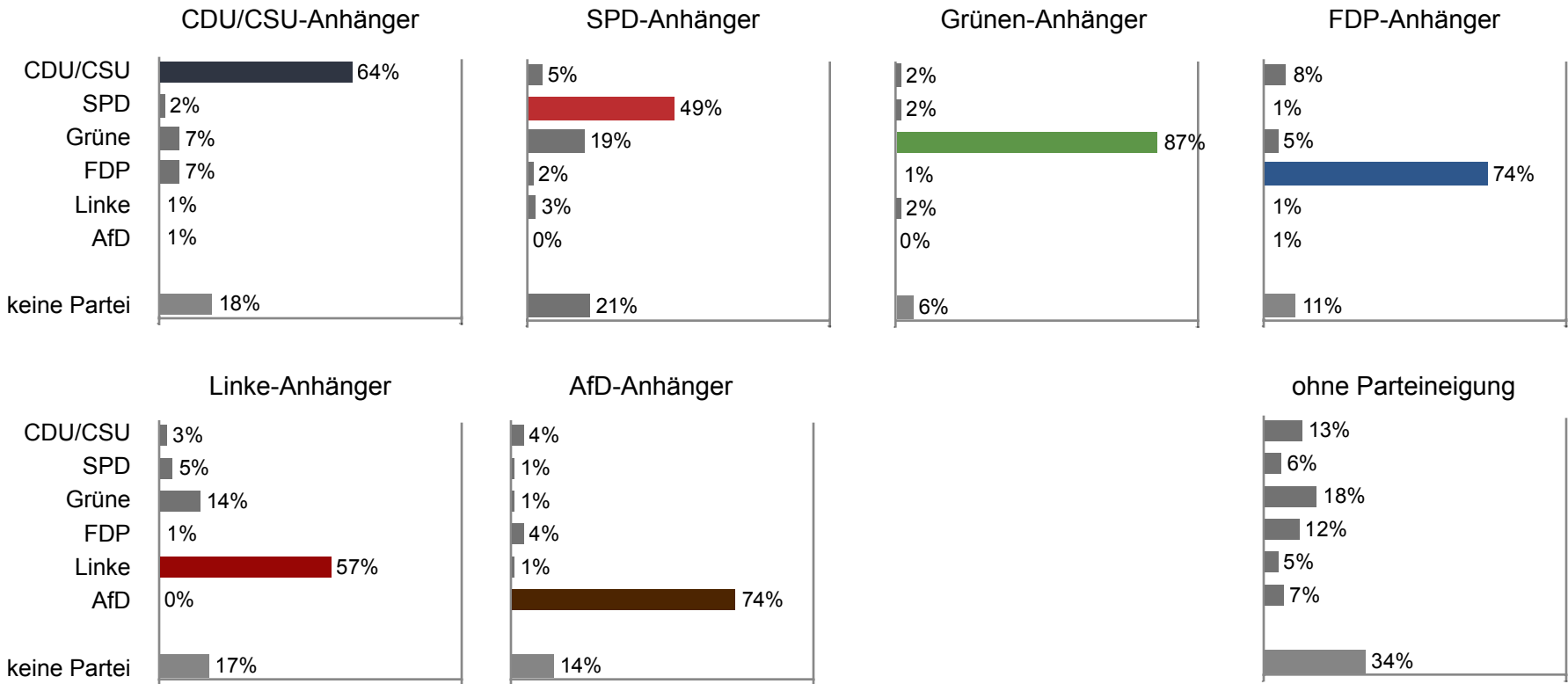
Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien.

Kompetenteste Partei (Zukunft) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021 (nach Parteineigung)



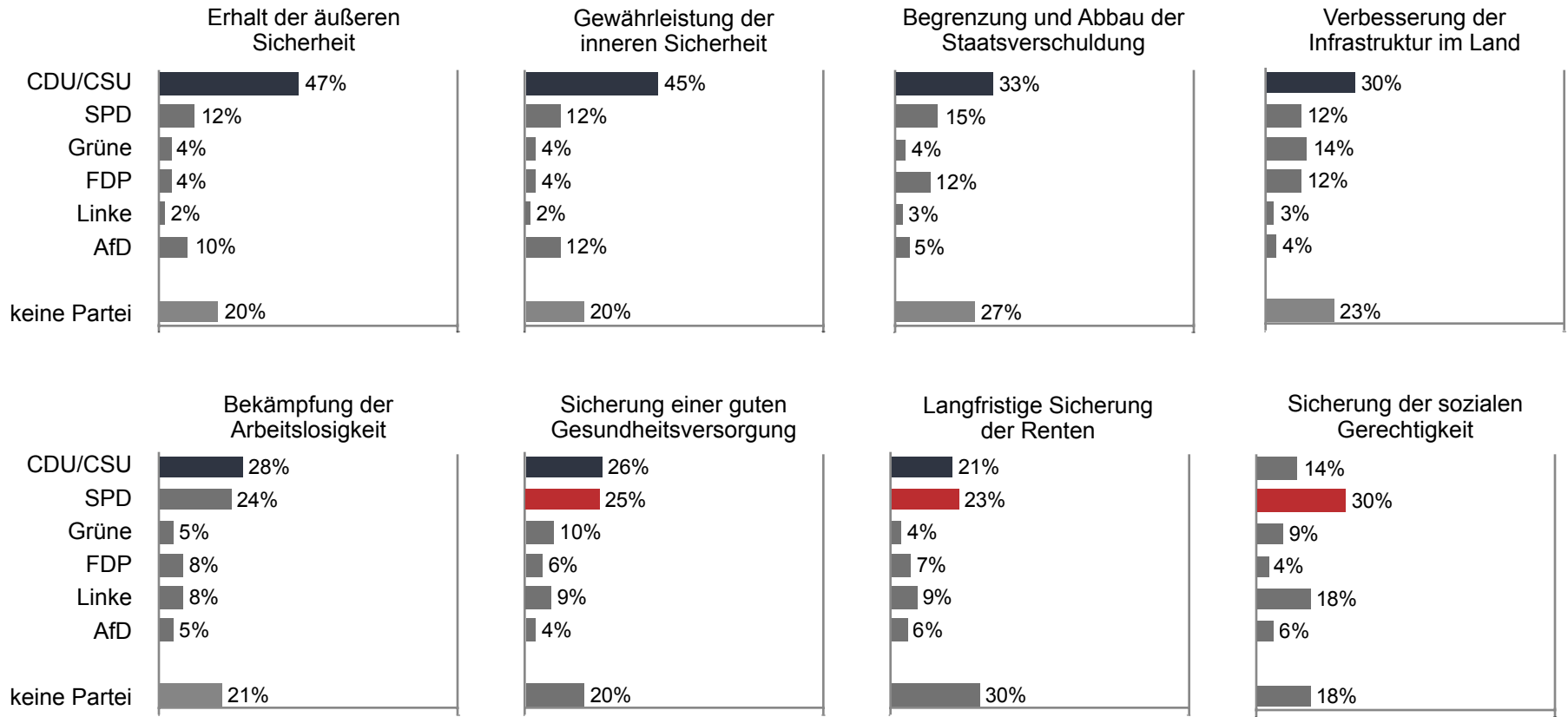
„Wenn Sie einmal an die Bundespolitik insgesamt denken: Welche Partei hat Ihrer Meinung nach die besten Ideen für die Zukunft Deutschlands?“

