



Was bewegt die Wähler im September

Post-Corona-Aufschwung oder Dürresommer?

7. Mai 2021

Autoren

Marion Mühlberger
+49 69 910-31815
marion.muehlberger@db.com

Barbara Boettcher
+49 69 910-31787
barbara.boettcher@db.com

Ursula Walther
ursula.walther@db.com

Editor

Stefan Schneider

Deutsche Bank AG
Deutsche Bank Research
Frankfurt am Main
Deutschland
E-Mail: marketing.dbr@db.com
Fax: +49 69 910-31877

www.dbresearch.de

DB Research Management
Stefan Schneider

Original in engl. Sprache: 4. Mai

Im Rennen um die Kanzlerschaft ist der Ausgang weiter offen. Die CDU/CSU kämpft zum einen mit dem langfristigen Abstieg der Volksparteien, zum anderen mit der aktuellen Enttäuschung hinsichtlich des Pandemie-Managements und des öffentlich ausgetragenen Führungsstreits. Die Grünen hingegen profitieren von der stetigen Zunahme des Umweltbewusstseins, der Gestaltung der politischen Agenda und der positiven Kampagnendynamik um Baerbock. Beide Parteien haben jeweils ein maximales Wählerpotenzial von ungefähr 40%.

Der jüngst starke Anstieg/Fall der Umfragewerte der Grünen und der CDU/CSU wirft die Frage auf, ob dies ein einmaliger Ausschlag ist und ob die Umfragewerte innerhalb kurzer Zeit zum langfristigen Trend zurückkehren werden. Unsere Analyse starker Ausschläge in der Vergangenheit zeigt, dass diese meistens innerhalb weniger Wochen (zumindest teilweise) zum Mittelwert zurückkehren. Trotzdem fallen die Grünen insofern auf, als vier der fünf jüngsten Ausschläge zu ihren Gunsten waren (Hitzesommer 2018 & 2019, Fridays for Future-Bewegung, Enttäuschung über das Management der Pandemie).

Welche Schlüsse lassen sich hieraus für das Kopf-an-Kopf-Rennen im September ziehen? Da die Volatilität der Umfragen über die letzten Jahre stark zugenommen hat, müssen Prognosen, die auf Umfragewerten fünf Monate vor der Wahl basieren, mit Vorsicht interpretiert werden. Dies gilt umso mehr, da die schwindende Parteiidentifikation dazu führt, dass kurzfristige Treiber wie die wirtschaftliche Lage, Stimmung, die Wahlkampagne oder das wahrgenommene Image der Kandidaten wenige Tage vor der Wahl (oder dem Zeitpunkt der Abgabe der 30% Briefwahlstimmen) die Wahl maßgeblich beeinflussen werden.

Noch bleiben wir bei unserer Prognose, dass die Union das knappe Rennen für sich entscheiden wird. Erstens wird die Wahl in einem Umfeld von „Impf-Euphorie“ stattfinden, was sich in einer Pro-Regierungsstimmung niederschlagen könnte. Zweitens könnte die Zustimmung zu ambitionierten Klimaschutzzielen einer gewissen Ernüchterung weichen, wenn die Wähler die persönlichen Auswirkungen von konkret daraus folgenden Maßnahmen (z.B. höhere Energiepreise) stärker gewichten. Drittens könnte Armin Laschet die fehlende Regierungserfahrung von Annalena Baerbock zum Vorteil gereichen. Viertens ist das Abwärtsrisiko für die Grünen generell höher, da sie aufgrund des derzeitigen Höhenflugs eher Gefahr laufen, die Wählergunst zu verspielen. Fünftens hat die Union ein wesentlich höheres Wahlkampfbudget.

Einsatz von Social Media Tools, um den Puls der Wähler zu fühlen. In Zusammenarbeit mit unserem dbDIG-Team erstellen wir ein Dashboard zur Visualisierung dieser Daten. Dieses ist zwar noch im Aufbau begriffen, unser Ziel ist es aber zu beobachten, welche Themen während des Wahlkampfes an Relevanz gewinnen/verlieren. Erste Ergebnisse zeigen, dass Kommentare zu Baerbock und Laschet überwiegend neutral sind. Es gibt keine Anzeichen für einen „schmutzigen“ Wahlkampf.



