

Freie Universität Berlin

Otto- Suhr- Institut für Politikwissenschaft

Bachelorarbeit

Betreuung und Erstgutachter: Prof. Dr. Oskar Niedermayer

Zweitgutachter: Prof. Dr. Dieter Ohr

Die Wähler der Piratenpartei

von Matthias Dilling

Verteidigungsjahr: 2012

Inhaltsverzeichnis

1. Vier in Serie: Die Piraten als neuer Akteur im Parteienwettbewerb	S. 3
2. Theorie und Operationalisierung	S. 5
2.1. Ein modifiziertes Modell zur Erklärung von Wahlverhalten	S. 5
2.1.1. Der soziologische Ansatz	S. 6
2.1.2. Der sozialpsychologische Ansatz unter Berücksichtigung der Modifikation von Brettschneider 2001	S. 9
2.2. Operationalisierung	S. 13
3. Die zwei Hauptmotive der Piratenwahl	S. 14
3.1. Eine verlässliche Basis: Die Digital Natives	S. 14
3.2. Eine missverstandene Gruppe: Die Protestwähler	S. 19
4. Fazit	S. 32
5. Literaturverzeichnis	S. 34

1. Vier in Serie: Die Piraten als neuer Akteur im Parteienwettbewerb

„Wir müssen den Dialog mit den Wählern der Piratenpartei aufnehmen und uns um die Wähler der Zukunft kümmern, um die jungen Wähler“ – mit diesen Worten trug Bundeskanzlerin Angela Merkel dem Zwei-Prozent-Achtungserfolg der Piratenpartei bei der Bundestagswahl 2009 Rechnung (Merkel nach Zolleis/Probst/Strauch 2010: 5). Zu diesem Zeitpunkt wurden die Piraten jedoch noch nicht als Bedrohung für die etablierten Parteien angesehen. Zu gering schien ihr Entwicklungspotential (vgl. Jesse 2011: 190, Neumann 2011: 101). Das deutsche Parteiensystem blieb trotz eines tendenziell zunehmenden Anteils parteiungebundener Wähler und der Schrumpfung der sozialstrukturellen Großgruppen seit den 80er-Jahren erstaunlich stabil (vgl. Blumberg 2010: 25–26, Debus/Faas 2012: 189).¹ Diese Stabilität könnte allerdings bei den kommenden Landtagswahlen und der Bundestagswahl 2013 schwinden (vgl. ebd.). Denn die schon fast abgeschriebene Piratenpartei entert mit 7,8 Prozent bei der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen 2012 nach Berlin, dem Saarland und Schleswig-Holstein das vierte Landesparlament in Folge (vgl. Infratest dimap 2012₁: 1). Auch wenn es jeweils landesspezifische Gründe für den Wahlausgang gab,² lässt sich festhalten, dass der „Erfolg der Piratenpartei [...] nicht allein auf ein urbanes Lebensstilphänomen“ zurückzuführen ist (Neu/Borchard 2012₂: 9). Vielmehr erreichte sie in Berlin mit ihrer erstmaligen parlamentarischen Repräsentation gleich auch die koalitionsstrategische Inklusion, da mit ihr zumindest rechnerisch eine minimale Gewinnkoalition gebildet werden konnte.³ Damit hat sie nunmehr die vierte von fünf Karrierestufen der Etablierung neuer

¹ Lediglich durch die Wiedervereinigung und der sozialpolitischen Reformmaßnahmen der rot-grünen Bundesregierung zwischen 2003 und 2005 wurde die Fragmentierung des deutschen Parteiensystems durch die PDS bzw. die Linkspartei auf parlamentarischer Ebene erweitert (vgl. Debus/Faas 2012: 189).

² Vgl. für die Abgeordnetenhauswahl 2011 in Berlin Niedermayer 2012₁: 51–53 sowie Niedermayer 2012₂: 44–48, für die Landtagswahl 2012 im Saarland Neu/Borchard 2012₁: 4–8, für die Landtagswahl 2012 in Schleswig-Holstein Neu/Borchard 2012₂: 5–9 und für die Landtagswahl 2012 in Nordrhein-Westfalen Infratest dimap 2012₁.

³ Darunter wird hier ein Bündnis verstanden, das einerseits eine Regierungsmehrheit hat und andererseits auf jeden Koalitionspartner angewiesen ist, um diese Mehrheit zu erreichen (vgl. Niedermayer 2010: 839).

Parteien übersprungen (vgl. Niedermayer 2010: 840).⁴ Die Piraten sind demnach kein „Gag der digitalen Wahlkampfkommunikation“ (Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 30), sondern Ausdruck einer Schwäche der etablierten Parteien. Denn erst wenn diese die Bedürfnisse der Wählerschaft nicht mehr befriedigen, eröffnen sie einer neuen Partei „den Eintritt in den Wählermarkt“ (ebd.). Die Suche nach den Motiven dieses Wahlverhaltens ist nicht nur für die etablierten Parteien, sondern auch für die Politikwissenschaft von Bedeutung, da eine Vielzahl der bisherigen Arbeiten vor dem elektoralen Durchbruch der Piraten in Berlin 2011 verfasst wurden und zudem den Fokus auf die Bedeutung der „Digital Natives“ (Bartels 2009: 270) legen.⁵ Sie sind aber lediglich ein Teil der Erklärung der Piratenwahl. Vor diesem Hintergrund geht diese Arbeit folgender Fragestellung nach:

Warum haben die Piratenparteiwähler die Piratenpartei gewählt?

Zur Annäherung an diese Frage wird in dieser Arbeit auf zwei prominente Modelle zur Erklärung von Wahlverhalten Bezug genommen. Dabei handelt es sich zum einen um das soziologische Modell, das Wahlverhalten anhand der sozialen Position des Wählers erklärt (vgl. Lazarsfeld/Berelson/Gaudet 1948: 16—27). Zum anderen wird das häufig rezipierte sozialpsychologische Modell verwendet (vgl. Schoen/Weins 2005: 199), das die Stimmabgabe mit einer Einstellungstrias aus langfristiger Parteiidentifikation sowie zweier Kurzfristfaktoren erläutert (vgl. ebd.: 190). Unter Letzteren wird hier gemäß der Modifikation Brettschneiders die Orientierungen gegenüber Parteien und Kandidaten verstanden (vgl. Brettschneider 2011: 382—385), um die Besonderheiten des Phänomens der

⁴ Die erste Stufe erreichte sie mit der Zulassung der Landesliste zur Teilnahme an der hessischen Landtagswahl im Januar 2008. Die zweite Karrierestufe übersprang die Piratenpartei, indem die anderen Parteien nach der Bundestagswahl 2009 partiell auf bestimmte Forderungen der Piraten im Bereich der Netzpolitik eingingen. Die dritte Stufe stellt der Parlamenteinzug da. Lediglich die Stufe der Regierungsbeteiligung wurde noch nicht erreicht (Vgl. Niedermayer 2010: 842—844). Über die Rezeption inhaltlicher Forderungen durch andere Parteien vgl. Bartels 2009: 191—196.

⁵ Zolleis/Probst/Strauch nutzten beispielsweise das soziologische Konzept der lebensweltlichen Milieus, um die Piratenwahl zu erklären (vgl. Zolleis/Probst/Strauch 2010: 26—30), wohingegen diese Arbeit einen stärker politikwissenschaftlichen Ansatz verfolgt.

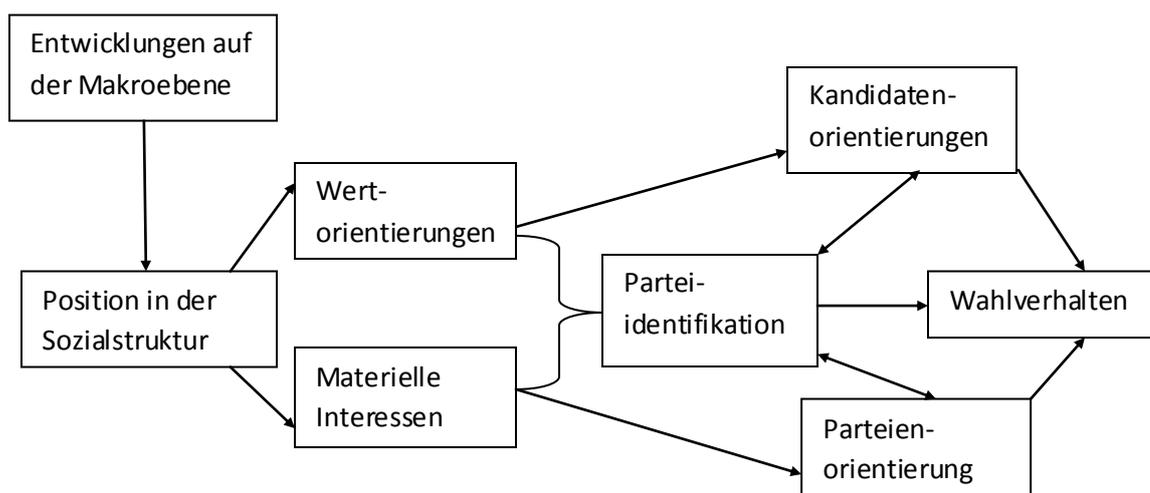
Piratenwahl besser darstellen zu können. Niedermayer vereint beide Ansätze in einem integrierten Modell zur Erklärung von gegenwärtigem cleavage-basierten Wahlverhalten. Sein Modell schafft es, Wertorientierungen in beide Wahlverhaltensmodelle einzubeziehen (Vgl. Niedermayer 2009: 36–37). Es dient daher hier als theoretisches Fundament und wird im Folgenden erläutert, um eine theoriegestützte Operationalisierung formulieren zu können. Anschließend wird es im empirischen Teil dieser Arbeit auf Daten von Infratest dimap sowie auf Primär- und Sekundärliteratur angewandt, um die Motive der Piratenwahl herauszuarbeiten.

2. Theorie und Operationalisierung

2.1. Ein modifiziertes Modell zur Erklärung von Wahlverhalten

In dieser Arbeit wird sich auf das wie folgt modifizierte integrierte Modell zur Erklärung von Wahlverhalten bezogen:

Abbildung 1: Modifikation eines Integrierten Modells zur Erklärung von Wahlverhalten



(Quelle: Niedermayer 2009: 36, Brettschneider 2001: 385; eigene Darstellung)

Das soziologische und das sozialpsychologische Erklärungsmodell werden nun vorgestellt.

2.1.1. Der soziologische Ansatz

Veränderungen auf der Makroebene führen zur Herausbildung von gesellschaftlichen Großgruppen, die eine gemeinsame Position in der Sozialstruktur teilen, sowie von gesellschaftlichen Cleavages (vgl. Niedermayer 2009: 36).⁶ Niedermayer definiert Letztere folgendermaßen:

„[Ein Cleavage ist] eine tief greifende, über eine längere Zeit stabile, konflikthafte und im Rahmen des intermediären Systems organisatorisch verfestigte Spaltungslinie zwischen Bevölkerungsgruppen, die über ihre sozialstrukturelle Positionierung und die hieraus abgeleiteten materiellen Interessen und Wertvorstellungen bzw. primär über ihre unterschiedlichen Wertvorstellungen definiert sind“ (Niedermayer 2009: 35).⁷

Die Mitglieder einer Großgruppe haben demnach in der gleichen sozialen Lage ähnliche materielle Bedürfnisse und Interessen (vgl. Schoen 2005₁: 137). Durch den Kontakt mit Menschen der gleichen sozialstrukturellen Position entwickeln sie darüber hinaus ähnliche Wertorientierungen (ebd.: 137). Dies führt zwischen den Angehörigen der verschiedenen Sozialkategorien zu einem Wertekonflikt über die wünschenswerte Gesellschaft (vgl. ebd.: 148).⁸ Die materiellen Interessen sowie die Wertorientierungen werden durch den Kontakt zwischen Angehörigen einer Großgruppe politisiert (vgl. ebd.: 137). Da Menschen stets bemüht sind,

⁶ Seymour Lipset und Stein Rokkan verfassten die Pionierarbeit für den makrosoziologischen Ansatz, der das Wahlverhalten auf die Herausbildung von gesellschaftlichen Großgruppen zurückführt, deren Mitglieder gemäß des gemeinsamen Gruppenbewusstseins wählen. Sie erklären damit die Entstehung von Parteiensystemen in westeuropäischen Demokratien (Vgl. Lipset/Rokkan 1967).

