

Mobilisierung von Jungwählern durch kommunale Online-Wahlhilfen

Eine empirische Untersuchung anhand des lokal-o-mat

Maximilian Brenker, Jonas Israel

Zusammenfassung

Die Beteiligung bei Kommunalwahlen befindet sich auf einem Tiefstand. Ein Auftrag der politischen Bildung ist daher, mehr (junge) Menschen zur Teilnahme zu bewegen. Seit 2014 gibt es dafür den „lokal-o-mat“ – eine kommunale Online-Wahlhilfe. Wir stellen Forschungsergebnisse zur Wirkung bei jungen Nutzern vor.

1. Einleitung¹

Starten wir mit einer erfreulichen Nachricht: Die Beteiligung bei Wahlen zum Bundestag und teilweise auch zu den Landesparlamenten hat sich in den letzten Jahren in Deutschland stabilisiert. Die Beteiligungsrate der Bürgerinnen und Bürger² bei den letzten Wahlen war – im Vergleich zu den jeweils vorangegangenen Wahlen – zu einem großen Teil konstant oder konnte sogar gesteigert werden. Bei der Bundestagswahl 2013 konnte ein leichter Anstieg zur vorangegangenen Wahl im Jahr 2009 konstatiert werden (+0,7 auf 71,5 Prozent). Sogar etwas deutlichere Verbesserungen bei der Wahlbeteiligung können für die Europawahlen im Jahr 2014 (+4,9 auf 48,1 Prozent) und für die Landtagswahlen im Jahr 2016 in Baden-Württemberg (+4,1 auf 70,4 Prozent), Rheinland-Pfalz (+8,6 auf 70,4 Prozent), Sachsen-Anhalt (+9,9 auf 61,1 Prozent), Mecklenburg-Vorpommern (+10,3 auf 61,9 Prozent) und Berlin (+6,7 auf 66,9 Prozent) festgestellt werden. Die Wahlbeteiligung auf diesen Ebenen hat sich also auf einem (im Vergleich zu den 80er Jahren) niedrigen Niveau eingependelt – wobei die



Maximilian Brenker, B.A.

Master-Student der politischen Kommunikation an der Cardiff University (Wales)



Jonas Israel, M.A.

wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Politikwissenschaft II an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Jungwähler unter dem Durchschnitt liegen (Bundeswahlleiter, 2015, S. 24). Nun die schlechte Nachricht: Im Vergleich zu den Bundes- und Landtagswahlen ist die durchschnittliche Beteiligung bei Kommunalwahlen auffallend niedrig. Finden Wahlen zu den Gemeinderäten oder Kreistagen statt, nimmt im bundesweiten Durchschnitt nicht einmal jeder zweite Wahlberechtigte teil (Vetter, 2015). Ein Rückgang bei der Beteiligung zu Kommunalwahlen wird seit den 1980er Jahren beobachtet (Schmitt-Beck, Mackenrodt & Faas, 2008, S. 562). In den 1950er Jahren hatten sich noch mehr als 70 Prozent der Wahlberechtigten bei Kommunalwahlen beteiligt (Schäfer, 2013).

Wahlen auf der lokalen Ebene werden in einigen Bundesländern zudem als Heranführung an die aktive Wahlbeteiligung für Jugendliche und junge Erwachsene genutzt. In zehn der sechzehn Bundesländer dürfen schon 16-Jährige bei Kommunalwahlen ihre Stimme(n) abgeben.³ Im Gegensatz zu den (sub-)nationalen Wahlen bieten sich Kommunalwahlen damit besonders zur Analyse der Beteiligungspotentiale bei jungen Erwachsenen an.

Zur Steigerung der Wahlbeteiligung gibt es unterschiedliche Kampagnen und Tools. Eines der erfolgreichsten Projekte aus der politischen Bildung ist der „Wahl-O-Mat“ – ein Internettool, das dem Nutzer die Möglichkeit bietet, vor Wahlen seine Positionen zu einer festen Anzahl an Thesen mit den Positionen der Parteien zu vergleichen. Abschließend berechnet der Wahl-O-Mat die prozentuale Übereinstimmung zwischen Nutzer und ausgewählten Parteien – wobei es sich beim Ergebnis explizit nicht um eine Wahlempfehlung, sondern um Informationen über die Parteipositionen handeln soll (Marschall, 2005). Forschungsergebnisse zum Wahl-O-Mat zeigen, dass das Tool die Absicht der Nutzer, zur Wahl zu gehen, steigern kann (Marschall & Schultze, 2012). Der Wahl-O-Mat kommt bei Wahlen zum Bundestag, zum Europäischen Parlament und zu den Landtagen zum Einsatz. Für Kommunalwahlen werden allerdings keine Versionen des Tools angeboten. Aufgrund der niedrigen Wahlbeteiligung auf lokaler Ebene lässt sich jedoch durchaus Potential für kommunale Wahlhilfetools identifizieren. Vor diesem Hintergrund wurde 2014 der „lokal-o-mat“⁴ für Kommunalwahlen entwickelt, mit dem sich dieser Beitrag beschäftigt.

Ziel des vorliegenden Artikels ist, die Funktionslogik dieses kommunalen Wahlhilfetools vorzustellen und die Einflussmöglichkeiten auf die Partizipation bei jungen Menschen aufzuzeigen. Dabei soll nicht ausschließlich die Beteiligung zur Wahl, sondern auch vorgelagerte Mechanismen wie die Beschäftigung mit Politik in den Blick genommen werden. Dafür werden Daten einer Online-Befragung zum lokal-o-mat im Hinblick auf folgende Forschungsfrage ausgewertet: Welche Mobilisierungspotentiale können beim kommunalen Wahlhilfetool lokal-o-mat für Jungwähler identifiziert werden?