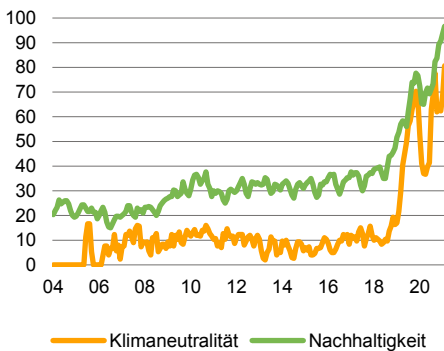
Was bewegt die Wähler im September

Zunehmende politische Fragmentierung – oder der Aufstieg einer neuen Volkspartei?

Wird sich die Wahl nur um ein Thema drehen?

1

Google-Suchanfragen in Deutschland, 100 = max. relative Häufigkeit im ausgewählten Zeitraum



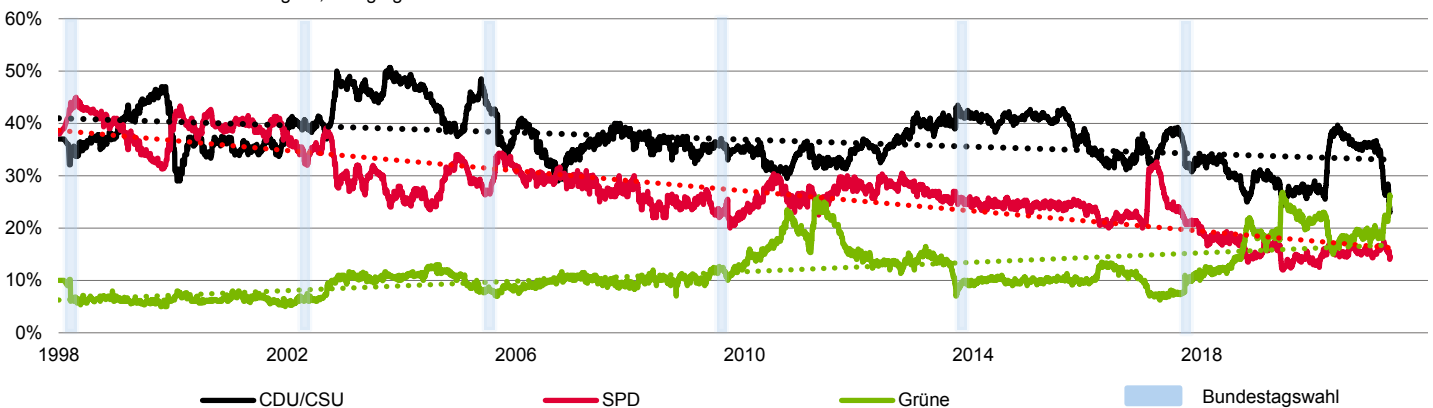
Quelle: Google Trends

Die politische Landschaft in Deutschland ist in den letzten Jahren aus mehreren Gründen deutlich mehr im Fluss. Erstens sehen sich die traditionellen Volksparteien wie die CDU/CSU und SPD mit einem stetigen Rückgang ihrer Wählerstimmen konfrontiert – wobei die SPD bis jetzt stärker betroffen ist als die CDU/CSU. Die Identifikation mit einer Partei, zum Beispiel über den Faktor „christlicher Glauben“ oder die Identifikation als „Partei für die Arbeiterklasse“, hat an Bedeutung verloren. Zweitens haben neue Parteien, wie die AfD im Jahr 2013, die politische Bühne betreten. Drittens haben der Anstieg des Umweltbewusstseins in der breiten Bevölkerung und die glaubwürdige Positionierung der Agenda der Grünen im politischen Zentrum den Grünen einen enormen Wählerzuwachs beschert. Die entscheidende Frage ist nun, ob der Trend der politischen Fragmentierung andauern wird oder ob die Grünen den Aufstieg zur neuen Volkspartei schaffen? Aktuell erfüllen die Grünen (noch) nicht alle „Kriterien“ einer Volkspartei. Als eine Volkspartei gilt eine Partei, die (i) eine bestimmte Größe hat, (ii) von einem breiten Teil der Bevölkerung unterstützt wird, (iii) sich nicht kategorisch einer Ideologie verschreibt, sondern verschiedene Ansichten und Meinungen bündelt.¹ Basierend auf den aktuellen Umfragewerten haben die Grünen an Größe zugelegt, aber können in Bezug auf Parteimitgliedschaften mit der CDU/CSU und SPD noch nicht mithalten (Grafik 3). Außerdem repräsentiert die Wählerschaft der Grünen immer noch nicht eine Vielzahl von gesellschaftlichen Gruppen. Auswertungen der Wahl des Europäischen Parlaments im Jahr 2019 haben gezeigt, dass die Wählerschaft der Grünen in Richtung von jungen, weiblichen und überdurchschnittlich gebildeten Wählern tendiert ([FG-Wahlen](#), [ZDF](#)).