Die Parteineigung wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Kompetenteste Partei (14 Themenfelder) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

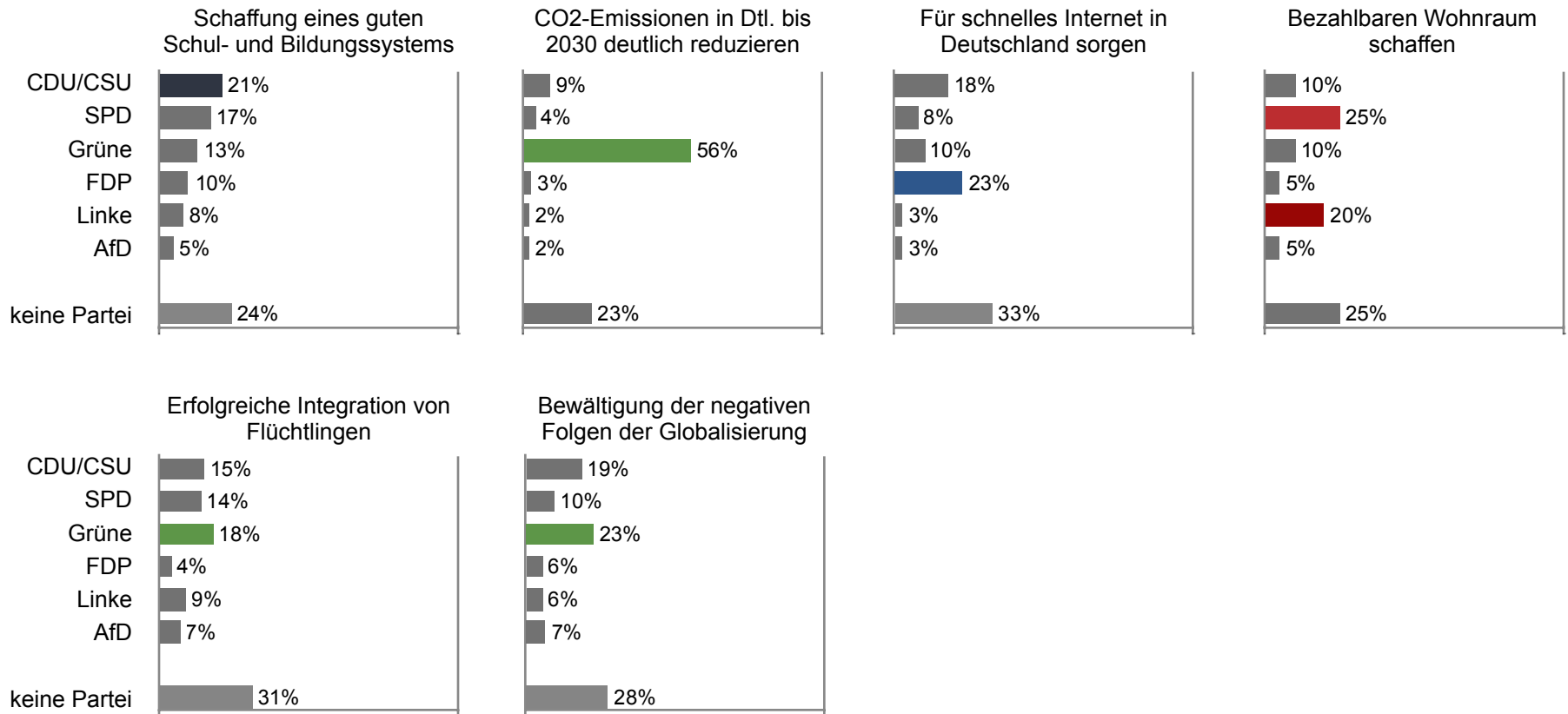
„Bitte geben an, welche Partei Sie am ehesten für geeignet halten, das jeweilige Problem zu lösen.“



Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien. Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Kompetenteste Partei (14 Themenfelder) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Bitte geben an, welche Partei Sie am ehesten für geeignet halten, das jeweilige Problem zu lösen.“