2. Theoretische Herleitung und Forschungsstand

2.1. Wirkungsmöglichkeiten von Online-Wahlhilfen

Online Wahlhilfen – oder im englischen *Voting Advice Applications* (kurz VAAs) – werden inzwischen weltweit regelmäßig im Vorfeld von Wahlen angeboten. Dementsprechend hat sich auch die Forschung zu diesen Tools in den letzten Jahren etabliert (vgl. Garzia & Marschall, 2014). Ein großer Teil der Forschungsarbeiten zu Online-Wahlhilfen beschäftigt sich mit Effekten, die diese Tools auf a) das Wahlverhalten

(z.B. für welche Partei gestimmt wird), b) das politische Wissen oder c) die Wahlbeteiligung haben können. Fokussierend auf das Forschungsinteresse dieses Beitrags sollen im weiteren Verlauf die Effekte auf die Wahlbeteiligung bei jungen Menschen betrachtet werden. Welche Wirkung auf die Wahlbeteiligung ist bei Online-Wahlhilfen bereits identifiziert worden und welche Spezifika lassen sich für jüngere Menschen feststellen?

Erste Studien haben gezeigt, dass die Nutzerschaft von VAAs durch die Tools motiviert wurde, sich mit Politik im Allgemeinen auseinanderzusetzen (Marschall, 2005). Betrachtet man den Unterschied zwischen jüngeren und älteren Nutzern, so fällt auf, dass sich besonders die junge Generation von Online-Wahlhilfen zur Wahl bewegen lässt. Zur Bundestagswahl 2013 gaben 6,3 Prozent der User unter 29 Jahren an, dass der Wahl-O-Mat sie zur Stimmabgabe motiviert hat – unter den älteren Nutzern lag der Wert bei 4,3 Prozent (Marschall & Israel, 2014, S. 376). Zudem wird aufgezeigt, dass junge Nutzer das Tool eher dazu verwenden, um sich unterstützende Informationen für die Wahlentscheidung ausgeben zu lassen. Ältere Nutzer hingegen wollen mit dem Wahl-O-Mat ihren schon vorhandenen Standpunkt überprüfen (Marschall & Israel, 2014, S. 374). Auch Studien aus der Schweiz zeigen mobilisierende Effekte: Zur Schweizer Parlamentswahl 2007 weist die Gruppe der Nutzer unter 24 Jahren mit 20,4 Prozent den Höchstwert bei der Aussage „Definitely motivated me to vote“ in Bezug auf das Wahlhilfe-Tool smartvote auf (Ladner & Pianzola, 2010, S. 220). Hirzalla, van Zoonen und Ridder (2011) zeigen für die Parlamentswahl in den Niederlanden im Jahr 2006, dass sich eine mobilisierende Wirkung der VAAs vor allem für die jüngeren Personen im Sample finden lässt. In einer weiteren Studie aus den Niederlanden werden Nutzer-Typologien von VAAs erstellt. Dabei kommen van de Pol, Holleman, Kamoen, Krouwel und de Vreese zu dem Ergebnis, dass junge Nutzer häufiger VAAs verwenden, um überhaupt erst eine eigene politische Position zu entwickeln (2014, S. 405).

Damit sind bereits eine Vielzahl von Studien vorgelegt worden, die eine positive Wirkung von VAAs auf die Wahlbeteiligung und Auseinandersetzung mit Politik für jüngere Wähler aufzeigen.

2.2. Wahlbeteiligung auf kommunaler Ebene

Um diese Wirkungsmöglichkeiten im weiteren Verlauf spezifisch zu überprüfen, muss verstanden werden, warum Bürger überhaupt wählen oder nicht wählen. Da sich die Forschung in erster Linie auf die Europa-, Bundes- oder Landesebene bezieht, sind die Erkenntnisse zur Wahlbeteiligung bei Kommunalwahlen bisher recht gering (Schmitt-Beck et al., 2008, S. 561).

In der frühen Nichtwahl-Forschung wurde oft „das Bild eines politisch desinteressierten und sozial schwachen Nichtwählers“ (Jankowski, Jakobeit, Hiller & Thomsen, 2013, S. 268) gezeichnet. Diese Beschreibung klammert jedoch die Möglichkeit der Protest-Nichtwahl aus. Möglicherweise begründet sich ein gewisser Anteil an Nichtwählern „in einer wachsenden Unzufriedenheit mit dem politischen System, seinen Institutionen und Akteuren“ (Gabriel & Völkl, 2004, S. 222). Bei der gezielten Suche nach diesem neuen Typ von Nichtwähler muss festgehalten werden, dass er keineswegs den klassischen Nichtwähler ersetzt oder marginalisiert. Bei einer Analyse der Bundestagswahl 2002 rechnen Gabriel und Völkl immer noch sechs von zehn Nichtwählern der Gruppe des klassischen Typus zu (2004, S. 243). Eine Möglichkeit, der Protest-

Nichtwahl entgegenzuwirken, besteht darin, Transparenz zu schaffen – z.B. durch eine Online-Wahlhilfe.

Ein weiterer Ansatz der Wahlforschung wurde aus der Rational Choice-Theorie entwickelt: Der Antrieb zur Wahlteilnahme entsteht durch das Erkennen von Unterschieden zwischen den antretenden Parteien. Versprechen die Parteien im Grunde das Gleiche, muss der rationale Bürger nicht wählen gehen. Nimmt der Wähler aber Unterschiede zwischen den Parteien wahr, ist eine rationale Entscheidung möglich – und eine Wahlbeteiligung wahrscheinlicher (Caballero, 2014). Eine VAA ist potentiell in der Lage, diese Unterschiede zu verdeutlichen und somit die Grundlage für eine Wahlbeteiligung zu bilden.