Volksparteien ohne Volk oder sind die Grünen die neue Volkspartei?

2

% der Stimmen in den Wahlumfragen*, 7 Tage gleitender Durchschnitt



*berücksichtigte Wahlumfragen: Allensbach, Kantar, Forsa, FG-Wahlen, Infratest, INSA

Quellen: Wahlrecht.de, Deutsche Bank Research

¹ Parteiensystem im Wandel, Ralph Thomas Baus, KAS 2013.

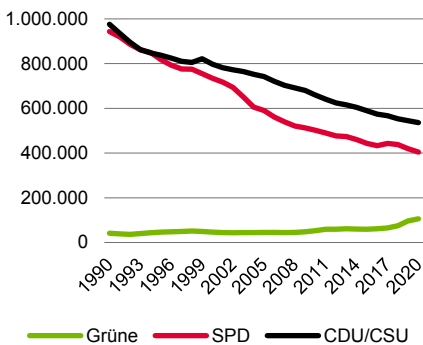


Was bewegt die Wähler im September

Schließt sich die Lücke?

3

Historische Mitgliederentwicklung



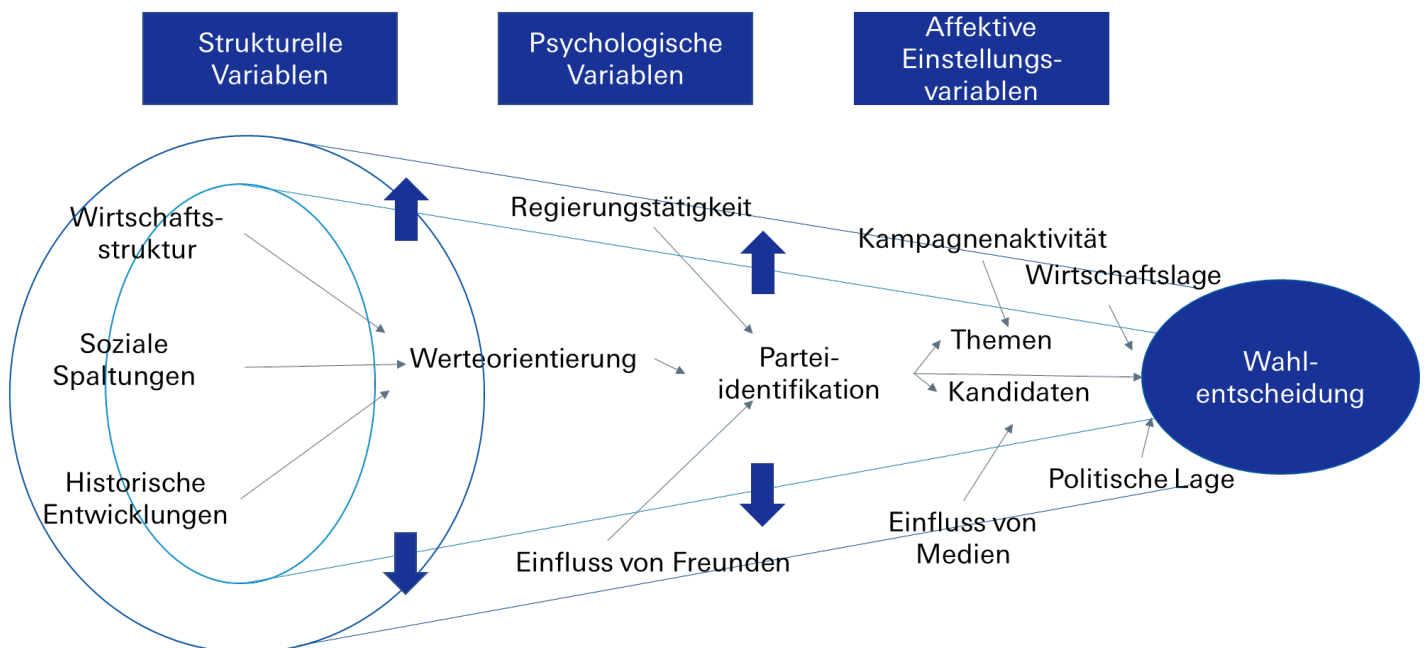
Quellen: Statista, SZ 14. Feb., Deutsche Bank Research