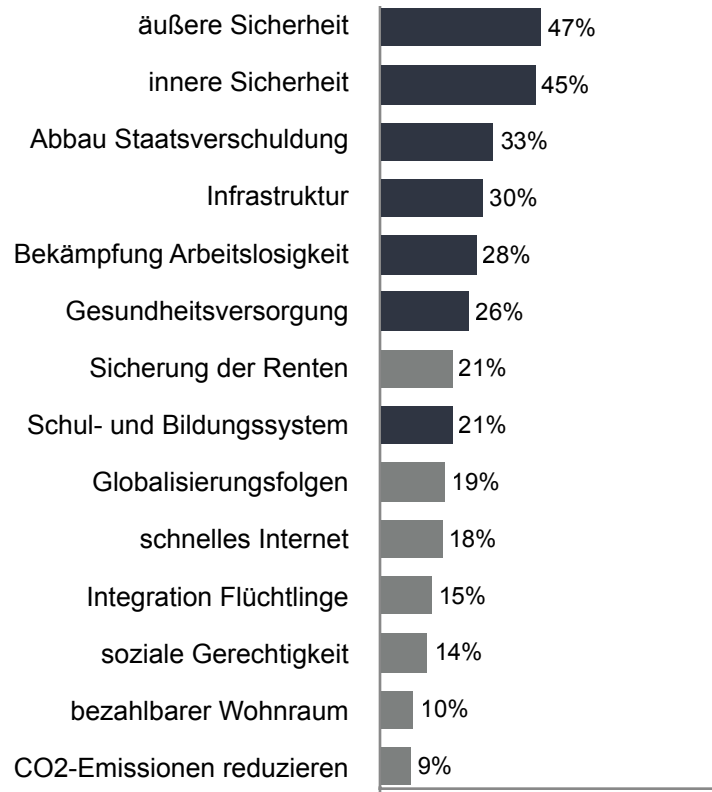
Zu 100 Prozent fehlende Werte entfallen auf andere Parteien. Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

Kompetenz-Profile der Parteien (14 Themenfelder) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021



„Bitte geben an, welche Partei Sie am ehesten für geeignet halten, das jeweilige Problem zu lösen.“

Kompetenz-Profil der
CDU/CSU



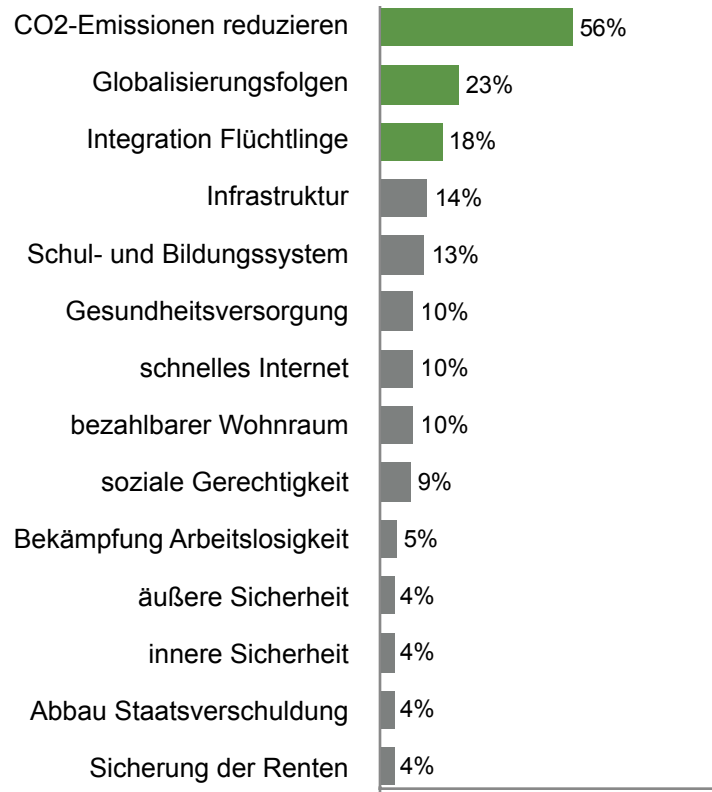
Kompetenz-Profil der
SPD



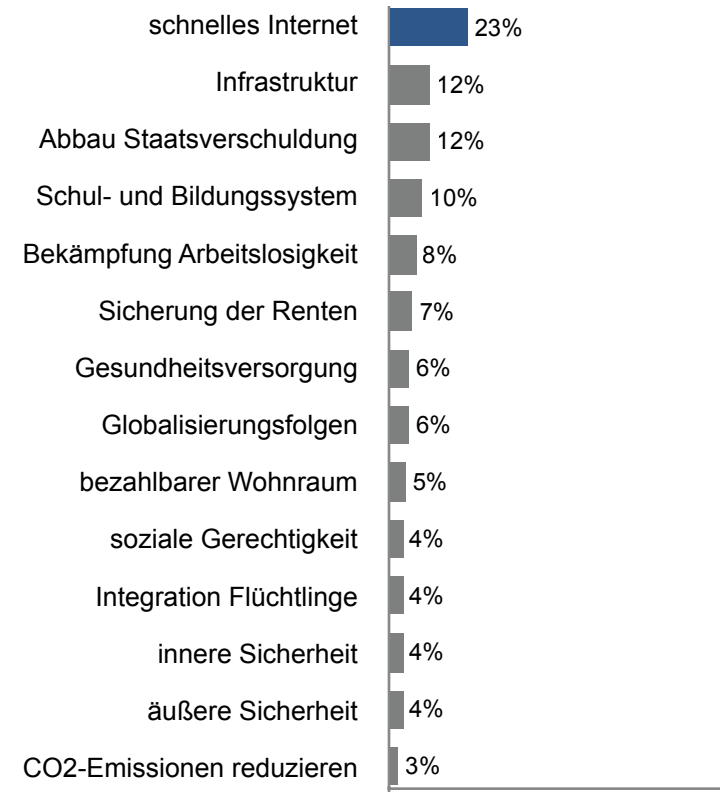
Kompetenz-Profile der Parteien (14 Themenfelder) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

„Bitte geben an, welche Partei Sie am ehesten für geeignet halten, das jeweilige Problem zu lösen.“