Diese Erklärungen geben jedoch bisher keinen Hinweis darauf, warum die Wahlbeteiligung bei Kommunalwahlen niedriger ist als bei Wahlen auf anderen Ebenen. Es ließe sich sogar argumentieren, dass Faktoren wie niedriges politisches Interesse oder fehlender Glaube an die Problemlösungskompetenz von Parteien keine so große Rolle spielen sollten, da die zentralen Fragen eines lokalen Wahlkampfes näher an den alltäglichen Problemen der Bürger liegen. Eine sehr ausführliche Analyse der Hintergründe von Wahlbeteiligung auf der kommunalen Ebene haben Schmitt-Beck et al. (2008) in einer Fallstudie zur Kommunalwahl 2004 in Duisburg unternommen. Als einflussreiche Faktoren wurden hier u.a. das Wahlverhalten bei der letzten Wahl, das Interesse an Kommunalpolitik und die politischen Diskussionen mit Nichtwählern identifiziert.

2.3. Hypothesenentwicklung

Die möglichen mobilisierenden Wirkungen des lokal-o-mat sollen für unseren Fall in Abhängigkeit zum Alter analysiert werden. Bei der Formulierung unserer Hypothesen sollen auch der Mobilisierung vorgelagerte Mechanismen berücksichtigt werden.

Die Motivation, die zur Nutzung des lokal-o-mat geführt hat, kann mit verschiedenen Ausgangspunkten verknüpft sein. Forschung zu Jungwählern hat gezeigt, dass diese seltener bereits eine eigene politische Position gebildet haben als ältere Wähler (Mößner, 2006). Wir gehen daher davon aus, dass jüngere Nutzer das Tool vor allem dafür verwenden, um eine Position zu finden und damit ihren Orientierungsbedarf für die Wahl zu befriedigen. H1 lautet:

H1: Jüngere Nutzer verwenden das Tool häufiger zur Orientierungssuche für eine Wahlentscheidung als ältere Nutzer.

Für die zweite Hypothese soll die Wirkung des Tools in den Fokus genommen werden. Aus der in H1 beschriebenen Konstellation leiten wir ab, dass der lokal-o-mat den jüngeren Nutzern auch potentiell häufiger bei der Wahlentscheidung weiterhelfen kann. So gehen wir davon aus, dass den jüngeren Nutzern die Parteiunterschiede nach der lokal-o-mat-Nutzung deutlicher geworden sind. Dies würde darauf hindeuten, dass das Tool bei der Wahlentscheidung weiterhelfen konnte. H2 lautet folglich:

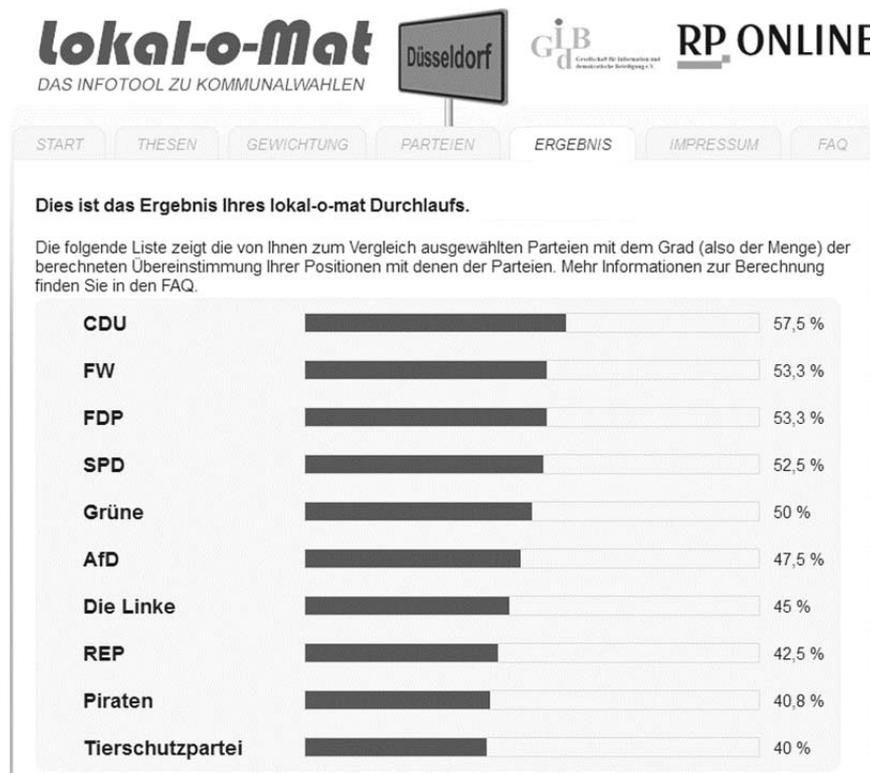
H2: Jüngere Nutzer geben häufiger als ältere Nutzer an, dass das Tool ihnen bei der Wahlentscheidung weiterhelfen konnte.

Nun soll noch eine finale Annahme zu zwei Wirkungen auf das politische Handeln formuliert werden. Zum einen vermuten wir ein höheres Potential des lokal-o-mat, jüngere Nutzer zur weiteren Auseinandersetzung mit Politik zu motivieren. Aus dieser

politischen Aufklärung folgt die zweite Wirkung, und zwar, dass sich mehr junge als ältere Nutzer durch das Tool zur Wahl motivieren lassen. Diese Aspekte sollen insgesamt als mobilisierende Wirkung des Tools zusammengefasst werden:

H3: Jüngere Nutzer empfinden eine stärkere politische Mobilisierung durch den lokal-o-mat als ältere Nutzer.