⁷ Hier wird bewusst eine weite Cleavage-Definition verwandt, um cleavage-basiertes Wahlverhalten nicht nur im Rahmen des makrosoziologischen Modells, sondern auch in anderen Modellen zu untersuchen (vgl. Niedermayer 2009: 35—36).

⁸ Die wertbezogene Komponente verleiht der Auseinandersetzung zwischen den verschiedenen Großgruppen zusätzliche Brisanz, da Wertekonflikte deutlich schlechter als divergierende materielle Interessen durch Kompromisse gelöst werden können (vgl. Schoen 2005₁: 149).

„möglichst im Einklang mit ihrer unmittelbaren Umwelt“ zu leben, übernehmen sie „die in ihrer Umgebung geäußerten politischen Orientierungen“ (ebd.: 138).⁹ So wird das Stimmverhalten nach dem Erreichen des Wahlalters geprägt (vgl. ebd.: 151). Der Wahlakt wird als Gelegenheit begriffen, den erworbenen Einstellungen Ausdruck zu verleihen (vgl. ebd.: 137). Die ausgebildete parteipolitische Präferenz ist dabei umso stärker, je politisch homogener und kongruenter die Bezugsgruppe ist. Gehört die Person aber mehreren Großgruppen an oder bewegt sie sich in einem heterogenen Umfeld, schwächen cross-pressures die Parteibindung (Vgl. ebd.: 140).¹⁰ Dies führt Harald Schoen zu folgender Feststellung:

„Politische Einstellungen und speziell Parteipräferenzen stehen daher durchaus unter Veränderungsdruck. Besonders stark ist er in der Phase der Adoleszenz ausgeprägt, die im persönlichen Lebensumfeld von zahlreichen Veränderungen begleitet wird“ (ebd.: 142).

Jedoch kann die Wahlentscheidung auch unabhängig vom Gruppendruck durch die „Interessenidentität der Gruppenmitglieder“ dieselbe sein (ebd.: 151).¹¹ Jeder einzelne Bürger entwickelt aus seiner alltäglichen Erfahrung bestimmte politische Präferenzen, die er bei der Stimmenscheidung als Auswahlkriterium einsetzt. Auf diese Weise kann jeder Bürger individuell im Einklang mit der eigenen sozialen Position wählen (Vgl. ebd.: 170—171). Für die individuellen Wertorientierungen und die wahrgenommene Interessenlage gelten jedoch:

„Sie kann der Wähler nur dann für seine Stimmenscheidung nutzen, wenn die Parteien in ihrem Angebot bei einem bestimmten Urnengang die

⁹ Die Übernahme von politischen Präferenzen wird vor allem dann gefördert, wenn in der häufigen Interaktion mit einer vertrauten Person des gleichen sozialen Umfelds tatsächlich über politische Präferenzen gesprochen wird (Schoen 2005₁: 138).

¹⁰ Cross-pressures bezeichnen die aus einem heterogenen Nahumfeld einer Person resultierenden und einander widersprechenden Wahlnormen. Hier liegt eine der Schwächen des ursprünglichen soziologischen Modells, das instabiles Wahlverhalten nur ex negativo aus dem Fehlen der Voraussetzungen für stabiles Stimmverhalten erklärt (vgl. Schoen 2005₁: 144).

¹¹ Vergleiche hier die unterschiedlichen Ansätze von Kitschelt und Lipset/Rokkan (vgl. Schoen 2005₁: 170—172).

Wertorientierungen oder Interessen politisieren, sich also die Durchsetzung bestimmter Interessen auf die Fahne schreiben oder an bestimmte Werthaltungen appellieren“ (ebd.: 154).

Dabei ist es weitestgehend irrelevant, ob die gewählte Partei „eine realistische Chance besitzt, ins Parlament einzuziehen“ (ebd.: 138). Sie muss lediglich die Angehörigen einer Gruppe überzeugen, dass sie „die geeignete Vertretung ihrer Anliegen in der politischen Arena“ sowie die „Sachverwalterin der Interessen“ dieser Gruppe ist (ebd.: 149). Dafür sollte eine neue Partei „einen Platz im Politikraum [...] besetzen, der noch nicht von den etablierten Parteien eingenommen wurde“ (Debus/Faas 2012: 193). Der Raum des Parteienwettbewerbs wird hier im Sinne der Pluralization Theory als zweidimensionaler Raum verstanden (vgl. Kitschelt/Hellemans 1990: 211—216).¹² Neue Parteien suchen sich auf der sozioökonomischen Achse, mit den Extremen Staatsinterventionismus und Marktliberalismus, sowie auf der soziokulturellen Achse, mit den Polen Autoritarismus und Libertarismus, einen Raum, der ihnen einen Alleinvertretungsanspruch von Wählerinteressen gewährt. Die Partei muss in der Folge immer wieder gruppenspezifische Streitfragen auf die Agenda bringen, um das Gruppenbewusstsein für die Übereinstimmung eigener

¹² Diese geht auf die Überlegungen Ronald Ingleharts zurück, der aufgrund eines Wertewandels in industrialisierten Gesellschaften von einem Bedeutungswandel von Links und Rechts ausgeht. Die Hauptkonfliktlinie zwischen Parteien verlaufe zwischen postmaterialistischen und materialistischen Werten (Vgl. Inglehart/Flanagan 1987: 1296—1303). Scott Flanagan greift die Idee des Wertewandels auf. Dieser verlaufe aber nicht auf einer Achse. Vielmehr differenziert Flanagan zwischen materialistischen Positionen einerseits und autoritären und libertären Werten andererseits (Vgl. ebd.: 1303—1306). Während Inglehart und Flanagan nun vorschlagen, dass sich die Bedeutungen von Links und Rechts gewandelt haben, argumentieren Kitschelt und Hellemans, dass die traditionelle Links-Rechts-Dimension, basierend auf sozioökonomischen Fragen, bleibt. Darüber hinaus erkennen sie eine Pluralisierung der Konfliktlinien. Die zusätzliche Achse repräsentiert Flanagans Libertarismus-Autoritarismus-Dimension (Vgl. Kitschelt/Hellemans 1990: 211—216). Eine Übersicht über konkurrierende Theorien bietet Knutsen (vgl. Knutsen 1995: 64—68). Da eine Untersuchung, ob die Piratenpartei eine völlig neue Konfliktlinie repräsentiert, den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, wird hier das allgemein anerkannte zweidimensionale Modell verwandt (vgl. Kitschelt/Hellemans 1990: 230, Niedermayer 2009: 37—44).

Interessen mit der Partei wach zu halten (vgl. Schoen 2005₁: 149).¹³ Gelingt das der Partei, verfestigt sich die in der Sozialisation herausgebildete Wahlnorm durch zunehmende Wahlerfahrung und häufige Stimmabgabe für dieselbe Partei und bündelt sich mit den aus der Sozialstruktur erwachsenden Einflussfaktoren in der Parteiidentifikation. Diese „psychologische Parteimitgliedschaft“ steht im Zentrum des sozialpsychologischen Ansatzes (Brettschneider 2001: 361).

2.1.2. Der sozialpsychologische Ansatz unter Berücksichtigung der Modifikation von Brettschneider 2001

Nach Angus Campbells et al. Konzeption steht das Wahlverhalten an der Mündung eines Trichters, der alle für die Wahlentscheidung relevanten Faktoren enthält (vgl. Campbell et al. 1960: 24—37).¹⁴ Dieser funktioniert nach folgender Logik:

„Most of the complex events in the funnel occur as a result of multiple prior causes. Each such event is, in its turn, responsible for multiple effects as well [...]. We progressively eliminate those effects that do not continue to have relevance for the political act. Since we are focused to take all partial causes as relevant at any juncture, relevant effects are therefore many fewer in number than relevant causes. The result is a convergence effect“ (ebd.: 24).

Diesem Ansatz folgend beeinflussen alle relevanten Faktoren, wie die vom individuellen Umfeld geprägten Wertorientierungen und Interessen, die politischen Einstellungen. Diese bestimmen das Wahlverhalten (Vgl.

¹³ Zur politischen Durchsetzbarkeit der Forderungen einer Gruppe müssen vier Schwellen überwunden werden: die Legitimationsschwelle, die Inkorporationsschwelle, die Repräsentationsschwelle sowie die Schwelle der majority power. Angesichts dieser Hindernisse kann innerhalb einer Großgruppe darauf verzichtet werden, sich in einer eigenen Partei zu organisieren, um sich stattdessen einer etablierten Partei anzuschließen (Vgl. Schoen 2005₁: 147).

¹⁴ Ihr Ansatz wird meist als sozialpsychologisches Modell zur Erklärung von Wahlverhalten rezipiert. Aber auch die Bezeichnungen Ann-Arbor-Ansatz beziehungsweise Michigan-Modell sind in der Literatur gebräuchlich. Die Arbeiten *The Voter Decides* (1954) und *The American Voter* (1960) der Forschergruppe um Angus Campbell gelten als Standardwerke dieses Ansatzes (Vgl. Schoen/Weins 2005: 189).

Schoen/Weins 2005: 193—194).¹⁵ Das zeitlich stabilste Produkt dieser Faktoren ist die Parteiidentifikation,¹⁶ die von Harald Schoen und Comelia Weins so definiert wird:

„Sie gilt als langfristig stabile affektive Bindung an eine politische Partei, die in einer frühen Phase der politischen Sozialisation erworben wird und sich im Laufe des Lebens intensiviert. Sie läßt Politik interessant und wichtig erscheinen, ‚färbt‘ die individuelle Wahrnehmung des politischen Geschehens, also etwa von Spitzenpolitikern und der politischen Agenda, und prägt das Wahlverhalten, das von ihr jedoch infolge kurzfristiger Einflüsse abweichen kann“ (Schoen/Weins 2005: 206).

Aufgrund politischer Erfahrungen und Wahlredundanz der gleichen Partei kann die Intensität und Stabilität der Parteiidentifikation im Lebensverlauf zunehmen.¹⁷ Politische Erfahrungen können diese einerseits stärken, wenn sie die eigenen Einstellungen bestätigen. Andererseits können sie die Parteiidentifikation schwächen, wenn sie ihr widersprechen. Die Identifikation mit einer Partei färbt zwar die Realitätswahrnehmung, aber sie immunisiert nicht vollständig gegen ihr widersprechende Informationen. Eine lange und stabile Parteiidentifikation beeinflusst die Wahrnehmung der politischen Realität stärker als eine kurze (Vgl. ebd.: 212—213). Folglich sind Parteibindungen im Jugendalter fragiler, denn sie „können naturgemäß noch nicht alt sein und besitzen daher eine geringe Filterwirkung“ (ebd.: 212).

Seit einiger Zeit führen jedoch langfristige Prozesse des ökonomischen, sozialen und kulturellen Wandels zu einer Abnahme der langfristigen Parteiidentifikation

¹⁵ Da die politischen Einstellungen alle relevanten Faktoren enthalten, werden letztere in der rezipierten Form des sozialpsychologischen Modells nicht mehr gesondert untersucht (vgl. Schoen/Weins 2005: 194).