Kompetenz-Profil der
Grünen



Kompetenz-Profil der
FDP

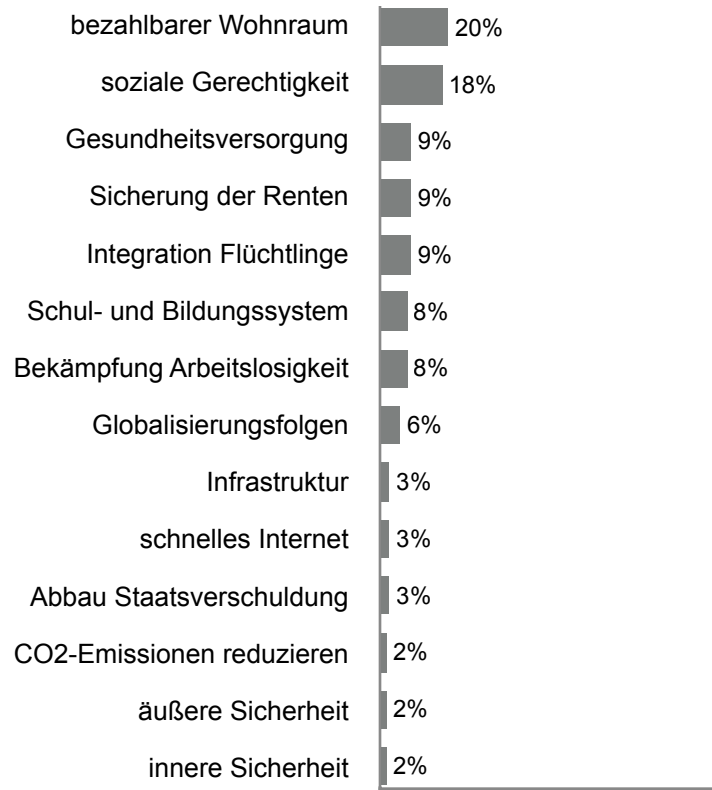


Kompetenz-Profile der Parteien (14 Themenfelder) knapp zwei Monate vor der Bundestagswahl 2021

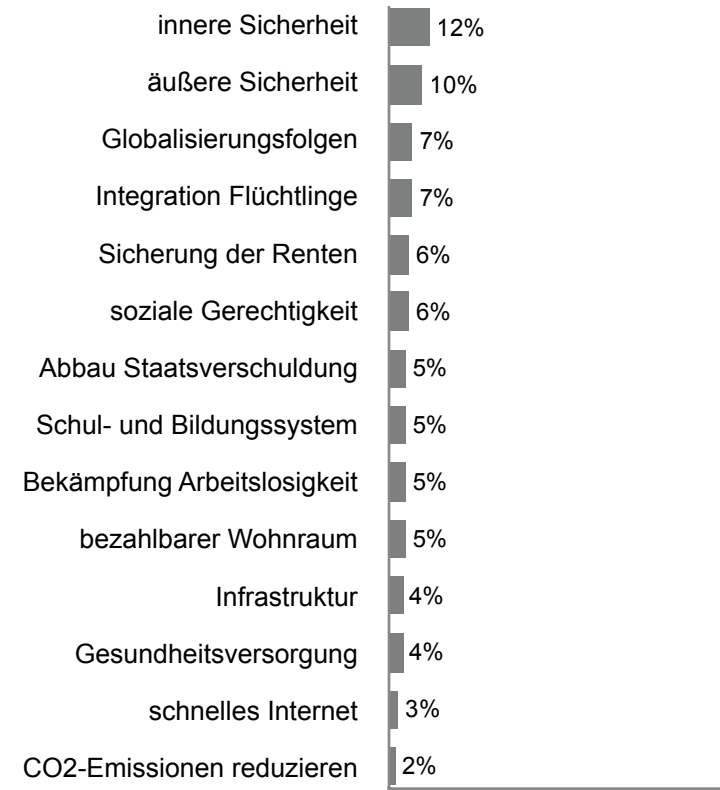


„Bitte geben an, welche Partei Sie am ehesten für geeignet halten, das jeweilige Problem zu lösen.“

Kompetenz-Profil der Linken



Kompetenz-Profil der AfD



Teil 6

Lebensqualität,
Wirtschaftslage, Demokratie-
Zufriedenheit und Regierungs-
Zufriedenheit sowie Links-
Rechts-Einstufung

forsa.



Lebensqualität und Wirtschaftslage

Lebensqualität und Wirtschaftslage

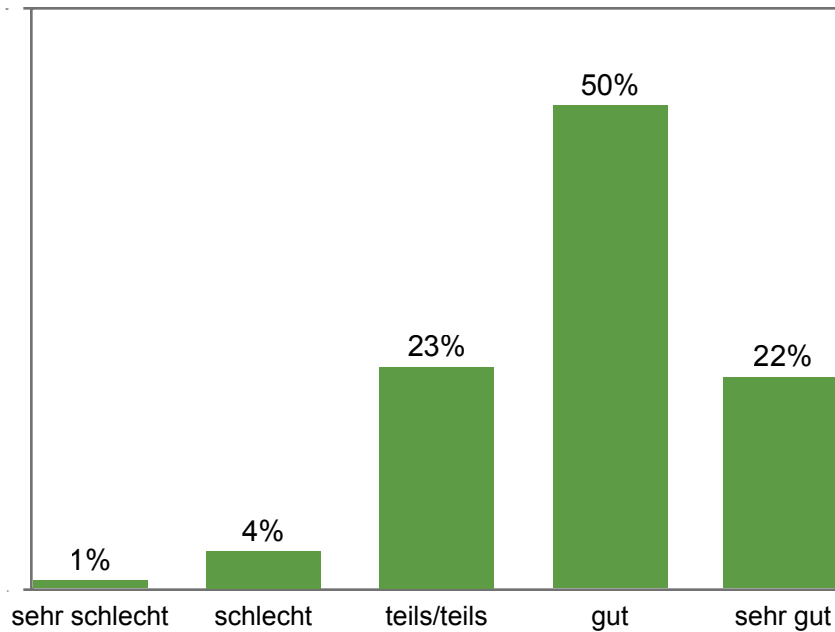
- Die Wahrnehmungen der Lebensqualität und der Wirtschaftslage durch die Wähler:innen sind für die Wahlentscheidung ebenfalls relevant. Die Mehrheit der Befragten beurteilen sowohl die Lebensqualität als auch die Wirtschaftslage in Deutschland positiv. Dabei wird die Lebensqualität mit 72 Prozent positiven Bewertungen noch besser beurteilt als die Wirtschaftslage (54%).
- Während Männer und Frauen die Lebensqualität gleich positiv bewerten, bewerten Männer die Wirtschaftslage deutlich positiver als Frauen.
- Im Hinblick auf die Altersgruppen zeigen sich bei der Lebensqualität und bei der Wirtschaftslage ähnliche Muster: Jeweils die jüngste und die älteste Altersgruppe weisen die positivsten Wahrnehmungen auf. Am geringsten ist der Anteil positiver Bewertungen bei den 45- bis 59-Jährigen.
- Betrachtet man die Parteibindungen, so fallen die Bewertungen der Wirtschaftslage und der Lebensqualität bei den AfD-Anhänger:innen deutlich aus dem Rahmen. Nur 28 Prozent der AfD-Anhänger:innen bewerten die Lebensqualität positiv; und nur 18 Prozent der AfD-Anhänger:innen bewerten die Wirtschaftslage positiv. Zum Vergleich: 88 Prozent der Grünen-Anhänger:innen bewerten die Lebensqualität in Deutschland positiv und 72 Prozent der Grünen-Anhänger:innen bewerten die Wirtschaftslage in Deutschland positiv.