Abbildung 1: Beispielhafte Darstellung eines lokal-o-mat-Ergebnisses.



Der lokal-o-mat orientiert sich in Bezug auf die grundlegende Funktionalität am großen Bruder – dem Wahl-O-Mat. Es ist daher naheliegend, dass die für den Wahl-O-Mat identifizierten Effekte auch für den lokal-o-mat gelten können.

3. Empirische Ergebnisse zum lokal-o-mat

3.1 Vorstellung des Tools

Der lokal-o-mat wurde im Jahr 2014 als Pilotprojekt für die Kommunalwahlen in Düsseldorf und Ahlen/Westfalen gestartet. Das Tool wurde in Düsseldorf knapp 22.000- und in Ahlen etwa 4.000-mal genutzt. Aufgrund der umfassenderen Datengrundlage wurde für die vorliegende Arbeit die Datenbasis aus Düsseldorf verwendet.

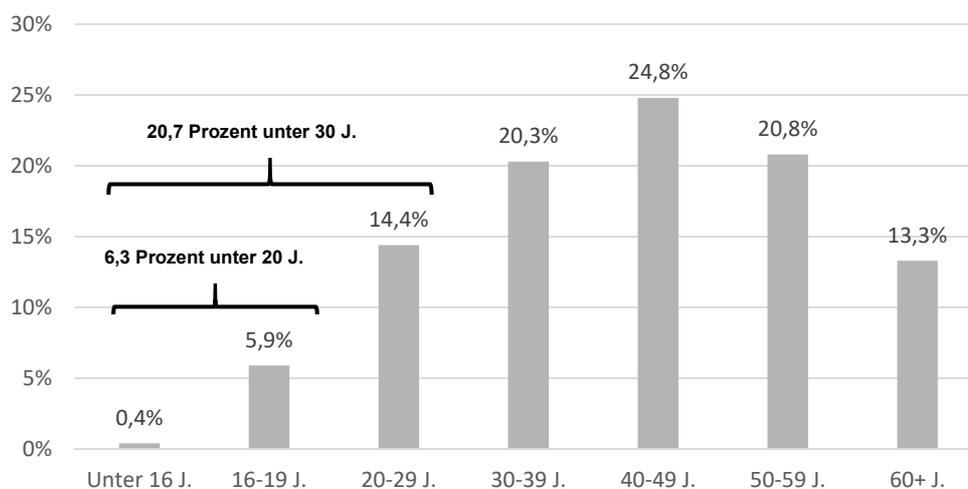
Schon der Name des Tools macht es deutlich: Der „lokal-o-mat“ beruht auf den Grundprinzipien der deutschen Online-Wahlhilfe „Wahl-O-Mat“. Im Gegensatz zum

Wahl-O-Mat wird der lokal-o-mat nicht von einem staatlichen Träger angeboten.⁵ Das Tool für Kommunalwahlen wird von einem gemeinnützigen Verein – der Gesellschaft für Information und demokratische Beteiligung e.V. – bereitgestellt. Die Entwicklung des Tools sowie die Funktionalität des lokal-o-mat orientieren sich aber am Wahl-O-Mat. Die Thesen im lokal-o-mat wurden mit einer Zeitungsredaktion in mehreren Schritten erarbeitet und anschließend den Parteien zur Positionierung vorgelegt. Alle Parteien, die zur Kommunalwahl angetreten sind, konnten sich am Tool beteiligen.⁶ Nachdem sich die Parteien positioniert hatten, wurden 30 Thesen für das Tool ausgewählt. Im Tool gibt es drei Antwortmöglichkeiten: „Ja, stimme zu“, „Neutral, teils teils“ und „Nein, stimme nicht zu“. Zusätzlich können die Nutzer – nicht aber die Parteien – einzelne Thesen überspringen. Am Ende errechnet das Tool die Übereinstimmung in Prozent für die ausgewählten Parteien (siehe Abb. 1).

3.2. Datensatz und Altersverteilung

Die im weiteren Verlauf präsentierten Daten beruhen auf einer Online-Befragung, die im Anschluss an die Nutzung des lokal-o-mat durchgeführt wurde. Nach der Ergebnisanzeige im lokal-o-mat wurde jeder zweite Nutzer für die Umfrage per Layer-Fenster kontaktiert. Nach einer Bereinigung beinhaltet der Datensatz 1.795 Fälle, von denen 1.609 Befragte wahlberechtigt sind. Insgesamt wurden 10.719 Personen angefragt – die Rücklaufquote liegt bei 16,7 Prozent.⁷ An dieser Stelle muss auf die methodischen Einschränkungen der Datenbasis hingewiesen werden: Im Datensatz sind, aufgrund der Erhebungsmethodik, nur Nutzer des Tools vorhanden, die sowohl für die Tool-Nutzung als auch die Beantwortung des Fragebogens eine eigenständige Motivation aufbringen mussten. Ein Abgleich mit Personen, die das Tool nicht genutzt haben, ist somit nicht möglich. Trotzdem kann der Datensatz dafür verwendet werden, die Einstellungen und Wahlbeteiligungsabsichten der Toolnutzer aufzuzeigen und verschiedene Nutzergruppen – in diesem Fall nach dem Alter aufgeteilt – zu vergleichen.

Abbildung 2: Altersverteilung der Teilnehmer der Befragung.