¹⁶ Indem die Faktoren, die zur Herausbildung der Parteiidentifikation führen, hier berücksichtigt werden, wird auf die Kritik des psychologischen Reduktionismus sowie auf die Idee des funnel of causality eingegangen (vgl. Schoen/Weins 2005: 193—194, Campbell et al. 1960: 24—37).

¹⁷ Hierbei lässt sich festhalten, dass mit steigender Intensität auch die Stabilität der Parteiloyalität zunimmt (vgl. Schoen/Weins 2005: 216).

(vgl. Niedermayer 2010: 850). Eine nachlassende Parteibindung bedeutet zugleich, dass ein wachsender Teil des Elektorats bei der Wahlentscheidung stärker auf Kurzfristfaktoren als Entscheidungskriterium zurückgreift. So nimmt der Anteil der früh entschiedenen Wähler ab und der Anteil derjenigen zu, die sich von Wahlkämpfen beeinflussen lassen. Dies erhöht die Erfolgsaussichten von neuen Parteien (vgl. Schoen/Weins 2005: 225). In der rezipierten Form des sozialpsychologischen Modells handelt es sich bei den Kurzfristfaktoren um Orientierungen zu Themen und Kandidaten (vgl. ebd.: 200). Dieser Differenzierung widerspricht Frank Brettschneider, indem er erklärt: „Die Beurteilung der Kompetenz einzelner Kandidaten zur Lösung bestimmter politischer Sachfragen ist also ein integraler Bestandteil der Kandidatenbewertung. Es handelt sich dabei um eine themenspezifische Kandidatenorientierung“ (Brettschneider 2001: 382). Er kritisiert die Vernachlässigung von parteibezogenen Einstellungen unter Berufung auf das ursprüngliche Michigan-Modell, das die Einstellungen zu den politischen Parteien als eigenständigen Einflussfaktor verstand (Vgl. Schoen/Weins 2005: 200–201, Campbell et al. 1960: 27, 34, 42–63). Brettschneider greift diese Überlegung auf, indem er von beiden Akteurstypen, den Kandidaten und den Parteien, ausgeht und neben der langfristigen Parteiidentifikation zwischen den kurzfristigen Kandidaten- und Parteienorientierungen unterscheidet.¹⁸ Dadurch löst er das Problem des rezipierten Michigan-Modells, das durch eine analytische Gleichsetzung der Bewertungsobjekte und der Bewertungsdimensionen Schwierigkeiten hat, themenspezifische Kandidatenorientierungen einzuordnen (Vgl. Brettschneider 2001: 382–383). Parteien und Kandidaten werden nach vier Dimensionen bewertet.¹⁹

¹⁸ Brettschneider argumentiert, dass Parteien in parlamentarischen Demokratien noch vor Kandidaten die „zentralen Beurteilungsobjekte“ sind (Brettschneider 2001: 383).

¹⁹ Die Berücksichtigung von politischen wie auch unpolitischen Merkmalen in der Kandidatenbewertung findet sich häufig im wissenschaftlichen Diskurs, auch wenn die Bezeichnungen teilweise variieren. So nennt beispielsweise Niedermayer Sachkompetenz, Managerfähigkeit, Integrität und persönliche Eigenschaften als Kategorien der Beurteilung von Kandidaten (vgl. Niedermayer 2005: 55–56).

Abbildung 2: Bewertungsobjekte und Bewertungsdimensionen nach Brettschneider 2001

Bewertungs- objekte Bewertungs- dimensionen	Parteien	Spitzenkandidaten
Themenkompetenz	Problemlösungs- kompetenz in verschiedenen Politikfeldern	Problemlösungs- kompetenz in verschiedenen Politikfeldern
Integrität	Vertrauenswürdigkeit Verlässlichkeit Ehrlichkeit	Vertrauenswürdigkeit Verlässlichkeit Ehrlichkeit
Leadership- Qualitäten	Entscheidungsfähigkeit Geschlossenheit Koordination	Entscheidungsfreude Führungsstärke
Unpolitisches	„Frische“ Originalität	Sympathie Ausstrahlung

(Quelle: Brettschneider 2001: 383)

Beide Kurzfristfaktoren werden von der Parteiidentifikation beeinflusst, können aber auch auf diese bestätigend oder schwächend zurückwirken. Die von Brettschneider angesprochene Wechselwirkung zwischen den beiden Kurzfristfaktoren soll hier nicht berücksichtigt werden (Vgl. ebd.: 384), da ein Modell, das sämtliche Wechselwirkungen enthält, statistisch nicht geschätzt werden kann. Es sind zu wenige Informationen vorhanden, um alle einzelnen Koeffizienten stabil zu identifizieren (Vgl. Schoen/Weins 2005: 201–202). Der

Grad der Rekursivität der Beziehungen zwischen der Parteiidentifikation und den Kandidaten- sowie Parteienorientierungen ist dabei kontextabhängig. Gesellschaftliche, institutionelle und politische Faktoren auf der Meso- und Makroebene beeinflussen die Beziehung zwischen den Einstellungen und deren Gewicht bei der Erklärung des Wahlverhaltens auf der Mikroebene. Besonders in Zeiten nachlassender Parteibindung und schwieriger Zuordnung von Policies zu Parteien wächst die Bedeutung der dynamischen Bewertungsdimensionen (Vgl. ebd.: 204—205). Sie können innerhalb einer Legislaturperiode zu einer Veränderung der Parteibindung und damit zu wechselndem Wahlverhalten führen (vgl. Schoen 2005₂: 380—382).

Aus den theoretischen Überlegungen ergeben sich die folgenden Konsequenzen für das weitere methodische Vorgehen.

2.2. Operationalisierung

Ausgehend vom oben beschriebenen Modell lassen sich zwei Hypothesen ableiten.

H1: Je mehr man eine Partei als politische Vertretung der eigenen, von der sozialen Position stark geprägten, Interessen und Werten wahrnimmt, desto eher wählt man diese.

H2: Je stärker das Bild einer Partei den eigenen politischen Einstellungen entspricht, desto eher wählt man diese.

Diese sollen nun getestet werden. Hierbei sei die Piratenwahl die abhängige Variable. Ferner ergeben sich aus den Hypothesen zwei unabhängige Variablen.²⁰

X1= Wahrnehmung der Piratenpartei als politische Vertretung sozialstrukturell geprägter Interessen und Werte

²⁰ Diese Arbeit kann aufgrund ihrer Begrenztheit keine vollständige Untersuchung sämtlicher potentieller Motive der Piratenwahl bieten. Sie begrenzt sich daher auf die beiden Hauptmotive.

X2= Wahrnehmung der Piratenpartei als Ausdrucksmöglichkeit des Protests gegen die etablierten Parteien

X1 erklärt im Sinne des soziologischen Modells, dass ein Teil der Wählerschaft die Piratenpartei als ihre politische Interessenvertretung ansehen. Aus ihrer sozialstrukturellen Position erwachsen Interessen und Werte, die sie mit den Piraten in Verbindung setzen. Diese Gruppe umfasst vor allem die Kernwählerschaft, denen Netzpolitik sehr wichtig ist und die potentiell schon bei der Bundestagswahl 2009 für die Piratenpartei stimmten.

Die zweite unabhängige Variable folgt stärker der sozialpsychologischen Perspektive und dient der Erklärung des Wahlverhaltens derjenigen, die aus Unzufriedenheit mit den etablierten Parteien für die Piraten votieren. Die Piratenwahl resultiert hier aus den Parteienorientierungen dieses Teiles des Elektorats.

3. Die zwei Hauptmotive der Piratenwahl

3.1. Eine verlässliche Basis: Die Digital Natives

Durch den signifikanten Bedeutungszuwachs des Internets werden innen-, rechts- und gesellschaftspolitische Aspekte sowie Fragen zur Struktur und Zugänglichkeit der politischen Institutionen in Deutschland aufgeworfen. Es entsteht bei vielen internetaffinen Wählern eine Nachfrage nach programmatisch-inhaltlichen Standpunkten zur Stärkung des Individuums sowie zur Zurückdrängung der Einflussmöglichkeiten des Staates (Vgl. Debus/Faas 2012: 191). Ihnen geht es darum, „die durch die digitale Revolution ausgelösten Konflikte im Sinne einer libertären Freiheitsauffassung aus Sicht der Nutzer zu lösen“ (Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 11). Für diese Wählergruppe ist das Internet integraler Bestandteil der Primärsozialisation. Sie bildet „eine über das Internet vermittelte ‚deterritoriale Gemeinschaft‘“ (Niedermayer 2010: 851). Aus ihren geteilten Netzinteressen entsteht ein gemeinsamer Sinnhorizont, der ein

subjektives Gefühl der Zusammengehörigkeit stiftet (vgl. ebd.). Aus dieser Interessenkonstellation resultiert ein Filtereffekt auf das Wahlverhalten (vgl. Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 29). Diese Wähler suchen gemäß ihrer Netzaffinität eine politische Interessenvertretung (vgl. Blumberg 2010: 5), die sie in der im September 2006 in Berlin gegründeten Piratenpartei fand. Die nach dem Vorbild der schwedischen Piratpartiet zunächst als Single-Issue-Partei agierenden Piraten verstanden sich vor allem als politische Interessenvertretung im Kampf um die Aufrechterhaltung der Freiheit im Internet (Vgl. Bartels 2009: 219, Blumberg 2010: 5–6).²¹ Allerdings brauchte die Partei bis 2009, um ihre Kernklientel zu mobilisieren (vgl. Krätzig 2010: 92).²² Der Vorstoß der damaligen Großen Koalition zur Veränderung des Telemediengesetzes, der am 18.06.2009 in der Verabschiedung des Zugangerschwerungsgesetzes endete, trat eine Debatte los, die über den klassischen Konflikt zwischen den Sicherheitsbedürfnissen von Innenpolitikern und dem Freiheitsverständnis von Bürgerrechtlern hinausging. Zur besseren Bekämpfung von Kinderpornographie sollten Internetseiten gesperrt und der Surfer auf ein Stopp-Schild umgeleitet werden. Die Netzgemeinde protestierte: Das Gesetz verfolge zwar ein gutes Ziel, allerdings mit einem wirkungslosen Mittel, das leicht umgangen werden könne (Vgl. Blumberg 2010: 10, Neumann 2009: o.S.).²³ Es würde der Regierung aber erlauben, auch andere Internetinhalte zu sperren. Daher sei das Gesetz „der Einstieg in die Internetzensur; es drohten ‚chinesische‘ oder ‚iranische‘ Verhältnisse“ (Blumberg

²¹ Für weitere Informationen zur Geschichte der deutschen und schwedischen Piratenpartei vgl. Neumann 2011: 39–45, Bartels 2009:8–130, Zolleis/Probst/Strauch 2010: 7–10, Niedermayer 2010: 842–848, Bieber 2012: 28 sowie Niedermayer 2012: 33–53.

²² Zur genaueren Orientierung in der Parteiengeschichte unterscheidet Christoph Bieber zwischen vier Entwicklungsphasen der Piratenpartei: Die längere Gründungsphase zwischen September 2006 und Juni 2009, die folgende erste Wachstumsphase bis nach der Bundestagswahl 2009, eine Stagnations- und Stabilisierungsphase zwischen September 2009 und September 2011 und die bis heute andauernde zweite Wachstumsphase (Vgl. Bieber 2012: 28–29).

²³ Beispielsweise sind nur wenig Server in Deutschland ansässig. Diese ziehen zudem ständig um. Außerdem würden eher andere Wege zur Verbreitung kinderpornographischen Materials genutzt. Als Beispiele wurden Peer-to-Peer-Netzwerke, Tauschbörsen und Chats genannt (vgl. Blumberg 2010: 10, Neumann 2009: o.S.).