Lebensqualität und Wirtschaftslage in Deutschland

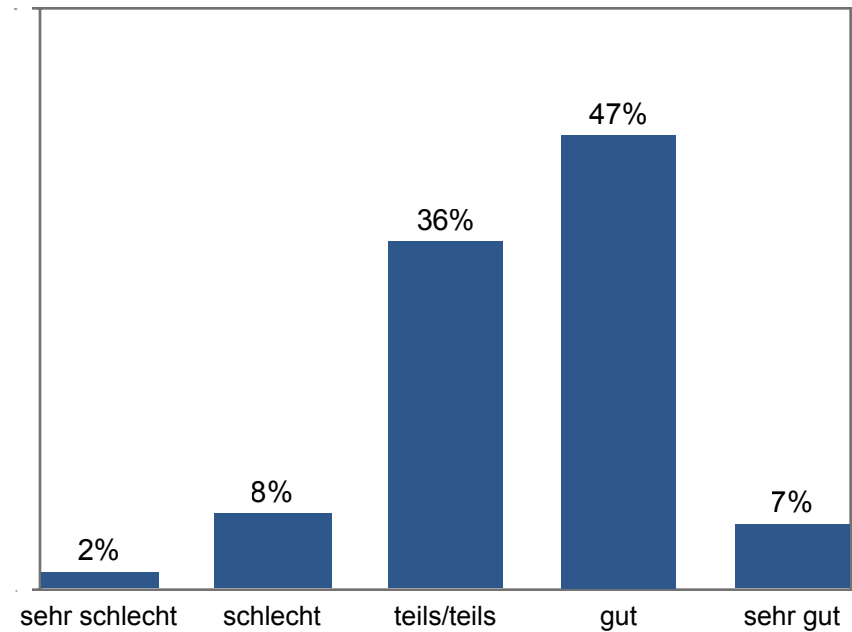
„Wie beurteilen Sie die Lebensqualität in Deutschland?“ /
„Wie beurteilen Sie die Wirtschaftslage in Deutschland?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = teils/teils, 4 = gut, 5 = sehr gut.

Lebensqualität



Wirtschaftslage



Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

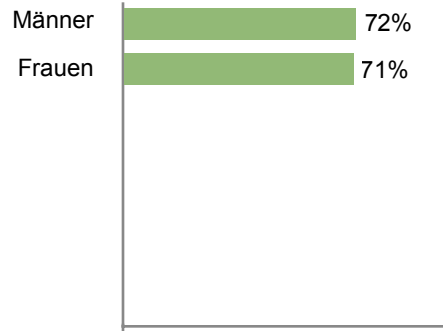
Lebensqualität und Wirtschaftslage in Deutschland (nach Geschlecht, Alter und Parteineigung)

„Wie beurteilen Sie die Lebensqualität / die Wirtschaftslage in Deutschland?“

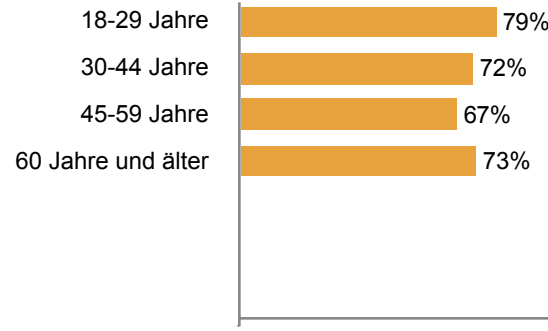
Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = teils/teils, 4 = gut, 5 = sehr gut.
In den Grafiken sind die Anteile derjenigen abgebildet, die mit gut oder sehr gut geantwortet haben.

Lebensqualität

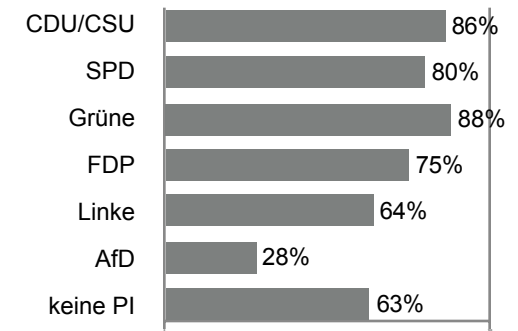
Geschlecht



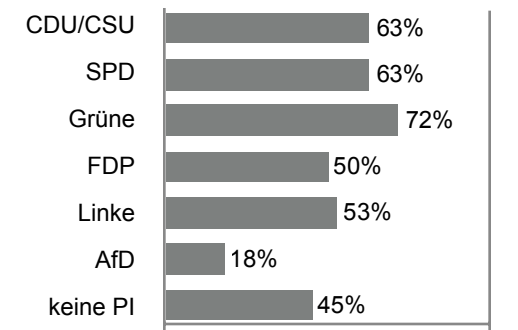
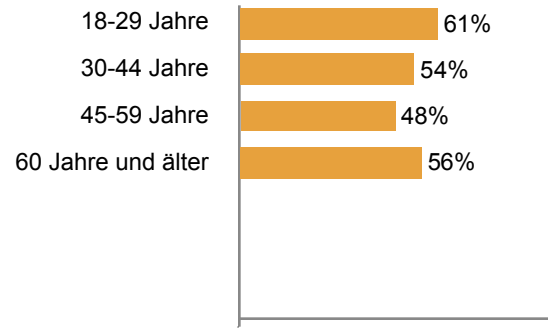
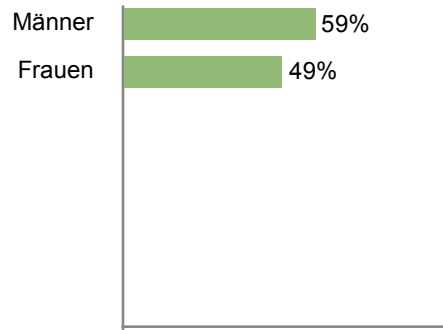
Alter