Da wir explizit auf die Unterscheidung zwischen Altersgruppen abzielen, ist die zentrale Variable unter den soziodemographischen Merkmalen das Alter. Im Datensatz wurden als „junge Nutzer“ diejenigen Befragten definiert, die jünger als 30 Jahre sind (U30). Diese Gruppe kann auch als „digital natives“ abgegrenzt werden. Dies sind jene Personen, die mit den digitalen Medien aufgewachsen sind (Prensky, 2001). Insgesamt versammeln sich in dieser Gruppe 20,7 Prozent der Befragten (vgl. Abb. 2). Die Gruppe der älteren Nutzer (30+) umfasst somit 79,3 Prozent des Samples. Abschließend sollen Nutzer unter 20 Jahren spezifisch betrachtet werden. Diese machen 6,3 Prozent des Samples aus.

3.3. Mögliche Wirkungen des lokal-o-mat

Um die Hypothesen zu untersuchen, werden Häufigkeitsauszählungen verschiedener Variablen vorgestellt. Dabei verwenden wir das Alter der Befragten als differenzierende Variable.

Tabelle 1: Wichtigster Grund für die lokal-o-mat-Nutzung.

	Bis 29 J.		30 J. und älter		Gesamt	
	Prozent	n	Prozent	n	Prozent	n
Standpunkt mit einer nahestehenden Partei vergleichen	29,5	110	48,5	690	44,6	800
Suche Rat, für welche Partei ich stimmen soll	35,1	131	20,2	287	23,3	418
Mehr über die Positionen erfahren	19,8	74	11,6	165	13,3	239
Informieren, welche Themen eine Rolle spielen	8,8	33	7,2	102	7,5	135
Neugierig, wie der lokal-o-mat funktioniert	3,8	14	5,8	83	5,4	97
Wollte mich vom Ergebnis überraschen lassen	2,1	8	6,1	87	5,3	95
Sonstiges	0,8	3	0,6	8	0,6	11
Gesamt	100,0	373	100,0	1422	100,0	1795

Mit Blick auf die erste Hypothese – jüngere Nutzer verwenden das Tool häufiger zur Orientierungssuche – fällt auf, dass über alle Nutzer hinweg der wichtigste Grund für die Nutzung der Vergleich des eigenen Standpunkts mit dem einer nahestehenden Partei ist. Nachfolgende Nutzungsmotivationen sind eine Orientierungssuche und der Wunsch, mehr über die Positionen der Parteien zu erfahren (vgl. Tab. 1). Diese Reihenfolge verfestigt sich in der Gruppe der über 29-Jährigen noch einmal deutlich. Fast die Hälfte der Befragten in dieser Gruppe (48,5 Prozent) gibt an, den lokal-o-mat zu nutzen, um ihren Standpunkt mit dem einer ihnen nahestehenden Partei zu vergleichen. Bei den Jüngeren sind die Nutzungsgründe passend zu Hypothese H1 aber andere: Der wichtigste Grund für diese Gruppe ist ein Rat für die Wahlentscheidung (35,1 Prozent). Als zweitwichtigster Grund wird von den Jüngeren angegeben, dass bestehende Positionen abgeglichen werden (29,5 Prozent), gefolgt vom Interesse, mehr über die Positionen der Parteien zu erfahren, das bei den Jüngeren (19,8 Prozent) auch deutlich wichtiger ist als bei der älteren Gruppe (11,6 Prozent).

Diese Ergebnisse zeigen, dass der Grund für die Nutzung des Tools bei jungen Leuten eher eine Orientierungssuche als die Bestätigung einer bereits vorhandenen Position ist. Die Befragten über 29 Jahre suchen dagegen vielmehr den Vergleich mit schon bestehenden Einstellungen. Somit kann Hypothese H1 für die vorliegende Datenbasis bestätigt werden.

Nach den Gründen für die Nutzung, soll nun ein Blick auf die Wirkung des Tools geworfen werden. In Hypothese H2 vermuten wir für die jüngeren Nutzer, dass ihnen

das Tool häufiger bei der Wahlentscheidung weiterhelfen konnte. Diese Hypothese fußt auf der Annahme, dass jüngere Leute seltener eine politische Position – und damit eher Bedarf für eine Wahlhilfe – haben und dass sie den lokal-o-mat auch eher aufrufen, um eine Unterstützung für die Wahlentscheidung zu erhalten. Dazu werden zwei Aussagen betrachtet, die den Probanden zur Zustimmung oder Ablehnung präsentiert wurden (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Leistungen des lokal-o-mat.

		Bis 29 J.		30 J. und älter		Gesamt	
		Prozent	n	Prozent	n	Prozent	n
Bei der Wahlentscheidung weitergeholfen	Ja	65,7	245	49,2	700	52,6	945
	Nein	15,3	57	34,5	490	30,5	547
	Weiß nicht	19,0	71	16,3	232	16,9	303
Unterschiede zwischen Parteien festgestellt	Ja	78,0	291	70,7	1006	72,3	1297
	Nein	9,7	36	19,1	272	17,2	308
	Weiß nicht	12,3	45	10,1	144	10,6	190