Ein enges Rennen zwischen der Union und den Grünen, doch jüngste Ausschläge in Wahlumfragen sind häufig zum Vorteil der Grünen

In der Politikwissenschaft werden die Treiber von Wahlentscheidungen in (i) längerfristige Faktoren, wie der sozioökonomische Hintergrund, (ii) mittelfristige Faktoren, wie die Parteiidentifikation und Regierungsarbeit, und (iii) kurzfristige Treiber, wie die aktuelle wirtschaftliche Lage, die Wahlkampagne und das Image der Kandidaten, unterschieden. Der Kausaltrichter der Michigan-Schule verdeutlicht dieses Konzept. Er impliziert, dass der Wähler auf eine beschränkte Zahl von Wahloptionen festgelegt ist, welche weiter abnimmt, je näher das Wahldatum rückt (Grafik 4). Jedoch scheint sich dieser Trichter auszuweiten – ein individuelleres Wahlverhalten und die Abnahme der Identifikation mit einer Partei haben dazu geführt, dass Wähler nun eine breitere Palette von Parteien in Betracht ziehen. Basierend auf Umfragewerten des Institutes INSA schließt nur ein Drittel der Wähler die Wahl der Grünen komplett aus (Grafik 6). Dies wiederum schafft mehr Raum für den Einfluss von Wahlkampagnen, (sozialen) Medien und der aktuellen wirtschaftlichen und politischen Lage auf die finale Wahlentscheidung.

Der Kausaltrichter: Einflüsse auf die Wahlentscheidung

4

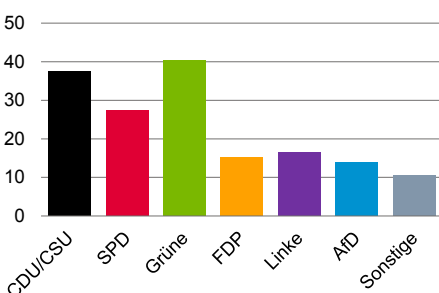


Quellen: Milic et al., Handbuch der Abstimmungsforschung, 2014; Deutsche Bank

Maximales Wählerpotenzial

5

%, Summe der ersten und zweiten Partei-Präferenz



Quelle: KAS, Umfrage aus Februar 2020

Was lehrt uns die Vergangenheit – welche Ereignisse beeinflussen das Wahlverhalten?

Um diese Frage zu beantworten, haben wir die Wahlumfragen seit dem Jahr 1998 analysiert. Zunächst identifizierten wir alle Zeiträume, in denen die Umfragen um mehr als 20% gegenüber dem Vormonat schwankten (geglättet durch die Verwendung des 7T gleitenden Durchschnitts). Anschließend haben wir nach Gemeinsamkeiten in den Treibern dieser Ausschläge (positiv und negativ) gesucht. Die meisten Episoden lassen sich den folgenden vier Kategorien zuordnen: (i) politische Skandale (Bestechung etc.), (ii) Naturkatastrophen und extreme Wetterereignisse, (iii) wichtige personelle Veränderungen und (iv) Enttäuschungen über den aktuellen politischen Kurs. Diese Perioden und Kategorien haben wir sortiert nach den drei größten Parteien (CDU/CSU, SPD und die

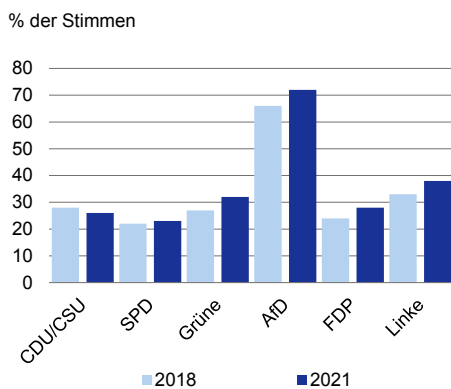


Was bewegt die Wähler im September

Grünen) in einer Matrix dargestellt (Grafik 7). Alle diese Kategorien beziehen sich auf das der Wahl nahe Ende des Kausaltrichters. Fallen diese Ereignisse mit der Wahl zusammen, können sie zu signifikanten Veränderungen in der Stimmenverteilung – auch entgegen des langfristigen Trends – führen.