2010: 11). Haltlose und fehlerhafte Behauptungen der Regierung steigerten noch das Misstrauen bei Teilen der Wähler.²⁴ Eine von mehr als 134 000 Menschen unterzeichnete E-Petition gegen das Gesetz wurde nicht berücksichtigt (Vgl. Neumann 2009: o.S.), was teilweise in der öffentlichen Wahrnehmung gängige Vorurteile gegen Parteipolitik bestätigte: „Arroganz der Macht, Beratungsresistenz, Macht- vor Sachpolitik, Ideologie statt Pragmatik“ (ebd.). In diesem Zeitraum geriet die Piratenpartei durch ihre „#zensursula-Kampagne“ verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit (ebd.). Und auch wenn die Petition nicht von der Partei initiiert wurde, fand durch die Nähe der Debatte um Internetsperren zu ihren Forderungen „eine informelle Kopplung an die Parteiorganisation und –kommunikation statt“ (ebd.). Eine parteipolitische Kraft neben den etablierten netzpolitischen Organisationen schien nötig (vgl. ebd.). In dieser Periode „wurde der Grundstein für die Haltung vieler netzaffiner Bürgerinnen und Bürger gelegt, die Piratenpartei als ihre einzige politische Interessenvertretung anzusehen“ (Niedermayer 2012₂: 36). Bartels fasst die Entwicklung zusammen:

„Viele junge und internetaffine Menschen wurden auf diese Weise politisiert, spätestens als sie sahen, dass die erfolgreichste Online-Petition aller Zeiten in Deutschland schlicht und einfach wirkungslos verpuffte und man sich vom Wirtschaftsminister in eine Ecke mit Kinderschändern gestellt sah. In dem Moment war die Piratenpartei zur Stelle und ihr Vorteil war, dass sie völlig unbelastet war. Sie war genauso neu in der Politik wie diese erstmals politisierte Generation der ‚Digital Natives‘“ (Bartels 2009: 270).

Aus dieser politischen Unerfahrenheit „resultiert ein unbefangenes, begeistertes und undogmatisches Herangehen an die Politik. Sie wird nicht als das Aushandeln von wertbasierten Positionen verstanden, sondern als prinzipiell logisch lösbares

²⁴ So wurde behauptet, dass ausländische Seiten von Deutschland aus gar nicht gesperrt werden konnten, was durch eine einfache Benachrichtigung der Provider durch Netzaktivisten widerlegt wurde. Ferner behauptete die damalige Familienministerin Ursula von der Leyen, dass in Indien Kinderpornographie legal sei. Das ist falsch, da es in Indien lediglich kein Gesetz gegen Kinderpornographie gibt, weil jegliche Form von Pornographie verboten ist (Vgl. Neumann 2009: o.S.).

Problem“ (Neumann 2009: o.S.). Die Abgrenzung zu den Vertretern der etablierten Parteien basiert dabei auf die Betonung der eigenen Sozialisation im Netz. Anders als die „Offline-Politiker“ könnten sie internetspezifische Themen mit Sachverstand diskutieren (Blumberg 2010: 26). Es kann davon ausgegangen werden, dass vor allem die Wahlentscheidung vieler Digital Natives zum Achtungserfolg der Piraten bei der Bundestagswahl 2009 führte. Dies kann aus drei Gründen angenommen werden: Erstens wurde die Netzgemeinde durch die Debatte um das Zugängerschwerungsgesetz gerade erst politisiert. Zweitens fokussierte sich die Partei auf das Thema Freiheit im Internet und wurde so noch nicht mit anderen potenziellen Mobilisierungsthemen in Verbindung gebracht (vgl. Blumberg 2010: 5). Schließlich war ein Überspringen der Fünf-Prozent-Sperrklausel unwahrscheinlich, was wohl zu keiner Mobilisierung über das Kernklientel hinaus führte. Folglich gibt die sozialstrukturelle Auswertung der Piratenwähler bei dieser Wahl Aufschluss über die Zusammensetzung der Kernwählerschaft. Sie umfasst „überdurchschnittlich viele junge Männer“ (Krätzig 2010: 92). Bei den männlichen Erstwählern zog sie mit 12 Prozent sogar in etwa gleichauf mit den Grünen und der Linken (vgl. Blumberg 2010: 5, 16). Auch bei der nächsten Alterskohorte, den 25- bis 34-jährigen Männern, erreichte sie mit 6 Prozent ein überdurchschnittliches Ergebnis. Bei den Frauen war die Piratenpartei dagegen deutlich schwächer und bei den älteren Wählern kaum vertreten (Vgl. ebd.: 16). Eine hohe Zustimmung konnten die Piraten auch bei den „tendenziell höher Gebildeten, aber auch bei Arbeitslosen sowie Konfessionslosen verbuchen“ (ebd.). Ihr regionaler Schwerpunkt lag in den Großstädten. Hier schnitt sie vor allem in Berlin, dem Mekka der deutschen Internet-Startups (vgl. Park Avenue 2012: o.S.), mit 3,4 Prozent gut ab (vgl. Blumberg 2010: 16). Diese Wahlberechtigten verbringen beruflich und privat viel Zeit im Internet und sind um ihre virtuellen Freiheitsrechte besorgt (vgl. Krätzig 2010: 92, Jesse 2011: 190). Für sie ist die Netzpolitik das wahlentscheidende Thema (vgl. Niedermayer 2010: 851). So gaben auch bei den Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen 25 bis 27 Prozent der Piratenpartei-Wähler an, dass für

sie die Netzpolitik eines der wichtigsten politischen Probleme sei. Damit war es unter den Piratenwählern jeweils das zweitstärkste Mobilisierungsthema. Auch wenn sie ansonsten programmatisch recht heterogen sind, teilen diese Wähler die Forderung nach mehr informationeller Selbstbestimmung, Datenschutz und eine Implementierung des Open Access-Prinzips (vgl. Blumberg 2010: 5—6).²⁵ Sie vertreten explizit libertäre Positionen, indem sie strikt gegen präventive Strafverfolgungsmethoden, eine flächendeckende Überwachung des öffentlichen Raums sowie eine verdachtsunabhängige Vorratsdatenspeicherung sind. Vielmehr leiten sie aus dem Grundgesetz ein Recht auf Anonymität ab. Sie betonen, dass der „gläserne Bürger [...] einem gläsernen Staat weichen“ soll (Zollkopf/Prokopf/Strauch 2010: 12). Dazu sehen sie die technischen Möglichkeiten des Internets als Weg zu mehr direkter Beteiligung und Transparenz. Es entspricht ihren Gewohnheiten, immer und überall online zu sein und diskutieren zu können (Vgl. Borchard/Stoye 2011: 5). In Abgrenzung zu etablierten Parteien argumentieren sie ausgehend von den Besonderheiten digitaler Daten, die langlebig und in ihrer Verbreitung technisch nur schwer zu kontrollieren sind (Vgl. Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 12).

Allerdings reicht dieser Teil des Elektorats nicht aus, um den Aufschwung der Piratenpartei bei den letzten Landtagswahlen zu erklären. So analysiert Niedermayer:

„Als reine Interessenvertretungspartei der netzpolitikkaffinen digital natives werden die Piraten jedoch über die zweite Karrierestufe nicht hinauskommen, da die überwältigende Mehrheit der Wahlberechtigten entweder andere Themenpräferenzen hat oder gar nicht themenbezogen wählt“ (Niedermayer 2010: 851).

²⁵ Dieses Prinzip findet sich in den Forderungen nach einer Legalisierung der Privatkopien von Dateien und der Nutzung von Tauschbörsen sowie bei der Forderung nach mehr Transparenz und Zugänglichkeit auf allen Ebenen der staatlichen Ordnung (vgl. Blumberg 2010: 5—6). Open Access ist dabei das verbindende Element (vgl. Bartels 2009: 219).

Mit ihrer ursprünglichen Fixierung auf die digitale Revolution wären die Piraten eine Klientel-Partei geblieben (vgl. Jesse 2011: 194), da seit den siebziger Jahren wirtschafts- und sozialpolitische Fragen bei Wahlen die entscheidende Rolle spielen (vgl. Bartels 2009: 281). So wurde das Thema Datenschutz bei den drei letzten Landtagswahlen auch nur von drei Prozent aller Wahlberechtigten als wichtigstes politisches Problem benannt. Damit kam es in dieser Liste nicht nur jeweils auf den letzten Platz, sondern deutet auch an, dass der Anteil vor allem netzpolitisch motivierter Wähler an der Gesamtwählerschaft ungefähr in dieser Größenordnung liegt (Vgl. Infratest dimap 2012₁: 15, Infratest dimap 2012₂: 44, Infratest dimap 2012₃: 15). Und selbst wenn diese drei Prozent geschlossen für die Piratenpartei gestimmt hätte, hätte dies nicht für den Parlamentseinzug gereicht. Die Piratenpartei musste zusätzliche Wählergruppen ansprechen. Dabei half ihr die Auflösung und Schrumpfung sozialer Großgruppen. Durch eine zunehmende Individualisierung und gesellschaftliche Differenzierung reduzierte sich der Einfluss von kollektiven und gruppenspezifischen Orientierungsschemata auf die Wahlentscheidung (Vgl. Blumberg 2010: 25—26). Die langfristige Parteiidentifikation lässt nach. Sie wurde bei den letzten vier Landtagswahlen nur noch von weniger als einem Viertel der Wähler als Wahlmotiv angegeben (vgl. Infratest dimap 2011: 44—45, Infratest dimap 2012₁: 14, Infratest dimap 2012₂: 14, Infratest dimap 2012₃: 43).²⁶ Der Einfluss von eher kurzfristigen Parteien- und Kandidatenorientierungen auf die Wahlentscheidung ist signifikant, was im nächsten Abschnitt weiter erläutert wird.

3.2. Eine missverstandene Gruppe: Die Protestwähler

Die Kurzfristfaktoren konnten vor allem dadurch wirken, dass die Piratenpartei ab August 2011 die „Selektionsschwelle der Medien“ überwand (Niedermayer 2010:

²⁶ In Berlin gaben 23 Prozent der Wähler an, aufgrund ihrer Parteiidentifikation gewählt zu haben. Im Saarland lag dieser Anteil bei 18, in Schleswig-Holstein bei 24 und in Nordrhein-Westfalen bei 23 Prozent (Vgl. Infratest dimap 2011: 44—45, Infratest dimap 2012₁: 14, Infratest dimap 2012₂: 14, Infratest dimap 2012₃: 43).

853).²⁷ Dadurch geriet sie in den Fokus der Öffentlichkeit und ein Parlamentseinzug wurde wahrscheinlicher. Das machte sie für Wähler interessant, die aus Unzufriedenheit mit den etablierten Parteien bisher entweder gar nicht oder eine der sonstigen Parteien gewählt hatten, da sie nun damit rechnen konnten, dass ihre Stimme nicht mehr verloren war (Vgl. Niedermayer 2012₂: 46).²⁸ Nach dem sensationellen Einzug ins Berliner Abgeordnetenhaus hatten die Piraten Glück, dass es aus unterschiedlichen Gründen im ersten Halbjahr 2012 zu drei vorgezogenen Landtagswahlen kam (vgl. ebd.),²⁹ da die mediale Aufmerksamkeit bis dahin nicht signifikant abnahm. Bei all diesen Urnengängen erreichte die Piratenpartei den Landtagseinzug. Hierbei erzielte die Partei erstmals auch in älteren Kohorten überdurchschnittliche Ergebnisse, wie die folgende Tabelle belegt:

²⁷ Für die Gründe des Auftauchens der Piratenpartei in den Berliner Umfragen im August 2011 vgl. Niedermayer 2012₁: 24.

²⁸ Zu diesem Thema vgl. auch Jesse 2011: 185, 192.

²⁹ Zu den Gründen der Neuwahlen vgl. Neu/Borchard 2012₂: 5 sowie Niedermayer 2012₂: 49–50.