N = 1795; N(U30) = 373; N(30+) = 1422

Direkt gefragt, ob ihnen die lokal-o-mat-Nutzung bei der Wahlentscheidung weitergeholfen hat, stimmten 65,7 Prozent der unter 30-Jährigen zu. In der älteren Gruppe taten dies nur 49,2 Prozent der Befragten. Auch die Frage, ob der lokal-o-mat die Unterschiede zwischen den Parteien verdeutlicht hat, wird häufiger von den jüngeren Nutzern bestätigt. Wie bereits dargelegt, kann ein Grund für die Nichtwahl sein, dass die Parteien zu ähnlich erscheinen und der (Nicht-)Wähler keinen Sinn darin sieht, zwischen gleichen Optionen eine auszuwählen. Auch hier ist der Anteil derer, die zustimmen, in der Gruppe der Älteren kleiner. Dieser Umstand muss nicht unbedingt heißen, dass die Älteren keine Unterschiede zwischen den Parteien erkennen. Der Wert liegt mit knapp über 70 Prozent noch recht hoch und die Formulierung der Aussage zielt lediglich darauf ab, ob der lokal-o-mat den Befragten geholfen hat, diese Unterschiede festzustellen. Es ist zum Beispiel denkbar, dass ein Teil der Befragten – gerade in der Gruppe 30+ – diese Unterschiede schon vorher kannte. In Bezug auf die jüngere Alterskategorie kann Hypothese H2 jedoch bestätigt werden.

Abschließend soll nun die politische Mobilisierung durch den lokal-o-mat in den Blick genommen werden. Dies wird wieder mit Aussagen, denen die Befragten zustimmen konnten, überprüft. Eine der Aussagen zielt direkt auf die Wahlteilnahme ab, während eine zweite das Thema indirekt behandelt (vgl. Tab. 3). Hier werden nur die wahlberechtigten Teilnehmer der Befragung einbezogen.

Tabelle 3. Mobilisierungspotentiale des lokal-o-mat.

		Bis 29 J.		30 J. und älter		Gesamt	
		Prozent	n	Prozent	n	Prozent	n
Zur Wahlteilnahme motiviert, obwohl nicht vorgehabt	Ja	4,3	14	3,3	42	3,5	56
	Nein	88,9	289	90,9	1167	90,5	1456
	Weiß nicht	6,8	22	5,8	75	6,0	97
Motivation zu weiterer politischer Information	Ja	60,9	198	44,1	566	47,5	764
	Nein	25,2	82	43,2	555	39,6	637
	Weiß nicht	13,8	45	12,7	163	12,9	208

Nur Wahlberechtigte, N = 1609; N(U30) = 325; N(30+) = 1284

Es zeigt sich, dass nur ein kleiner Teil der Befragten, die eigentlich nicht geplant hatten an der Wahl teilzunehmen, alleine vom lokal-o-mat zur Wahlteilnahme motiviert wurden. Das liegt zum einen daran, dass ein großer Teil des Samples schon vor der Nutzung des Tools wählen gehen wollte und daher in die „Nein“-Kategorie fällt. Außerdem ist es, angesichts der Vielzahl von Faktoren, die für die (Nicht-)Wahl als relevant erkannt wurden, nachvollziehbar, dass die Nutzer nicht sofort nach der Nutzung des Tools ihre Meinung ändern. Der lokal-o-mat kann aber gewisse Prozesse anstoßen, die im Endeffekt zur Wahlbeteiligung führen können. Für unsere Hypothese H3 ist hier zentral, dass der Anteil derer, die dieser Frage zustimmen, in der Gruppe der unter 30-Jährigen etwas höher ist, als in der älteren Gruppe. Da dieser Unterschied allerdings recht gering ist, kann dieser Teil unserer Annahme nur eingeschränkt bestätigt werden. Eine Möglichkeit, wie der lokal-o-mat indirekt auf die politische Partizipation wirken kann, besteht darin, den Nutzer zu weiterer politischer Information zu animieren. Dies kann zwar nicht mit einem erhöhten Interesse an Kommunalpolitik gleichgesetzt werden – von dem bekannt ist, dass es einen starken Einfluss auf die Wahlbeteiligung hat. Die Motivation geht aber wohl in eine ähnliche Richtung und gesteigerte politische Information ist darüber hinaus auch ein zentrales Ziel für ein Wahlinformationstool. Die Altersunterschiede bestätigen wieder die Annahme, dass die Wirkung des Tools bei jüngeren Leuten stärker ist. Über 60 Prozent der Befragten aus der Gruppe der unter 30-Jährigen geben an, dass sie der lokal-o-mat zu weiterer politischer Information motiviert hat. Dieser Wert liegt bei den Älteren deutlich niedriger. Nimmt man die Erkenntnisse aus diesen zwei Beobachtungen zusammen, lässt sich Hypothese H3 eingeschränkt bestätigen.

Damit konnten die aufgestellten Hypothesen unterschiedlich stark bestätigt werden. Jüngere lokal-o-mat-Nutzer verwenden das Tool eher zur Orientierungssuche, empfinden eine stärkere Unterstützung für die Wahlentscheidung und werden – mit leichten Einschränkungen – auch stärker zu weiterer politischer Handlung motiviert.

3.4. Differenzierte Ergebnisse zur Altersgruppe U20

Abschließend soll nun noch auf Ergebnisse eingegangen werden, die sich ausschließlich auf die Gruppe der jüngsten Nutzer beziehen. Bisher hatten wir grob in junge und alte Nutzer des lokal-o-mat eingeteilt – im Folgenden soll nun die jüngste Alterskategorie noch einmal differenziert betrachtet werden. Insgesamt sind in dieser Alterskategorie U20 noch 113 Fälle (6,3 Prozent des gesamten Datensatzes) vorhanden, auf die sich die weitere Analyse nun bezieht. Auch für diese Gruppen haben wir die oben bearbeiteten Items noch einmal genauer betrachtet.