Parteineigung



Wirtschaftslage



Demokratie- und Regierungs-Zufriedenheit

Demokratie- und Regierungs-Zufriedenheit

- Zu den grundlegenden Einstellungen der Wähler:innen zählen die längerfristig angelegte Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie in Deutschland und die situationsabhängigere Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung. Die Zufriedenheit mit der Demokratie ist - wie üblich - unter den Befragten größer als die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung (47% versus 33%). Und umgekehrt: Mit der Demokratie sind deutlich weniger Menschen unzufrieden (17%) als mit der Arbeit der Regierung (29%).
- Männer und Frauen unterscheiden sich im Hinblick auf ihre Demokratie-Zufriedenheit nicht wesentlich voneinander. Im Hinblick auf die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung überwiegen bei den Männern leicht die Unzufriedenen, während bei den Frauen die Zufriedenen überwiegen.
- Was die Altersgruppen betrifft, so ist die Demokratie-Zufriedenheit bei der jüngsten und bei der ältesten Altersgruppe am größten. Am geringsten ist der Anteil positiver Bewertungen bei den 45- bis 59-Jährigen. Die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung ist bei den Ab-60-Jährigen am größten.
- Betrachtet man die Parteibindungen, so fallen die Demokratie-Zufriedenheit und die Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung bei den AfD-Anhänger:innen deutlich aus dem Rahmen. Mit der Demokratie sind nur vier Prozent der AfD-Anhänger:innen zufrieden, 72 Prozent sind unzufrieden. Und mit der Arbeit der Regierung sind nur zwei Prozent der AfD-Anhänger:innen zufrieden, aber 84 Prozent sind unzufrieden.
- Auf der Links-Rechts-Skala ordnen sich die AfD-Anhänger:innen mit Abstand am weitesten rechts ein. In der Nähe der Skalen-Mitte ordnen sich die Anhänger:innen der Union und der FDP ein - sowie die Personen ohne Parteineigung. Auf der linken Seite der Skala finden ordnen sich die Anhänger:innen der SPD, der Grünen und der Linken ein (Letztere am weitesten links).

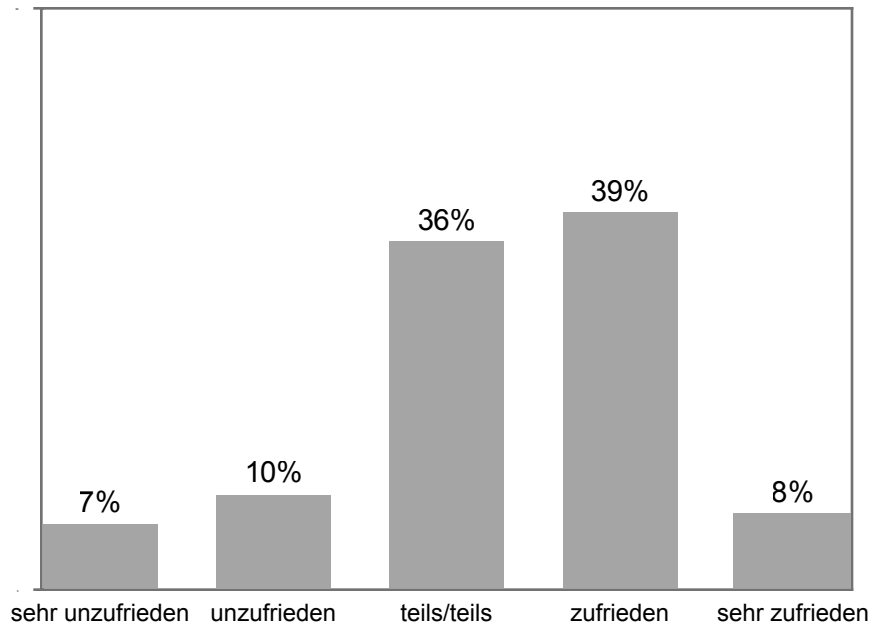
Demokratie-Zufriedenheit und Regierungs-Zufriedenheit in Deutschland



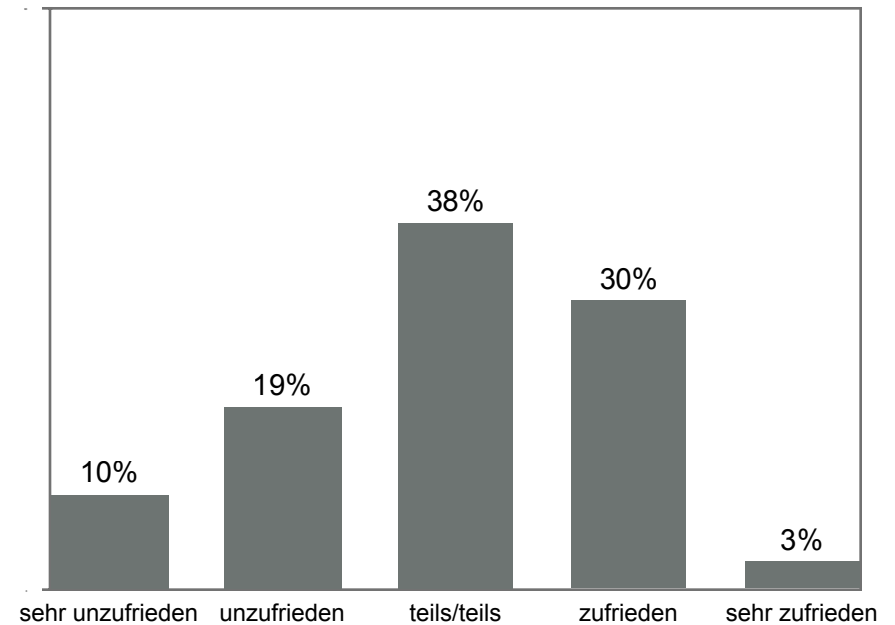
„Wie zufrieden sind Sie - alles in allem - mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?“ / „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Bundesregierung?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr unzufrieden, 2 = unzufrieden, 3 = teils/teils, 4 = zufrieden, 5 = sehr zufrieden.