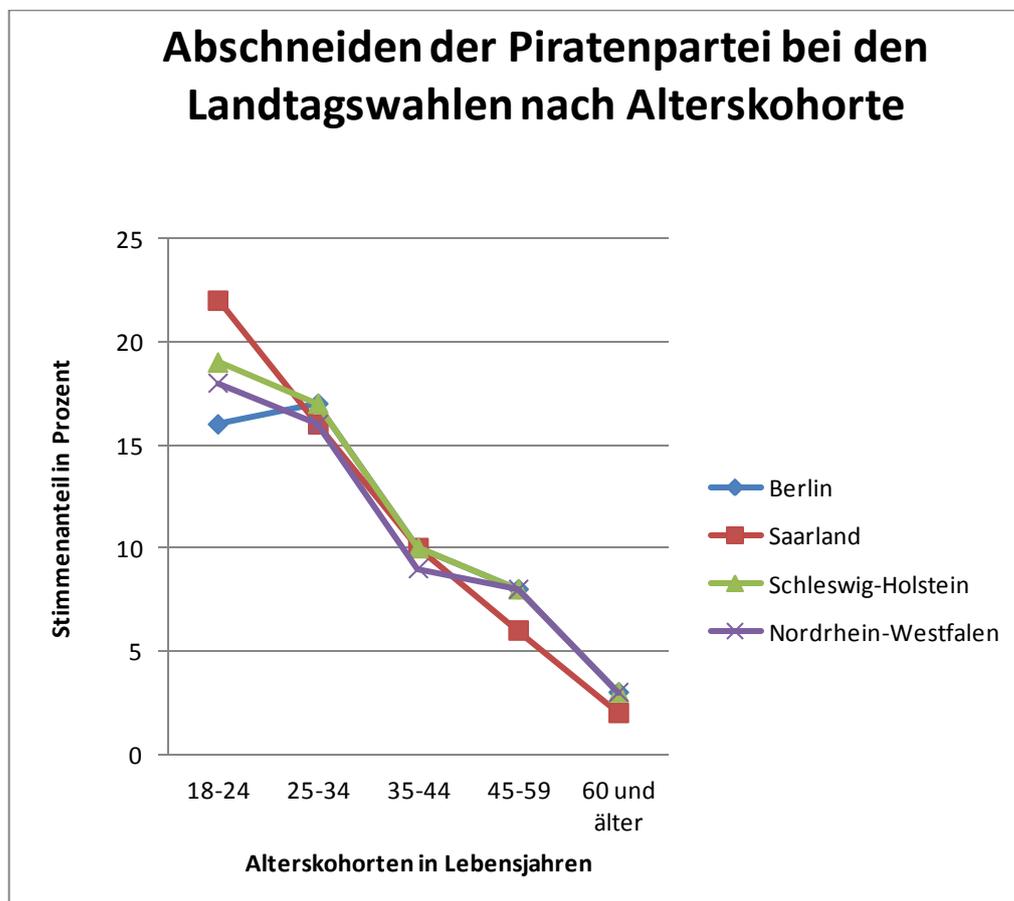
Abbildung 3: Wahlverhalten für Piraten in Bevölkerungsgruppen (Alter in Lebensjahren, Stimmenanteil in Prozent und Geschlecht)

	BE: 8,9	SL: 7,4	SH: 8,2	NRW: 7,8
Gesamt	Ergebnis	Ergebnis	Ergebnis	Ergebnis
18-24	16	22	19	18
25-34	17	16	17	16
35-44	10	10	10	9
45-59	8	6	8	8
60 und älter	3	2	3	3
Frauen	7	6	7	6
18-24	12	17	15	13
25-34	12	12	13	11
35-44	7	8	8	7
45-59	7	6	7	6
60 und älter	3	2	2	2
Männer	11	9	10	10
18-24	20	26	22	23
25-34	21	20	20	21
35-44	13	12	13	11
45-59	10	7	9	9
60 und älter	4	3	3	4

(Quelle: Infratest dimap 2011: 41, Infratest dimap 2012₁: 12, Infratest dimap 2012₂: 12, Infratest dimap 2012₃: 41; eigene Darstellung)

Besonders auffällig ist die Stärke der Piratenpartei in den beiden jüngsten Alterskohorten. Die folgende Grafik veranschaulicht deren Bedeutung:

Abbildung 4: Abschneiden der Piratenpartei bei den Landtagswahlen nach Alterskohorten



(Quelle: Daten vgl. Infratest dimap 2011: 41, Infratest dimap 2012₁: 12, Infratest dimap 2012₂: 12, Infratest dimap 2012₃: 41; eigene Darstellung)

So teilt sie sich bei den 18- bis 24-Jährigen im Saarland und in Nordrhein-Westfalen mit der CDU den zweiten Platz hinter der SPD. Mit Ausnahme der jüngsten Kohorte in Schleswig-Holstein lassen die Piraten auch stets die Grünen hinter sich, die normalerweise einen Großteil ihrer Wählerschaft aus diesen Altersklassen ziehen (vgl. Pokorny 2012: 10–20). Bei den männlichen Erstwählern im Saarland ist die Piratenpartei sogar stärkste Kraft. Auch bei den jungen Frauen erreichen die Piraten zweistellige Stimmanteile. Zwar ist der Geschlechterbias nachwievor präsent, jedoch weniger einflussreich. Die Partei schneidet allgemein

bei Frauen leicht unterdurchschnittlich ab, überspringt aber auch hier stets die Fünf-Prozent-Sperrklausel (Vgl. Infratest dimap 2011: 41, Infratest dimap 2012₁: 12, Infratest dimap 2012₂: 12, Infratest dimap 2012₃: 41). So bestätigen die Ergebnisse der letzten Landtagswahlen einerseits mit den jungen Männern die Bevölkerungsgruppe mit der höchsten Piratenpartei-Affinität bei der Bundestagswahl 2009. Andererseits hat sich ein signifikanter Wandel vollzogen: Die Piraten erreichen mit Ausnahme der über 60-Jährigen in allen Alterskohorten mehr als fünf Prozent der Stimmen. Das bedeutet, „es wurden nicht nur die Jüngeren angesprochen“ (Niedermayer 2012₃: 68).³⁰ Vielmehr motiviert die Piratenpartei „als politikverdrossen geltende Alterskohorten“ zum Urnengang (Bieber 2012: 27). Den Piraten hilft dabei, als neue Form der „Anti-Parteien-Partei“ wahrgenommen zu werden (Bieber 2012: 27). Durch ihren Emanzipationsversuch von der etablierten Politik spricht die Partei vor allem einen Teil der jungen Bevölkerungsgruppe an, „der [sich] auf seiner Suche nach Authentizität mit seinen Interessen und Anliegen von den etablierten Parteien nicht wahrgenommen“ fühlt (Krätzig 2010: 92). Diese nutzen nun den Stimmzettel, um den Etablierten einen „Denkzettel“ zu verpassen (Arzheimer 2002: 86). Jedoch muss man bei der Interpretation der Piratenwähler als Protestwähler vorsichtig sein, da dieser Begriff oft einseitig negativ konnotiert ist. Eine nähere Definition, wogegen sich der Protest konkret richtet, fehlt in der Regel. Vielmehr wird allgemein unter dem Begriff der Protestwahl das Stimmverhalten zugunsten von noch nicht etablierten Parteien verstanden, das „Ausdruck grundlegender Unzufriedenheit mit den etablierten Parteien oder sogar den Strukturen des politischen Systems“ ist (ebd.: 87). Die Protestwahl kann aber auch inhaltlich motiviert sein. Sie ist nicht gleichzusetzen mit der pauschalen

³⁰ Die hohe Zustimmung bei jungen Wählern liegt demnach nicht nur am Fehlen einer langfristigen Parteibindung (vgl. Schoen 2005₂: 380–382), auch wenn diese bei jungen Wählern eher schwach ausgebildet ist (vgl. Pokorny 2012: 33, 47).

Ablehnung der Parteien, des politischen Systems oder gar der Politik allgemein.³¹

So erläutert Niedermayer:

„Die Wahl einer Partei aus Protest kann jedoch genauso gut mit einem nüchternen, rationalen Kalkül erklärt werden, etwa wenn damit der bisher gewählten Partei signalisiert werden soll, dass man sich einen Kurswechsel wünscht oder dass man mit einem stattgefundenen Kurswechsel nicht einverstanden ist“ (Niedermayer 2012₃: 72).

Nach dem Einzug in das Berliner Abgeordnetenhaus wurden die Piraten von den Wählern noch als reines Protestphänomen abgetan. So sagten 69 Prozent der Befragten, dass die Piraten nur gewählt werden, „um den anderen Parteien einen Denkkzettel zu verpassen“ (Infratest dimap 2011: 30). 55 Prozent meinten, dass die Piraten „keine ernstzunehmende Partei“ seien (ebd.). Doch geben weitere Umfragewerte Auskunft über die Einstellungen, die zur Piratenwahl führen: 42 Prozent in Berlin und 55 Prozent im Saarland sagen, die Piraten würden dafür sorgen, dass die Jüngeren mehr Einfluss bekämen (vgl. ebd., Infratest dimap 2012₃: 28). 15 Prozent in Berlin und 32 Prozent im Saarland sehen die Piraten als die Partei, „die sich am stärksten für die Freiheit des Einzelnen einsetzt“ (ebd.). Zudem meinen 45 Prozent der saarländischen Befragten, dass die Piratenpartei dafür Sorge, dass „die Politik offener und transparenter wird“ (Infratest dimap 2012₃: 28), eine Meinung, die von vier Fünfteln der engeren Anhängerschaft geteilt wird (vgl. Niedermayer 2012₃: 64). Der Wunsch nach mehr Partizipation, Transparenz und Achtung der individuellen Freiheit findet sich auch bei den Selbstauskünften der Piratenwähler. Von diesen haben sich im Vergleich zu den anderen Parteien die wenigsten bei ihrer Wahlentscheidung auf eine vorhandene Parteiidentifikation gestützt. Einerseits ist das aufgrund des relativ kurzen Zeitraums der Parteienexistenz, der überwiegend jungen Wählerschaft und des in Berlin und im Saarland erstmaligen Antretens der Partei bei einer Landtagswahl

³¹ Dazu kommt, dass die Piraten von den Wählern, anders als bei vergangenen Protestparteien, nicht als extreme Partei wahrgenommen werden (vgl. Niedermayer 2012₃: 72–73).

wenig überraschend. Andererseits stärkt dies den Eindruck, dass die Bedeutung von Transparenz und Teilhabe bisher nicht zur Ausbildung einer affektiven Bindung zugunsten einer anderen Partei führte. Das stärkste Motiv der Piratenwahl sind die Lösungsvorschläge der Partei: Zwischen 68 und 82 Prozent der Piratenwähler nannten diese als Wahlmotiv. Nur die Wähler der Linken in Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen haben sich laut Eigenaussage noch stärker von den Lösungsvorschlägen der eigenen Partei mobilisieren lassen (Vgl. Infratest dimap 2011: 44–45, Infratest dimap 2012₁: 14, Infratest dimap 2012₂: 14, Infratest dimap 2012₃: 43).³² Als wichtigste politische Themen nannten die Piratenwähler bei den drei letzten Landtagswahlen neben dem klassischen Thema der Netzpolitik auch Bildungspolitik und vor allem das Thema der sozialen Gerechtigkeit (vgl. Infratest dimap 2012₁: 15, Infratest dimap 2012₂: 15, Infratest dimap 2012₃: 44). Was hier wie eine Issue-motivierte Wahlentscheidung erscheint, muss allerdings vorsichtig interpretiert werden. Denn trotz des hohen Anteils angeblich sachfragenorientierter Wähler, die den Piraten eine hohe Themenkompetenz im Bereich Transparenz und Bürgerbeteiligung zuschreiben, war der Teil der Anhänger, die keine Kenntnisse der Parteiposition haben, bei den Piraten am höchsten (vgl. Infratest dimap 2011: 31, Infratest dimap 2012₃: 30).³³ Als Infratest dimap dann in Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen die Wähler fragte, ob sie für die gewählte Partei aus Überzeugung oder aus Enttäuschung über andere Parteien stimmten, war der Anteil der Überzeugten unter den Piratenwählern mit 32 beziehungsweise 39 Prozent im Vergleich zu den

³² Der Einfluss der Spitzenkandidaten ist bei den Piraten eher zu vernachlässigen. Mit der von ihnen propagierten „Schwarmintelligenz“ wollen sie explizit keinen kandidatenorientierten Wahlkampf (Meiritz 2012: o.S.). Damit schärfen sie gleichzeitig ihr unangepasstes Parteiimage. So geben nur 11 Prozent in Nordrhein-Westfalen, 14 Prozent in Schleswig-Holstein und sechs Prozent im Saarland an, die Piraten wegen des Spitzenkandidaten gewählt zu haben. Damit kann die Piratenpartei durchschnittlich auf den geringsten Kandidateneffekt bauen (Vgl. Infratest dimap 2011: 44–45, Infratest dimap 2012₁: 14, Infratest dimap 2012₂: 14, Infratest dimap 2012₃: 43).