Folgende Auffälligkeiten lassen sich hervorheben: Insgesamt zeichnet sich die Gruppe der jüngsten Befragten dadurch aus, dass sie die „Weiß nicht“-Kategorien überproportional häufig verwendet. Dies geht einher mit der Erkenntnis, dass sehr junge Befragte sich noch keine politischen Positionen gebildet haben und damit auch seltener auf Fragen zu politischen Einstellungen antworten (können). Zudem ist auffällig, dass die jüngsten Befragten das Tool am häufigsten dafür nutzen, sich einen Rat für die Wahlentscheidung auszugeben. Dies deutet ebenfalls auf einen starken Orientierungsbedarf dieser Gruppe hin. Auch hat der lokal-o-mat laut Selbstauskunft der Nutzer den größten Anteil in der jüngsten Gruppe zur Wahlteilnahme motivieren können: Knapp über 5 Prozent geben an, dass sie eigentlich nicht zur Wahl gehen wollten, der lokal-o-mat sie aber dazu motiviert hat. Und auch die Motivation zur Suche nach

weiteren politischen Informationen gelingt bei den U20 am besten: 66,3 Prozent in dieser Gruppe geben an, dass sie nach der lokal-o-mat-Nutzung weitere politische Informationen suchen wollen. Insgesamt fällt somit auf, dass die jüngste Nutzergruppe selbster bereits ausgeprägte Positionen und politische Einstellungen besitzt und der lokal-o-mat diese Gruppe am stärksten aktivieren kann.

4. Fazit

Die Einführung des lokal-o-mat stellt einen begrüßenswerten Schritt für die Stärkung der Beteiligung bei Kommunalwahlen – vor allem bei jüngeren Wählern – dar. Die niedrige Wahlbeteiligung bei Kommunalwahlen deutet an, dass auf dieser Ebene häufig nicht ausreichend Informationen zur Wahl selbst und über die Parteipositionen zur Verfügung gestellt werden. Die Kommunalwahlen haben mit den Wahlen zum Europäischen Parlament in Deutschland die niedrigsten Werte bei der Wahlbeteiligung – hier ist daher auch der stärkste Bedarf an weiterer Information vorhanden. Der lokal-o-mat besitzt das Potential, diese Informationslücke zumindest partiell zu schließen. Gerade potentielle Protest-Nicht-Wähler, denen Informationen zur Kommunalwahl fehlen und die daher nicht wählen gehen, könnten mit einem solchen Informationsangebot zur Wahl motiviert werden.

Das erfreuliche Ergebnis zur Kommunalwahl in Düsseldorf 2014 ist, dass die Wahlbeteiligung im Vergleich zur Wahl im Jahr 2009 von 44,6 Prozent auf 49,2 Prozent gestiegen ist (Golschinski, 2014). Diese Steigerung soll hier nicht in direkte kausale Verbindung zur Einführung des lokal-o-mat gestellt werden – die Gründe können vielmehr in einem eindeutig personalisierten Wahlkampf und einer Wechselstimmung in der Stadt liegen. Die Informationen aus der Anschlussbefragung legen aber dennoch eine mobilisierende Wirkung des Tools nahe. Ein höherer Informationsbedarf bei den jüngeren Nutzern drückt sich in der Motivation aus, den lokal-o-mat vordergründig zur Orientierungssuche zu verwenden. Darüber hinaus geben die jüngeren Nutzer häufiger an, dass der lokal-o-mat bei der Wahlentscheidung helfen konnte und die Unterschiede zwischen den Parteien herausgestellt hat. Abschließend wurden die mobilisierenden Wirkungen des Tools betrachtet. Auch hier konnten wir aufzeigen, dass die selbst angegebenen Wirkungen bei den jüngeren Nutzern stärker sind als bei den älteren Befragten. Das Sammeln weiterer politischer Informationen wird durch den lokal-o-mat ebenfalls angeregt. Die vorliegenden Forschungsergebnisse zeigen auf, dass der lokal-o-mat das Potential besitzt, gerade jüngere Nutzer verstärkt mit Politik in Kontakt zu bringen. Zudem besteht die Möglichkeit, Jung- und Erstwähler überhaupt erst zur Wahl zu motivieren. Gerade die jüngsten Wähler, die Unter-20-jährigen, suchen verstärkt nach Rat und fühlen sich später zu Wahlteilnahme und besonders zur politischen Information angeregt. Ein wichtiger Schritt, wenn man einbezieht, dass einer der Hauptfaktoren der kommunalen Nichtwahl das frühere (Nicht-)Wahlverhalten ist. Dies führt zu dem Schluss, dass eine Ausweitung des Tools auf weitere Kommunalwahlen als sinnvoll betrachtet werden kann.

Abschließend soll angemerkt werden, dass die Ergebnisse der Auswertung auf Selbstauskünften der Befragten basieren. Diese Form der Datenerhebung ist immer mit Einschränkungen verbunden – so können keine verallgemeinernden Aussagen über die Nutzer über den spezifischen Fall hinaus getroffen werden. Da aber für Kommunalwahlen bisher keine anderen Daten zur Analyse der Wirkung von Online-Wahlhilfen vorliegen, muss an dieser Stelle auf diese Datengrundlage zurückgegriffen

werden. Auch handelt es sich beim lokal-o-mat um ein relativ neues Phänomen, sodass bisher noch keine Datenanalyse über die Zeit hinweg vorgenommen werden kann. Dies sollte, bei der wiederholten Bereitstellung des Tools, als weiterführende Analysemöglichkeit in Betracht gezogen werden, um so auch langfristige Wirkungen aufzeigen zu können. Dass diese Internettools eine wichtige Rolle für die Information und Mobilisierung – gerade von Jungwählern – bei Kommunalwahlen spielen können, wurde durch den vorliegenden Beitrag herausgearbeitet.