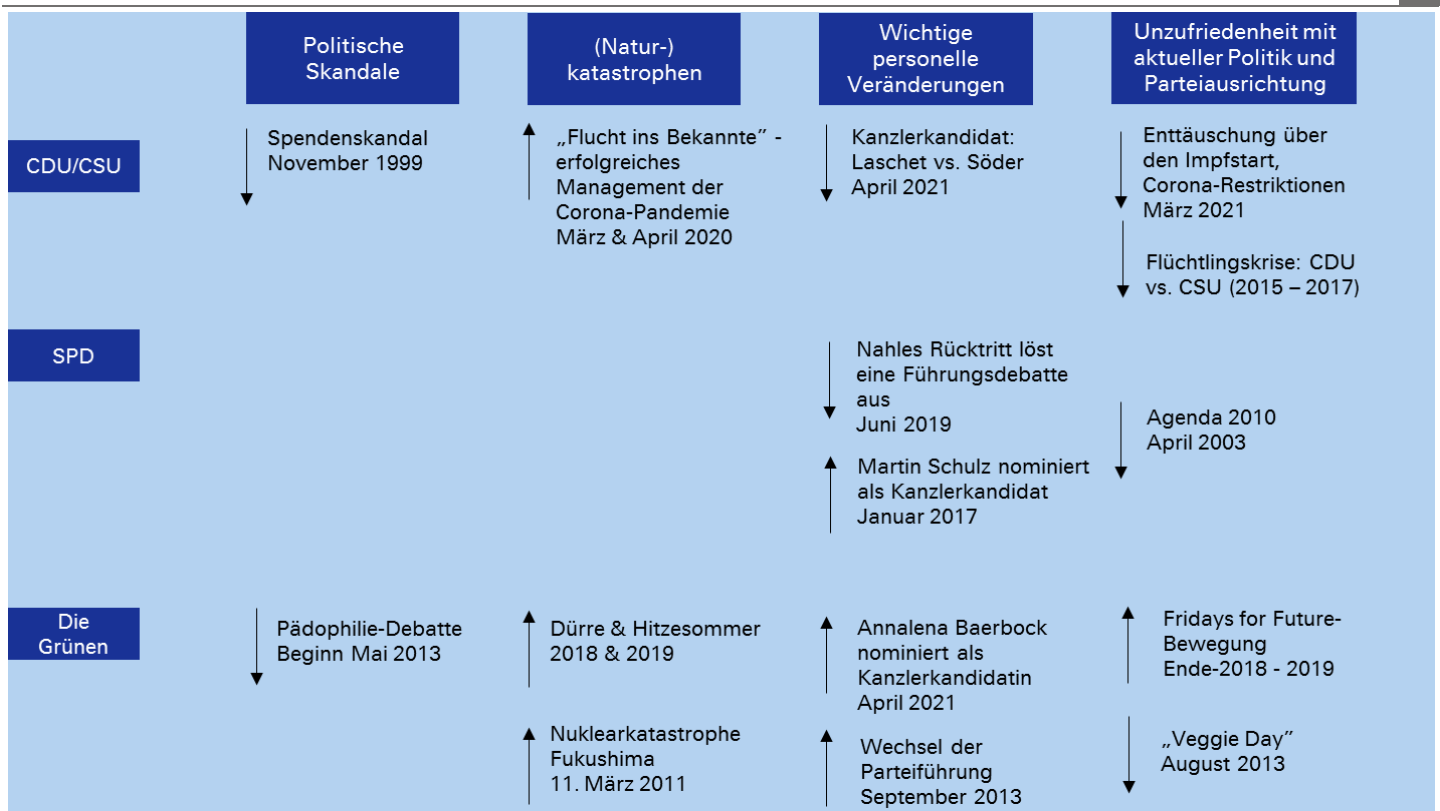
1. Politische Skandale (bezüglich Bestechung, Beschaffung, Parteispenden etc.): Die CDU/CSU ist historisch gesehen am anfälligsten für Umfrageschwankungen aufgrund politischer Skandale. Das deutlichste Beispiel hierfür ist der Spendenskandal 1999. Die Grünen verloren jedoch auch wesentlich an Zustimmung während der Pädophilie-Debatte im Jahr 2013.
2. Naturkatastrophen und extreme Wetterereignisse: In der jüngsten Vergangenheit haben die Grünen deutlich mehr als jede andere Partei von Naturkatastrophen und extremen Wetterereignissen profitiert (z.B. Fukushima 2011). Solche Ereignisse wirken wie ein Katalysator hinsichtlich der Aufmerksamkeit für das Hauptthema der Grünen – den Klimaschutz.
3. Wichtige personelle Veränderungen: Veränderungen in der Parteiführung signalisieren oft einen Neustart der Partei. Eines der wohl prominentesten Beispiele hierfür ist die Ernennung von Martin Schulz zum Kanzlerkandidaten der SPD im Jahr 2017. Auch der Rücktritt des Führungsduos der Grünen im Jahr 2013 und aktuell die Ernennung von Annalena Baerbock führten zu positivem Momentum hinsichtlich der Umfragewerte.
4. Enttäuschung über den aktuellen politischen Kurs: Die Ankündigung der Agenda 2010 im November 2002 enttäuschte die Stammwählerschaft der SPD und führte bei ihnen zu einem Vertrauensverlust in die Partei. Auch der fehlgeschlagene Impfstart hat die Wähler an den Kompetenzen der Union als Krisenmanager zweifeln lassen.