³³ In Berlin und im Saarland wurden die Wähler gefragt, ob sie Kenntnisse der Position der einzelnen Parteien hätten. Sowohl in der Gesamtauswertung aller Befragten als auch in der eigenen Anhängerschaft hatten die Piratenanhänger am wenigsten Kenntnis des eigenen Programmes (Vgl. Infratest dimap 2011: 31, Infratest dimap 2012₃: 30).

anderen Parteien am niedrigsten. Der Anteil der Enttäuschten beträgt dagegen über 60 Prozent. Damit liegt der Anteil der enttäuschten Wähler bei den Piraten am höchsten (Vgl. Infratest dimap 2012₁: 14, Infratest dimap 2012₂: 14). Dieser Eindruck wird im DeutschlandTREND vom April 2012 bestätigt: 42 Prozent der Piratenanhänger nennen den Protest gegen den etablierten Politikprozess und die Unzufriedenheit mit anderen Parteien als entscheidendes Motiv. 23 Prozent bestätigen, dass die Piraten jung und unverbraucht seien. Sie brächten einen frischen Wind in die Politik. Inhaltlich-programmatische Gründe gibt nur jeder siebte Piratenanhänger als Wahlgrund an (Vgl. Niedermayer 2012₃: 72).³⁴ Somit muss festgehalten werden, dass die Piratenwahl zwar politisch-inhaltlich motiviert ist, sich aber eher auf ein gewisses Parteiimage denn auf konkrete Issue-Orientierungen stützt: „Was die Piraten stark macht, sind nicht ihre Inhalte, sondern dass sie neu und anders sind“ (Koschmieder nach Goosens/Grimm 2012: o.S.).³⁵ Die Piratenwähler lassen sich von einem „Lebensgefühl jenseits von links und rechts“ leiten (Hilmer nach Decker 2012: o.S.), das Ausdruck einer Parteienunzufriedenheit ist. Diese liege an der von Teilen der Wähler wahrgenommenen niedrigen Responsivität der Parteien (vgl. Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 30). Die Piraten knüpfen an diese Wahrnehmung an. Das Wirken der etablierten Parteien habe eine Informationsgesellschaft hervor gebracht, die am Übergang zu einer „totalen und totalitären, globalen Überwachungsgesellschaft“ stehe (Piratenpartei nach Neumann 2011: 59). Die Piraten stellen dieser pessimistischen Gesellschaftsanalyse eine ideale Gesellschaft gegenüber, „für die informationelle Selbstbestimmung, freier Zugang zu Wissen und Kultur und die Wahrung der Privatsphäre zentral seien“ (ebd.: 62). Dabei beanspruchen die Piraten für sich, ehrlich und glaubwürdig zu sein. Sie verträten, anders als die anderen Parteien, nur diejenigen Themen und Forderungen, in denen sie auch schon kompetent seien (Vgl.

³⁴ Die Wahlgründe unterscheiden sich aber zwischen den Altersklassen. Für die jungen Wähler ist eher das Programm entscheidend, für die älteren eher der Protest (vgl. Niedermayer 2012₃: 72).

³⁵ Dies rechtfertigt die Modifizierung des sozialpsychologischen Ansatzes im Sinne Brettschneiders in dieser Arbeit.

Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 14). Diese Integrität wird ihr auch von den Wählern zugeschrieben: Sie ist die Partei, die von den eigenen Anhängern als am ehrlichsten eingeschätzt wird (vgl. Infratest dimap 2011: 31, Infratest dimap 2012₃: 29).³⁶ Darüber hinaus sind es vor allem unpolitische Bewertungsdimensionen, die in der Bewertung der Piraten dominieren: Zwei Drittel des weiteren Unterstützungspotenzials gibt an, die Partei sei unkonventionell (vgl. Niedermayer 2012₃: 64). Ihre „Unbedarftheit und der sympathische Dilettantismus“ hinsichtlich landespolitischer Fragen verstärkt dieses Image (Bartels 2009: 285). So antwortete der Berliner Spitzenkandidat Andreas Baum auf die Frage nach dem Schuldenstand Berlins, dass es sich sicherlich um „viele Millionen Euro“ handele, obwohl es über 63 Milliarden sind (Baum nach Niedermayer 2012₂: 47).³⁷ Das Auftreten der Partei wird dabei jeweils von einer passenden Kampagne unterstützt. Mit „selbstgebastelt“ wirkenden Plakaten und gezielter „Entfremdung von Begriffen“ der etablierten Parteien treffen sie den Nerv ihrer Wähler (Borchard/Stoye 2011:8):³⁸ „Transparenz hieß das Zauberwort ihrer Kampagne, Demokratie und Bürgerrechte, das waren die beiden anderen schwergewichtigen Forderungen, die auf den Wahlplakaten prangten“ (Stoye 2012: 4). Sie nehmen damit den Wunsch ihrer Wählerschaft auf, „sich einmischen zu können, der eigenen Meinung Ausdruck zu geben und vor allem gehört zu werden“ (ebd.: 21).³⁹ Die Piraten werben mit Anwendungen wie Liquid Feedback oder Piratenwiki sowie mit basisdemokratisch und familiär

³⁶ Dabei stört die Wählerwahrnehmung nicht, dass einige ihrer Forderungen von den etablierten Parteien aufgenommen wurden. So wurde das Zugangserschwerungsgesetz von der bürgerlichen Koalition ausgesetzt und die SPD hat sich ebenfalls von diesem Gesetz distanziert (vgl. Blumberg 2012: 12). Darüber hinaus haben sich die Parteien netzpolitisch stark erweitert beziehungsweise betont, dass sie schon vor den Piraten explizite Netzpolitik gemacht hatten (vgl. Neumann 2011: 70—85).

³⁷ Allerdings musste die Partei dieser für den Wähler erfrischend wirkenden Inkompetenz einen gewissen Lerneffekt folgen lassen: Politiker, die Unwissen zugegeben, wirken ehrlich. Politiker, die unwissend bleiben, wirken unfähig. Vor diesem Hintergrund war es wichtig, dass Torge Schmidt, Spitzenkandidat der Piraten in Schleswig-Holstein, auf einer Pressekonferenz die genaue Landesverschuldung angeben konnte (vgl. Vitzthum 2012: o.S.).

³⁸ Für Kampagnenbeispiele vgl. Stoye 2012: 4 sowie Borchard/Stoye 2011: 4—8.

³⁹ Weiter zur Parteiorganisation und Mitgestaltungsmöglichkeiten der Piraten vgl. Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 17—23 und Neumann 2011: 45—58.

ausgerichteten Ortsgruppen, den sogenannten Crews. Dadurch zeichne sie eine auf Teilhabe ausgerichtete Parteikoordination aus. Jedes Parteimitglied könne eigene Anträge formulieren, online stellen, mitdiskutieren und abstimmen (Vgl. Leisegang 2012: 18, Neumann 2011: 52–58). Dabei entsteht eine programmatisch-inhaltliche Heterogenität, die aber weniger als Problem denn als Stärke dargestellt wird. Die Piraten weigern sich, sich in die politische Zweidimensionalität einordnen zu lassen. Ihre Antworten entsprängen vielmehr „einem rationalen Diskurs, der sich ausschließlich an den Inhalten abarbeitet und in keiner Ideologie verwurzelt ist“ (Haas/Hilmer 2012: 75). Durch diese Weigerung schärfen die Piraten ihr unangepasstes Image und rechtfertigen die noch ausstehende oder widersprüchliche inhaltliche Positionierung zu vielen Themen. Vor allem müssen sie sich so nicht auf ein gesellschaftliches Milieu beschränken, wodurch die potenzielle Wählerschaft möglichst groß bleibt (Vgl. ebd.: 76). Bartels führt aus:

„[...] Wähler aus dem rechten wie dem linken Spektrum sollen ebenso wie die Unpolitischen motiviert werden, die Piratenpartei zu unterstützen und keiner soll aufgrund einer vielleicht unpassenden ideologischen Ausrichtung verprellt werden“ (Bartels 2009: 236).

Deshalb verbergen die Piraten „hinter dem Flaggschiff der Freiheit höchst Unterschiedliches“ (Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 13). Unter dieser wird allgemein der freie Zugang zu einer Ressource, einer Institution oder einem Rechtsprinzip verstanden (vgl. Leisegang 2012: 19–20). Dabei vermischt sie einen positiven und einen negativen Freiheitsbegriff,⁴⁰ erreicht aber eines: „[E]in Freiheitsbegriff, der allen Bürgern gleichermaßen verspricht, sie von sozialen und ökonomischen Benachteiligungen zu befreien, tut auch niemandem weh“ (ebd.: 20). Eine „unbestimmte Begeisterung für ‚Freiheit‘ ist die Klammer“, welche die unterschiedlichsten Positionen in der Partei zusammenhält, weshalb die Partei „sowohl die pragmatische und ideologiefreie Mehrheit“ anspricht „wie auch die

⁴⁰ Genauer über den Freiheitsbegriff der Piratenpartei, vgl. Leisegang 2012: 19–20, Neumann 2011: 65.

ideologisch festgelegten, die keine Heimat in den bestehenden Parteien finden“ (Neumann 2009: o.S.). Ihnen verspricht die Partei, „den verkrusteten Filz im Landtag zu lösen“ und für „eine faire und offene Politik“ einzustehen (Piratenpartei Saarland nach Niedermayer 2012₂: 51–52). So konnte sie einen großen Teil der Wechselwähler an sich binden (vgl. Stoye 2012: 4–5, Borchard/Stoye 2011: 17).⁴¹ Dabei gewannen die Piraten aus allen Lagern.⁴² Um deutlich zu machen, welche Partei am stärksten an die Piraten verliert, müssen die absoluten Zahlen des Wählerwanderungsmodells von Infratest dimap zur Gesamtstimmzahl der Partei bei der letzten Wahl in Beziehung gesetzt werden (vgl. Niedermayer 2012₃: 66).⁴³ Dies wurde in der folgenden Abbildung getan:

⁴¹ Als Wechselwähler werden Personen bezeichnet, „die bei zwei aufeinanderfolgenden Urnengängen für unterschiedliche politische Angebote votieren“ (Schoen 2005₂: 367–368).

⁴² Gerade die Zugewinne von anderen Parteien sind von Bedeutung, da diese der eigenen Partei doppelt nutzen: Sie gewinnt durch sie an Wähler. Gleichzeitig schadet sie dem politischen Konkurrenten (vgl. Schoen 2005₂: 367).