Anmerkungen

- 1 Dies ist eine überarbeitete Fassung eines Beitrags, der mit dem 3. Platz beim Demografie-Preis 2014/2015 der Stiftung für die Rechte zukünftiger Generationen ausgezeichnet wurde. Wir bedanken uns bei den anonymen Gutachtern für hilfreiche Kommentare und Anmerkungen, die in die Überarbeitung des Artikels eingeflossen sind.
- 2 Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Beitrag im Folgenden die männliche Form verwendet – selbstverständlich sind Frauen im gleichen Maße angesprochen.
- 3 In Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein darf ab dem 16. Lebensjahr auf kommunaler Ebene gewählt werden.
- 4 Vgl. dazu www.lokal-o-mat.de, Stand: 15.09.2016.
- 5 Anbieter des Wahl-O-Mat ist die Bundeszentrale für politische Bildung, die dem Innenministerium untergeordnet ist (siehe www.bpb.de/die-bpb/51244/der-bpb-erlass, Stand: 15.09.2016).
- 6 Einzelbewerber wurden dabei ausgeschlossen, da hier kein konsistentes programmatisches Profil zu erwarten war.
- 7 Informationen zum Datensatz sind verfügbar unter: www.wahl-o-mat.uni-duesseldorf.de/wahl-o-mat/online-befragungen/lom/, Stand: 15.09.2016. Der Datensatz liegt den Autoren zur Analyse vor.

Literaturverzeichnis

- Bundeswahlleiter. (2015). Wahl zum 18. Deutschen Bundestag am 22. September 2013. Heft 5, Teil 2, Textliche Auswertung (Repräsentative Wahlstatistik und Wahlbezirksstatistik) (Statistisches Bundesamt, Hrsg.), Wiesbaden. Zugriff am 15.09.2016. Verfügbar unter http://www.bundeswahlleiter.de/de/bundestagswahlen/BTW_BUND_13/veroeffentlichungen/BTW_2013_Heft5-2.pdf
- Caballero, C. (2014). Nichtwahl. In J. W. Falter & H. Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung* (S. 437-488). Wiesbaden: Springer.
- Gabriel, O. W. & Völkl, K. (2004). Auf der Suche nach dem Nichtwähler neuen Typs. Eine Analyse aus Anlass der Bundestagswahl 2002. In F. Brettschneider, J. W. van Deth & E. Roller (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes* (1. Aufl, S. 221-248). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Garzia, D. & Marschall, S. (Hrsg.). (2014). *Matching Voters with Parties and Candidates. Voting Advice Applications in a Comparative Perspective*. Colchester: ECPR Press.
- Golschinski, M. (2014). Kommunalwahlen am 25. Mai 2014. Analyse der vorläufigen Ergebnisse. Düsseldorf: Amt für Wahlen und Statistik. Zugriff am 15.09.2016. Verfügbar unter https://www.duesseldorf.de/fileadmin/Amt12/wahlen/download/wahlanalyse_kw_2014.pdf
- Hirzalla, F., van Zoonen, L. & Ridder, J. de. (2011). Internet Use and Political Participation: Reflections on the Mobilization/Normalization Controversy. *The Information Society*, 27 (1), 1-15.
- Jankowski, M., Jakobeit, C., Hiller, P. & Thomsen, N. (2013). Mehr Wahl, mehr Qual? Zum Zusammenhang von Wahlbeteiligung und neuem Wahlrecht in Hamburg. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 44 (2), 264-275.

- Ladner, A. & Pianzola, J. (2010). Do Voting Advice Applications Have an Effect on Electoral Participation and Voter Turnout? Evidence from the 2007 Swiss Federal Elections. In E. Tambouris, A. Macintosh & O. Glassey (Hrsg.), *Electronic Participation. Second IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2010 Lausanne, Switzerland, August 29 – September 2, 2010 Proceedings* (S. 211-224). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Marschall, S. (2005). Idee und Wirkung des Wahl-O-Mat. *Aus Politik und Zeitgeschichte* (51-52), 41-46.
- Marschall, S. & Israel, J. (2014). Toy or Tool? Der Wahl-O-Mat als hybrides Angebot der politischen Bildung. *Gesellschaft – Wirtschaft – Politik*, 63 (3), 365-378.
- Marschall, S. & Schultze, M. (2012). Normalisierung oder Mobilisierung? – Die Auswirkungen politischer Online-Kommunikation auf die Wahlbeteiligung am Beispiel einer Internet-Applikation zur Bundestagswahl 2009. *Politische Vierteljahresschrift*, 53 (3), 444-466.
- Mößner, A. (2006). Jung und ungebunden? Parteiidentifikation von jungen Erwachsenen. In E. Roller, F. Brettschneider & J. W. van Deth (Hrsg.), *Jugend und Politik: „Voll normal!“* (S. 337-359). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Schäfer, A. (2013). Wahlbeteiligung und Nichtwähler. *Aus Politik und Zeitgeschichte* (48-49), 39-46.
- Schmitt-Beck, R., Mackenrodt, C. & Faas, T. (2008). Hintergründe kommunaler Wahlbeteiligung. Eine Fallstudie zur Kommunalwahl 2004 in Duisburg. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 39 (3), 561-580.
- Van de Pol, J., Holleman, B., Kamoen, N., Krouwel, A. & de Vreese, C. (2014). Beyond Young, Highly Educated Males. A Typology of VAA Users. *Journal of Information Technology & Politics*, 11 (4), 397-411.
- Vetter, A. (2015). Just a Matter of Timing? Local Electoral Turnout in Germany in the Context of National and European Parliamentary Elections. *German Politics*, 24 (1), 67-84.