Die Wahl dieser Partei ist ausgeschlossen 6



Quelle: INSA

Matrix mit historischen Ausschlägen der Wählerpräferenzen 7



Auswahl von Schwankungen größer als 20% gg. Vm. (7 Tage gleitender Durchschnitt) in den Umfragewerten
Quelle: Deutsche Bank Research



Was bewegt die Wähler im September

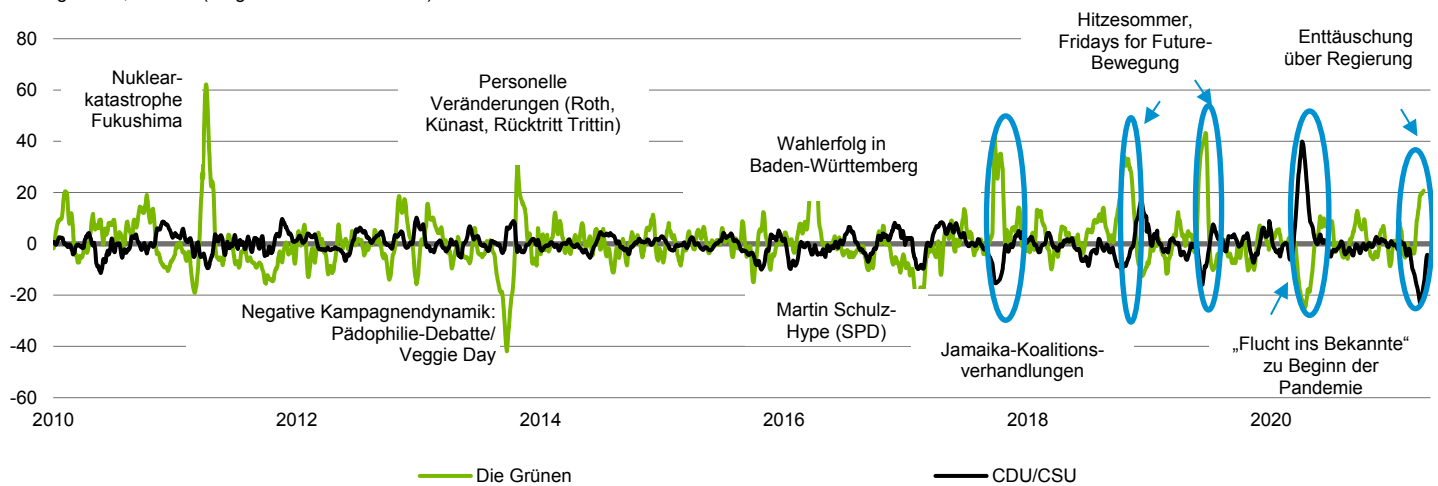
Die Grünen profitierten jüngst von einer Vielzahl positiver Schocks – meistens zum Nachteil der CDU/CSU

Eines der Hauptkenntnisse unserer Analyse ist, dass die Grünen nicht nur eine stetige Zunahme an Wählerstimmen verbuchen können, sondern auch überdurchschnittlich von einer Reihe verschiedener positiver Schocks profitierten (Hitze und Dürre in den Sommermonaten 2018 & 2019, Fridays for Future-Bewegung, Enttäuschung über den Umgang der Regierung mit der Corona-Krise). Grafik 8 zeigt, dass jeder positive Ausschlag der Grünen mit einem Einbruch der Umfragewerte der Union einherging.