⁴³ Zur Operationalisierung des Wählerwanderungsmodells von Infratest dimap vgl. Hilmer/Kunert 2005: 140–153.

Abbildung 5: Abwanderung zu den Piraten in Beziehung zur Stimmenanzahl bei der vorherigen Landtagswahl in Prozent

	BE 2011	SL 2012	SH 2012	NRW 2012	Durchschn. Anteil der Wechselstimmen zur Piratenpartei am Gesamtverlust in Prozent
	2006 /2011	2009 /2012	2009 /2012	2010 /2012	LTW 1/ LTW 2
SPD	3	2	2	3	2,5
CDU	1	2	3	2	2
Grüne	9	9	7	8	8,25
Linke	7	6	6	18	9,25
FDP	6	8	6	8	7
Sonstige	12	12	9	11	11
Erstwähler	8	12	8	9	9,25
Nichtwähler	2	3	2	1	2

(Quelle: Niedermayer 2012₃: 66–67, Infratest dimap 2012₁: 6–11, Infratest dimap 2012₂: 6–11, Infratest dimap 2012₃: 4–10; erweiterte Darstellung)⁴⁴

Es lässt sich sagen, dass die Piraten zwar von allen Seiten gewinnen, diese Zugewinne sich aber auf drei Gruppen konzentrieren: Die Erstwähler, die ehemaligen Wähler sonstiger Parteien sowie der drei kleineren Parlamentsparteien. Bei letzteren handelt es sich vor allem um Parteien des linken Spektrums, im Besonderen um die Linkspartei und Bündnis 90/Die Grünen.⁴⁵ Letzteres liegt vor allem daran, dass die programmatische Rezeption durch den Wähler, trotz der Piraten-Rhetorik, „weder links noch rechts“ zu sein, entlang der beiden traditionellen Achsen verläuft. Indem sich die Verfechter eines Vollprogramms gegen die reinen Netzpolitiker innerparteilich durchsetzten, kam es zu einer zunehmenden inhaltlich-programmatischen Ausdifferenzierung (vgl.

⁴⁴ Diesen Werten liegt folgende Berechnung zu Grunde: Verlust an Piratenpartei in Beziehung zum Gesamtstimmenanteil = Verluste an Piraten LTW 1 zu LTW2/ Gesamtstimmenanzahl LTW 1.

⁴⁵ Der hohe Anteil linksorientierter Wähler unter den Piratenanhängern zeigt sich auch im hohen Stellenwert des Themas soziale Gerechtigkeit (vgl. Infratest dimap 2012₁: 15, Infratest dimap 2012₂: 15, Infratest dimap 2012₃: 44).

Leisegang 2012: 19–20, Niedermayer 2012₂: 43).⁴⁶ Inhaltsanalysen der Wahlprogramme ergaben dabei, „dass die Piraten im Politikraum Deutschlands eher im linken und deutlich im libertären Lager zu Hause sind“ (Haas/Hilmer 2012: 79).⁴⁷ Es gibt große inhaltlich-programmatische Übereinstimmungen mit den Grünen, aber auch Schnittmengen mit der SPD und der Linken sowie in geringerem Maße mit der FDP (vgl. ebd.: 78). Sie vertreten auf der sozioökonomischen Dimension eine mittige Position,⁴⁸ was durchaus die inhaltlich-programmatische Nähe zur SPD erklären könnte.⁴⁹ Jedoch sind diese mit Bedacht zu interpretieren, da der Programmbildungsprozess gerade entlang dieser Achse noch nicht abgeschlossen ist. Dagegen vertritt die Piratenpartei klar libertäre Positionen, was sie mit den Grünen und Linken konkurrieren lässt (Vgl. Debus/Faas 2012: 196–204).⁵⁰ Diese Ergebnisse der Angebotsseite werden auch auf der Nachfrageseite in der Wahrnehmung der Piratenpartei aus Wählersicht bestätigt. Wer die SPD, die Grünen und vor allem die Linke positiv oder negativ bewertet, wird dies ebenso mit der Piratenpartei tun (vgl. ebd.: 204–205).⁵¹ Die Grünen leiden dabei besonders unter dem neuen Konkurrenten, da sie, anders als

⁴⁶ Hier liegt einer der zentralen Unterschiede zur schwedischen Piratenpartei, die sich auf ihr Kernthema Netzpolitik beschränkt (vgl. Neumann 2011: 58).

⁴⁷ Haas und Hilmer analysierten dafür die Daten des Wahl-O-Mat zur Bundestagswahl 2009, zur Berliner Abgeordnetenhauswahl 2011 sowie zur Landtagswahl im Saarland 2012 (vgl. Haas/Hilmer 2012: 78–79).

⁴⁸ Damit unterscheiden sie sich von der wirtschaftsliberalen FDP und den mäßig bis stark staatsinterventionistisch ausgerichteten Grünen und Linken (vgl. Debus/Faas 2012: 196). Mit ihrer mittigen Position auf der sozioökonomischen Achse und ihrer libertären Ausrichtung scheint die Piratenpartei einen bisher unbesetzten Platz im Parteienwettbewerb gefunden zu haben. Allerdings bedarf es hier weiterer Forschung, sobald das Programm der Piraten stärker ausdifferenziert ist.

⁴⁹ Diese Erkenntnisse von Debus und Faas scheinen überraschend. In der Berichterstattung brachte man die Piraten vor allem mit ökonomisch eher linken Positionen in Verbindung (vgl. Blumberg 2010: 19–24, Borchard/Stoye 2011: 10–11, Meiritz/Reinbold 2011: o.S.).

⁵⁰ Debus und Faas analysierten programmatische Dokumente mittels einer computergestützten Inhaltsanalyse. Sie nutzten das Wordscore-Verfahren zur Messung der in Wahl- und Grundsatzprogrammen enthaltenen Policies und untersuchten ferner die inhaltlich-programmatischen Übereinstimmungen gemäß dem Wahl-O-Mat (Vgl. Debus/Faas 2012: 195–204).

⁵¹ Dieser Eindruck verstärkt sich bei der Analyse des Stimmen-Splittings: Wer bei der Abgeordnetenhauswahl 2012 und bei der Bundestagswahl 2009 mit der Zweitstimme Piraten wählte, stimmte mit der Erststimme vor allem für die Grünen, die SPD und die Linkspartei (vgl. Haas/Hilmer 2012: 78).

beispielsweise die SPD, vor allem auf die Unterstützung junger Alterskohorten angewiesen sind (vgl. Pokomy 2012: 10–20). Die Wanderung von ehemaligen Grünen-Wählern kann als Kritik daran verstanden werden, dass „eine gutgläubige, herzlich basisdemokratische Lust auf Politik [...] im parlamentarischen Alltag verloren gegangen“ ist (Prantl 2012: o.S.). Ein Teil der grünen Wechselwähler gehört außerdem zu den Wählergruppen mit sehr geringer Parteibindung, die 2011 für den Höhenflug der Grünen sorgten und nun eben zur neuen Mode-Partei wechseln (vgl. Lühmann 2012: o.S.). Der Linken raubt sie ihr Protestparteien-Image, denn wer mit der Demokratie unzufrieden ist, der bewertet sowohl die Linke als auch die Piratenpartei positiver als Menschen, die mit der Demokratie zufrieden sind (vgl. Debus/Faas 204–208). Es lässt sich festhalten, dass neben sozialstrukturellen Eigenschaften wie dem Alter auch die Unzufriedenheit mit dem demokratischen System Deutschlands sowie die positive Bewertung direkter Demokratie einflussreiche Faktoren zur Erklärung der Piratenwahl darstellen (vgl. ebd.: 207).

4. Fazit

Zwei Motive dominieren bei der Untersuchung der Piratenwahl: Der große Verdienst der Piraten liegt sicherlich in der Begeisterung einer Bevölkerungsgruppe, die bisher die Minderheit in den Parteien stellte. Die Digital Natives sind das Produkt einer Veränderung auf der Makroebene der Gesellschaft, der digitalen Revolution. Sie verbringen einen Großteil ihrer Zeit im Internet, was sie in ihren Problemlösungsansätzen, ihren Interessen und Werten prägt. Viele von ihnen teilen den Wert der persönlichen Freiheit im Netz und möchten das Prinzip des Open Access online wie offline implementieren. Diese Kernwähler, „die mit ‚jung, männlich und netzaffin‘ beschrieben werden können“ (Niedermayer 2012₃: 73), wurden erst von der Piratenpartei politisch sozialisiert und sehen in dieser ihre politische Interessenvertretung. Aus diesem Grunde stimmen sie verstärkt für die Piraten, womit die erste Hypothese als vorläufig

bestätigt gelten kann. Um einen Parlamentseinzug zu realisieren, genügte diese Basis aber nicht (Vgl. Neumann 2011: 99–100). Dafür musste sie eine Wählergruppe ansprechen, deren übergeordneter Wertebezug der Transparenz und Partizipation sich in der Unzufriedenheit mit dem Politikstil der etablierten Parteien äußert (vgl. Niedermayer 2012₃: 72). Sie wollen ihre Protesthaltung nicht in Sprachlosigkeit oder Politikenthaltung kanalisieren. Ihr Wunsch nach mehr Teilhabe und Gestaltungsmöglichkeiten zeigt klar: „Politikverdrossenheit sieht anders aus“ (Stoye 2012: 15), so dass Protestwahl und inhaltliche Wahl nicht als einander ausschließende Motive zu betrachten sind (vgl. Niedermayer 2012₃: 72). Diese parteipolitisch weniger stark gebundene Wählergruppe fühlt sich aufgrund der anscheinenden Themenkompetenz im Bereich der direkten Demokratie und Transparenz, der Ehrlichkeit, der auf Teilhabe und Mitgestaltung ausgerichteten Parteikoordination sowie vor allem des frischen und unkonventionellen Images der Piratenpartei nahe. Diese Parteienorientierungen führen so verstärkt zu einer Wahlentscheidung zugunsten der Piraten. Somit kann auch die zweite Hypothese als vorläufig bestätigt angesehen werden. Das Anziehen dieser sehr heterogen zusammengesetzten Protestklientel stellt die Partei aber vor große Herausforderungen: Zum einen können sich die konträren Vorstellungen dieser Wählerschaft zu standardisierten Konflikten verhärten (vgl. Schlieben 2012: o.S.). Zum anderen laufen die Piraten Gefahr, auf einen populistischen Pfad abzudriften (vgl. Bartels 2009: 282). Bereits der Brief an die Nichtwähler vor der Bundestagswahl 2009 war „populistische Verdrossenheitsrhetorik par excellence“ (Krätzig 2010: 96).⁵² Nun sind die Piraten keine populistische Partei, doch ist der konstruierte Gegensatz „zwischen dem Volk und den abgehobenen Parteien – verbunden mit dem Hinweis, nur die eigene ‚Bewegung‘ handle im Interesse des Volkes - [...] eines der Kernelemente des demokratiegefährdenden Populismus“ (Koschmieder 2012₁: o.S.). Wer aber Unzufriedene anzieht, muss selbst den Beweis erbringen, es besser zu machen. Die Arbeit der ersten Landtagsfraktion der Piraten im Berliner Abgeordnetenhaus sowie das Anwachsen der

⁵² Zum Brief an die Nichtwähler vgl. Piratenpartei 2009: o.S.

Mitgliederschaft offenbaren dabei Probleme,⁵³ „die aus der Diskrepanz zwischen dem eigenen Selbstverständnis und den Spielregeln der Mediengesellschaft bzw. der repräsentativen Demokratie resultieren“ (Niedermayer 2012₂: 58).⁵⁴ Diesen muss sich die Partei stellen. Ansonsten riskiert sie, den großen Teil ihrer Wähler, die der „frei schwirrenden Wechselwählerschaft“ entstammen, wieder zu verlieren (Lühmann 2012: o.S.). Eine langfristig stabile Wählerbasis, die das parlamentarische Überleben der Partei sichert, sieht jedenfalls anders aus.