Demokratie-Zufriedenheit



Regierungs-Zufriedenheit



Basis: 20.095 Befragte in Deutschland

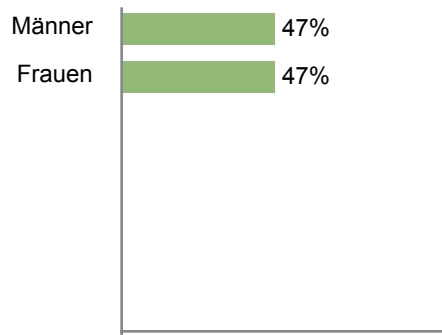
Demokratie-Zufriedenheit in Deutschland (nach Geschlecht, Alter und Parteineigung)



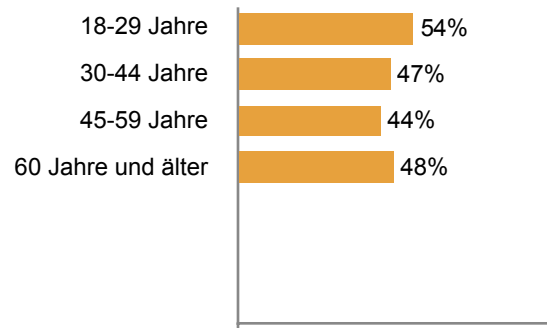
„Wie zufrieden sind Sie - alles in allem - mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr unzufrieden, 2 = unzufrieden, 3 = teils/teils, 4 = zufrieden, 5 = sehr zufrieden. In den Grafiken sind die Anteile derjenigen abgebildet, die mit zufrieden oder sehr zufrieden geantwortet haben (Zufriedene) bzw. die mit unzufrieden oder sehr unzufrieden geantwortet haben (Unzufriedene).

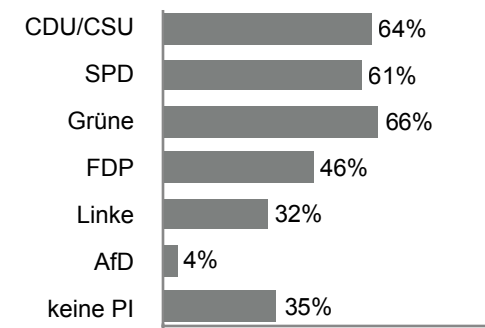
Zufriedene



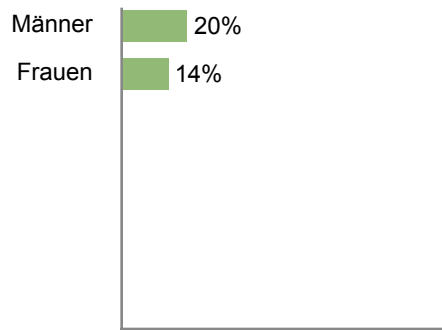
Zufriedene



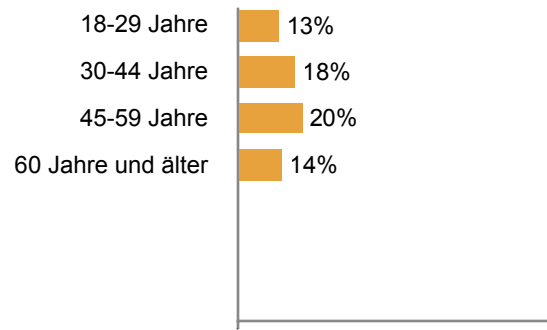
Zufriedene



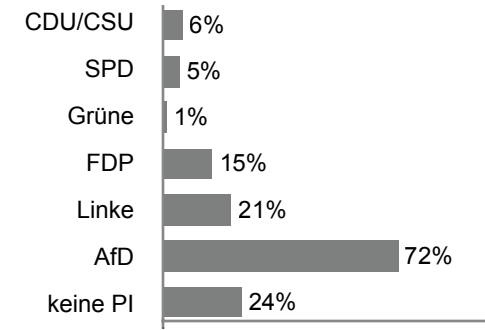
Unzufriedene



Unzufriedene



Unzufriedene



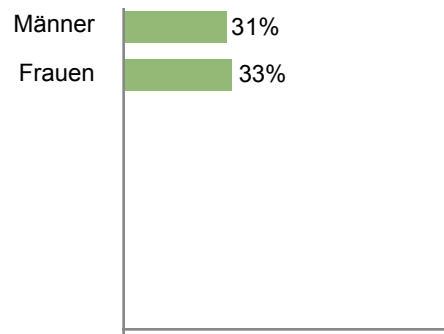
Regierungs-Zufriedenheit in Deutschland (nach Geschlecht, Alter und Parteineigung)



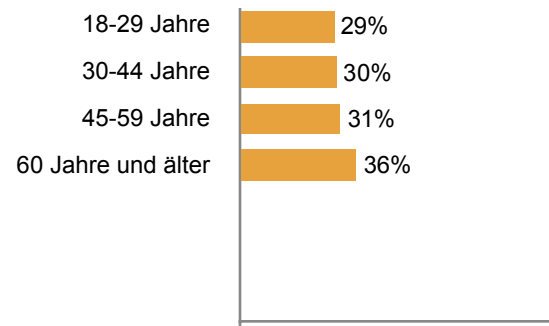
„Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Bundesregierung?“

Antwortmöglichkeiten: 1 = sehr unzufrieden, 2 = unzufrieden, 3 = teils/teils, 4 = zufrieden, 5 = sehr zufrieden. In den Grafiken sind die Anteile derjenigen abgebildet, die mit zufrieden oder sehr zufrieden geantwortet haben (Zufriedene) bzw. die mit unzufrieden oder sehr unzufrieden geantwortet haben (Unzufriedene).