Die Grünen – überwiegend positive Ausschläge

8

Umfragewerte, % MoM (7T gleitender Durchschnitt)

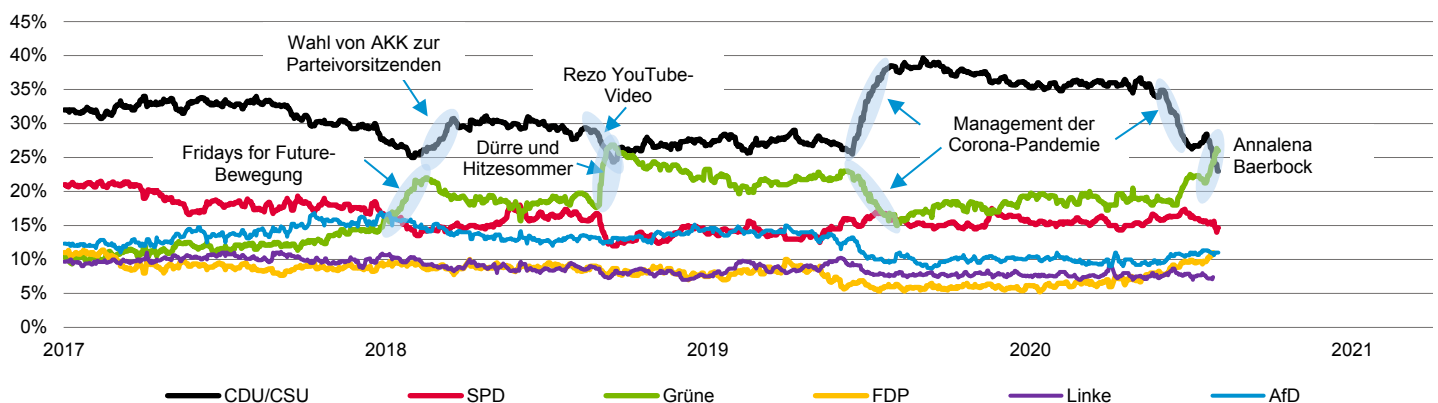


Quellen: Wahlrecht.de, Deutsche Bank Research

Die größten Schwankungen in Wählerpräferenzen während der aktuellen Legislaturperiode

9

% der Stimmen in den Wahlumfragen*, 7 Tage gleitender Durchschnitt



*berücksichtigte Wahlumfragen: Allensbach, Kantar, Forsa, FG-Wahlen, Infratest, INSA

Quellen: Wahlrecht.de, Deutsche Bank Research



Was bewegt die Wähler im September

Was wird die Wahl im September entscheiden: Hitzesommer, die Stimmungslage oder Kampagnendynamik?

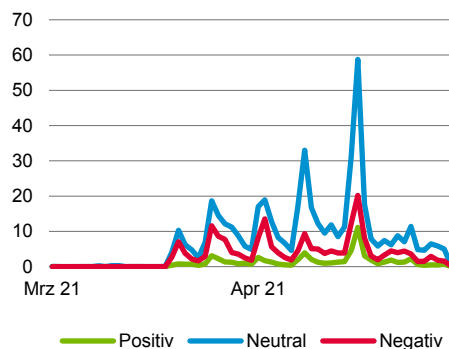
Die Bundestagswahl im September wird höchstwahrscheinlich ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen der CDU/CSU und den Grünen. Gerade deswegen können kurzfristige Ausschläge in Wählerpräferenzen, wenn diese mit dem Zeitpunkt der (Brief-)Wahl zusammenfallen, entscheidend für das endgültige Wahlergebnis sein. Unserer Meinung nach gilt es, folgende drei der oben erwähnten Faktoren für derartige Ausschläge besonders im Blick zu behalten: (i) extreme Wetterereignisse (z.B. ein Dürresommer)/Naturkatastrophen, (ii) Enttäuschung über oder Zustimmung zu dem aktuellen Politikkurs (z.B. Impfkampagne, Reisefreiheit), und (iii) selbstverstärkende Kampagnendynamik (z.B. eine Wiederholung des „Veggie Day“-Debakels kurz vor der Bundestagswahl 2013).