5. Literaturverzeichnis

Arzheimer, Kai (2002): Politikverdrossenheit. Bedeutung, Verwendung und Empirische Relevanz eines Politikwissenschaftlichen Begriffs. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.

Bartels, Henning (2009): Die Piratenpartei, Entstehung, Forderungen und Perspektiven der Bewegung. Norderstedt, Contumax.

Bieber, Christoph (2012): Die Piraten als neue Akteurin im Parteiensystem. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 62 (7), 27—33.

Blumberg, Michael (2010): Partei der digital natives. Eine Analyse der Genese und Etablierungschancen der Piratenpartei. Berlin, Konrad-Adenauer-Stiftung. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_18785-544-1-30.pdf (17.06.2012).

⁵³ Genauer zur Arbeit der Piraten-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus vgl. Koschmieder 2012₂.

⁵⁴ Zu den Herausforderungen der Piraten vgl. Niedermayer 2012₂: 58—60 sowie Zolleis/Prokopf/Strauch 2010: 22—23.

Borchard, Michael/Stoye, Sabine (2011): Einzug der Piratenpartei in das Berliner Abgeordnetenhaus. Eine Analyse des Wahlergebnisses. Berlin, Konrad-Adenauer-Stiftung. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_28957-544-1-30.pdf?110930114956 (17.06.2012).

Brettschneider, Frank (2001): Candidate-Voting. Die Bedeutung von Spitzenkandidaten für das Wählerverhalten in Deutschland, Großbritannien und den USA von 1960 bis 1998. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 351—400.

Campbell, Angus et al. (1960): The American Voter. Chicago, University of Chicago.

Campbell, Angus et al. (1954): The Voter Decides. Evanston, Row Peterson.

Debus, Marc/Faas, Thorsten (2012): Die Piratenpartei in der ideologisch-programmatischen Parteienkonstellation Deutschlands. Das Füllen einer Lücke. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden, VS Verlag, 189—212 (im Erscheinen).

Deckers, Daniel (2012): Die Rache der Wanderwähler. In: Faz.net, 26.03.2012. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/wahl-im-saarland-2012/saarland-die-rache-der-wanderwaehler-11698301.html> (17.06.2012).

Goosens, Marcus/Grimm, Nadine (2012): Piratenpartei. Anders als die anderen. In: Frankfurter Rundschau online, 02.04.2012. URL: <http://www.fr-online.de/politik/piratenpartei-anders-als-die-anderen,1472596,14586320.html> (17.06.2012).

Haas, Stefanie/Hilmer, Richard (2012): Backbord oder Steuerbord. Wo stehen die Piraten politisch. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden, VS Verlag, 75—80 (im Erscheinen).

Hilmer, Richard/Kunert, Michael (2005): Wählerwanderung. Das Modell von Infratest dimap. In: Falter, Jürgen W./Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2002. Wiesbaden, VS Verlag, 134—156.

Infratest dimap (2011): Wahlreport. Berlin 2011. Eine Analyse der Wahl vom 18. September 2011. Berlin, Infratest dimap.

Infratest dimap (2012)₁: Infratest dimap WahlANALYSE. Landtagswahl Nordrhein-Westfalen 2012. Zusammenfassender Bericht von Infratest dimap für die ARD. Berlin/Düsseldorf, Infratest dimap.

Infratest dimap (2012)₂: Infratest dimap WahlANALYSE. Landtagswahl Schleswig-Holstein 2012. Zusammenfassender Bericht von Infratest dimap für die ARD. Berlin/Kiel, Infratest dimap.

Infratest dimap (2012)₃: Wahlreport. Saarland. Eine Analyse der Wahl vom 25. März. Berlin, Infratest dimap.

Inglehart, Ronald/Flanagan, Scott C. (1987): Value Change in Industrial Societies. In: The American Political Science Review, 81 (4), 1289—1319. URL: <http://www.jstor.org/stable/1962590> (09.10.2011).

Jesse, Eckhard (2011): Das Abschneiden der kleinen Parteien bei der Bundestagswahl 2009 und ihre Perspektiven. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Parteien nach der Bundestagswahl 2009. Wiesbaden, VS Verlag, 179—197.

Kitschelt, Herbert/Hellemans, Staf (1990): The Left-Right Semantics and the New Politics Cleavage. In: Comparative Political Studies, 23 (2), 210—238. URL: <http://cps.sagepub.com/content/23/2/210> (03.08.2011).

Knutsen, Oddbjorn (1995): Value orientations, political conflicts and left-right identification. A comparative study. In: European Journal of Political Research, 28 (1), 63—93. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1475-6765.1995.tb00487.x/pdf> (10.11.2011).

Koschmieder, Carsten (2012)₁: Dauermeckern der Piraten gegen die da oben. In: Tagesspiegel.de, 12.05.2012. URL: <http://tagesspiegel.de/meinung/gastbeitrag-dauermeckern-der-piraten-gegen-die-da-oben/6622950.html> (14.05.2012).

Koschmieder, Carsten (2012)₂: Die Piratenfraktion im Berliner Abgeordnetenhaus. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden, VS Verlag, 213—235 (im Erscheinen).

Krätzig, Sebastian (2010): Die Piratenpartei als ein Puzzlestück in der neuen Konfiguration der Mehrparteienrepublik. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, 23 (4), 91—97.

Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel (1948) [1944]: The People's Choice. 2. Auflage. New York, Columbia University Press.

Leisegang, Daniel (2012): Piratenpartei. Vom Betriebssystem zum Parteiprogramm. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, 3, 17—20. URL: <http://www.blaetter.de/archiv/jahrgaenge/2012/maerz/piratenpartei-vom-betriebssystem-zum-parteiprogramm> (04.05.2012).

Lipset, Seymour/Rokkan, Stein (1967): Party Systems and Voter Alignment. Cross-national Perspectives. New York, Free Press.

Lühmann, Michael (2012): Piraten und Grüne im Vergleich. Profiteure des Protests. In: SPIEGEL online, 12.04.2012. URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,826663,00.html> (21.04.2012).

Meiritz, Annett (2012): Piraten-Konzept. Wir wollen Schwarmintelligenz statt Köpfe. In: SPIEGEL online, 10.01.2012. URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/piraten-konzept-wir-wollen-schwarmintelligenz-statt-koepfe-a-808318.html> (20.06.2012).

Meiritz, Annett/Reinbold, Fabian (2011): Piraten starten Angriff von links. In: SPIEGEL online, 03.12.2011. URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/parteitag-piraten-starten-angriff-von-links-a-801547.html> (22.06.2012).

Neu, Viola/Borchard, Michael (2012)₁: Landtagswahl im Saarland am 25. März 2012. Wahlanalyse. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_31168-544-1-30.pdf?120529135724 (08.06.2012).

Neu, Viola/Borchard, Michael (2012)₂: Landtagswahl in Schleswig-Holstein am 6. Mai 2012. Wahlanalyse. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_31194-544-1-30.pdf?120530153005 (05.06.2012).

Neumann, Felix (2011): Die Piratenpartei, Entstehung und Perspektiven. Freiburg, fxneumann. URL: <http://fxneumann.de/wp-content/uploads/2011/10/felix-neumann-piratenpartei-entstehung-und-perspektive.pdf> (20.06.2012).

Neumann, Felix (2009): Die digitale Opposition. In: Berliner Republik, 11 (6), o.S.
URL: <http://www.b-republik.de/archiv/die-digitale-opposition> (10.05.2012).

Niedermayer, Oskar (2012)₁: Die Berliner Abgeordnetenhauswahl vom 18. September 2011. Grün war die Hoffnung, die Realität ist rot-schwarz. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 43 (1), 18—35.

Niedermayer, Oskar (2012)₂: Die Piraten im parteipolitischen Wettbewerb. Von der Gründung Ende 2006 bis zu den Wahlerfolgen in Berlin 2011 und dem Saarland 2012. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden, VS Verlag, 29—61 (im Erscheinen).

Niedermayer, Oskar (2012)₃: Die Wähler der Piratenpartei. Wo kommen sie her, wer sind sie und was bewegt sie zur Piratenwahl. In: Niedermayer, Oskar (Hrsg.): Die Piratenpartei. Wiesbaden, VS Verlag, 63—73 (im Erscheinen).

Niedermayer, Oskar (2010): Erfolgsbedingungen neuer Parteien im Parteiensystem am Beispiel der Piratenpartei Deutschland. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 41 (4), 838—854.

Niedermayer, Oskar (2009): Gesellschaftliche und parteipolitische Konfliktlinien. In: Kühnel, Steffen/Niedermayer, Oskar/Westle, Bettina (Hrsg.): Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten. Wiesbaden, VS Verlag, 30—67.

Niedermayer, Oskar (2005): Bürger und Politik. Politische Orientierungen und Verhaltensweisen der Deutschen. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden, VS Verlag.

Piratenpartei (2009): Brief an die Nichtwähler. URL: [http://wiki.piratenpartei.de/Bundestagswahl_2009/Brief an die Nichtw%C3%A4hler#Der Brief als Flie.C3.9Ftext](http://wiki.piratenpartei.de/Bundestagswahl_2009/Brief_an_die_Nichtw%C3%A4hler#Der_Brief_als_Flie.C3.9Ftext) (24.05.2012).

Park Avenue.de (2012): Das Mekka deutscher Internet-Startups ist Berlin. URL: <http://www.parkavenue.de/finanzierung/das-mekka-deutscher-internet-startups-ist-berlin> (15.06.2012).

Pokorny, Sabine (2012): Junge Wähler. Hoffnungslos verloren. Das Wahlverhalten der Generationen. Berlin, Konrad-Adenauer-Stiftung. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_30378-544-1-30.pdf?120305162318 (17.06.2012).

Prantl, Heribert (2012): Das Piratennest. In: Süddeutsche.de, 25.03.2012. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/landtagswahl-im-saarland-das-piratennest-1.1317962> (17.06.2012).

Schlieben, Michael (2012): Piratenpartei. Die neuen Grünen. In: ZEIT ONLINE, 04.04.2012. URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2012-04/piraten-gruene-vergleich> (17.06.2012).

Schoen, Harald (2005)₁: Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung. In: Falter, Jürgen W./Schoen, Harald (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. 1. Auflage. Wiesbaden, VS Verlag, 135—185.

Schoen, Harald (2005)₂: Wechselwahl. In: Falter, Jürgen W./Schoen, Harald (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. 1. Auflage. Wiesbaden, VS Verlag, 367—387.

Schoen, Harald/Weins, Cornelia (2005): Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten. In: Falter, Jürgen W./Schoen, Harald (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. 1. Auflage. Wiesbaden, VS Verlag, 187—242.

Stoye, Sabine (2012): Politik aus Notwehr. Die Piratenpartei im Aufwind. Berlin, Konrad-Adenauer-Stiftung. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_30685-544-1-30.pdf?120419140918 (17.06.2012).

Vitzthum, Thomas (2012): Wir sind nicht wie die FDP dem Untergang geweiht. In: WELT online, 10.01.2012. URL: <http://www.welt.de/politik/deutschland/article13807937/Wir-sind-nicht-wie-die-FDP-dem-Untergang-geweiht.html> (17.06.2012).

Zolleis, Udo/Prokopf, Simon/Strauch, Fabian (2010): Die Piratenpartei. Hype oder Herausforderung für die deutsche Parteienlandschaft. München, Hans-Seidel-Stiftung. URL: http://www.hss.de/uploads/tx_ddceventsbrowser/AA-55_Piratenpartei_02.pdf (05.05.2012).