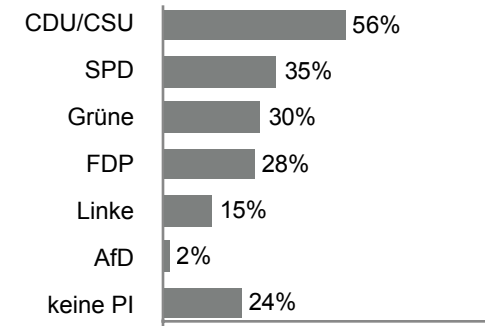
Zufriedene



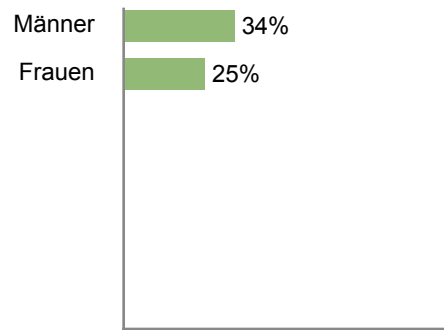
Zufriedene



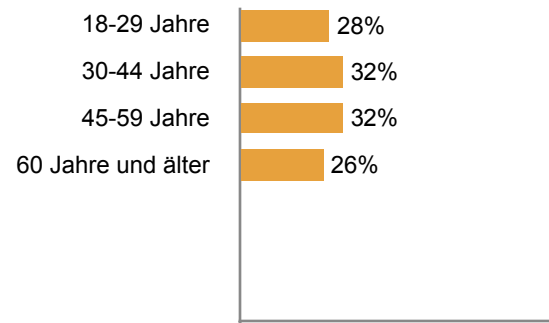
Zufriedene



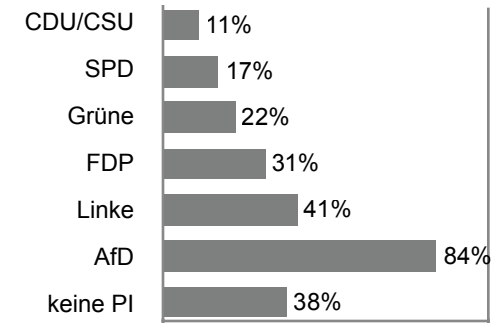
Unzufriedene



Unzufriedene



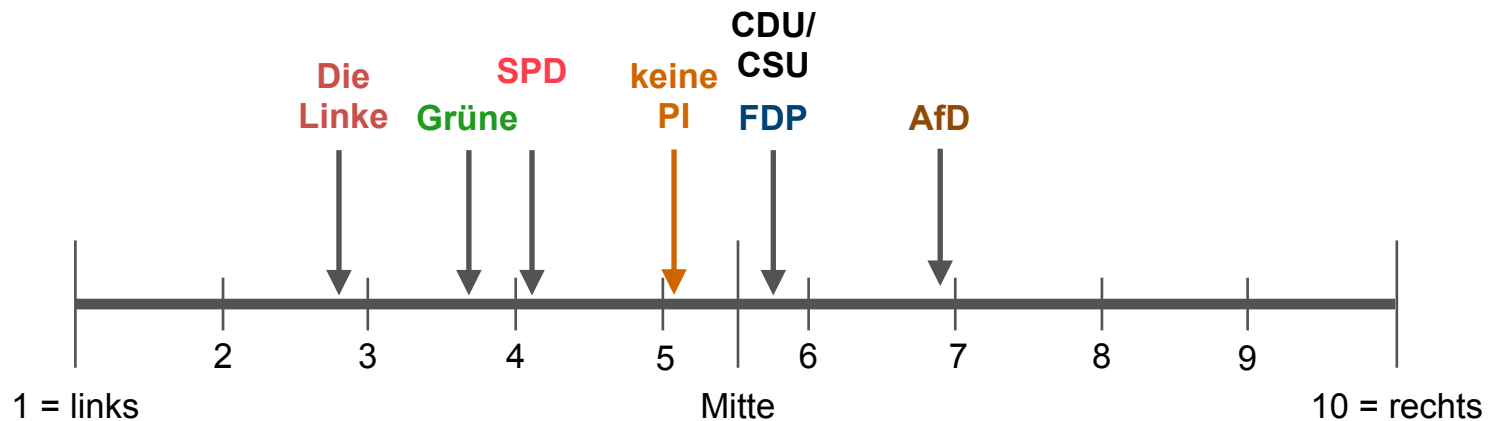
Unzufriedene



Die Selbst-Einstufung der Anhänger:innen der Parteien auf der Links-Rechts-Skala

„In der Politik reden die Leute häufig von ‘links’ und ‘rechts’. Wenn Sie diese Skala von 1 bis 10 benutzen, wo würden Sie sich einordnen, wenn 1 „links“ und 10 „rechts“ ist?

Die Parteineigung (PI) wurde wie folgt ermittelt: „Viele Leute in Deutschland neigen längere Zeit einer bestimmten Partei zu, obwohl sie auch ab und zu mal eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Neigen Sie - ganz allgemein gesprochen - einer bestimmten Partei zu?“ Falls ja: „Und welche Partei ist das?“



Basis: 20.095 Befragte in Deutschland



Prof. Dr. Frank Brettschneider

Universität Hohenheim
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft
Fruwirthstraße 46
70599 Stuttgart

Tel. 0711-459-24030

frank.brettschneider@uni-hohenheim.de
<https://komm.uni-hohenheim.de>

Prof. Manfred Güllner
Dr. Peter Matuschek

forsa Gesellschaft für Sozialforschung und
statistische Analysen mbH

Gutenbergstr. 2
10587 Berlin

Tel. 030-62882-0

info@forsa.de
<https://www.forsa.de>