Schwarz-Grün (mit den Grünen als Juniorpartner) bleibt unser Basisszenario

Laschet: Hauptsächlich neutrale Kommentare

10

Erwähnungen in sozialen Netzwerken, in '000



Quelle: dbDIG

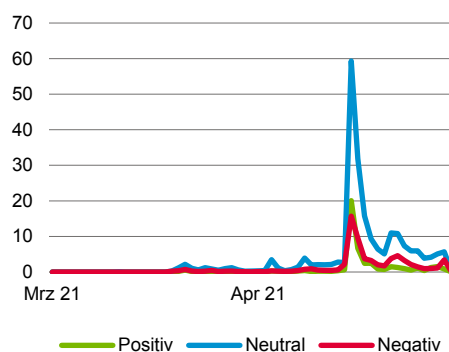
Die Grünen profitieren von einer stetigen Zunahme des allgemeinen Umweltbewusstseins, der Gestaltung der politischen Agenda und der positiven Kampagnendynamik rund um Baerbock (Grafik 1). Noch bleiben wir bei unserer Einschätzung, dass die Union das knappe Rennen für sich entscheiden wird. Erstens wird die Wahl in einem Umfeld von „Impf-Euphorie“ stattfinden, was sich in einer Pro-Regierungsstimmung niederschlagen könnte. Zweitens könnte die Zustimmung zu ambitionierten Klimaschutzzielen einer gewissen Ernüchterung weichen, wenn die Wähler die persönlichen Auswirkungen von konkret daraus folgenden Maßnahmen (z.B. höhere Energiepreise) stärker in der Wahlentscheidung gewichten. Drittens könnte Laschet die fehlende Regierungserfahrung von Baerbock zum Vorteil gereichen, z.B. bei spezifischen Debatten in Talkshows. Viertens ist das Abwärtsrisiko für die Grünen generell höher, da sie aufgrund des momentanen Höhenflugs eher Gefahr laufen, die Wählergunst zu verspielen. Fünftens hat die Union ein wesentlich höheres Wahlkampfbudget.

Social Media Tools: Wählerstimmung zeitnah beobachten

Baerbock: Auch sie polarisiert nicht

11

Erwähnungen in sozialen Netzwerken, in '000



Quelle: dbDIG

Soziale Netzwerke wirken oft wie ein positiver oder negativer Verstärker der oben genannten Treiber kurzfristiger Schwankungen der Wählerpräferenzen (siehe „Veggie Day“ im August 2013 oder die Auswirkungen des Rezo YouTube-Videos im Mai 2019). Die Beobachtung kurzfristiger Schwankungen der Gunst der Wähler wird in der Wahlprognose immer wichtiger. Um den Puls der Wähler zu nehmen, haben wir daher angefangen Analyseinstrumente, die Daten aus sozialen Medien auswerten, zu verwenden. In Zusammenarbeit mit unserem dbDIG-Team erstellen wir ein Dashboard zur Visualisierung dieser Daten. Dieses ist zwar noch im Aufbau begriffen; unser Ziel ist es aber, zu beobachten, welche Themen während des Wahlkampfes an Relevanz gewinnen/verlieren und wie sich die Stimmung gegenüber den Kanzlerkandidaten in den sozialen Medien (hauptsächlich Twitter) verändert. Erste Ergebnisse zeigen, dass Kommentare in den sozialen Netzwerken zu beiden Kandidaten, Baerbock und Laschet, überwiegend neutraler Natur sind. Es gibt keine Anzeichen eines „schmutzigen“ Wahlkampfes (Grafiken 10 und 11).

Marion Mühlberger (+49 69 910-31815, marion.muehlberger@db.com)

Barbara Böttcher (+49 69 910-31787, barbara.boettcher@db.com)

Ursula Walther (ursula.walther@db.com)

Wir danken Jenny Franke für ihre wertvollen Beiträge.



Deutschland-Monitor

In der Reihe „Deutschland-Monitor“ greifen wir politische und strukturelle Themen mit großer Bedeutung für Deutschland auf. Darunter fallen die Kommentierung von Wahlen und politischen Weichenstellungen sowie Technologie- und Branchenthemen, aber auch makroökonomische Themen, die über konjunkturelle Fragestellungen – die im Ausblick Deutschland behandelt werden – hinausgehen.

Unsere Publikationen finden Sie unentgeltlich auf unserer Internetseite www.dbresearch.de. Dort können Sie sich auch als regelmäßiger Empfänger unserer Publikationen per E-Mail eintragen.

Für die Print-Version wenden Sie sich bitte an:
Deutsche Bank Research
Marketing
60262 Frankfurt am Main
Fax: +49 69 910-31877
E-Mail: marketing.dbr@db.com

Schneller via E-Mail:
marketing.dbr@db.com

- ▶ Was bewegt die Wähler im September:
Post-Corona-Aufschwung oder Dürresommer? 7. Mai 2021
- ▶ Deutschland in der nächsten Dekade:
Ambitionen und Potenziale 24. März 2021
- ▶ Ausblick auf den deutschen Wohnungsmarkt 2021 ff.:
Hauspreiszyklus könnte im Jahr 2024 enden 8. März 2021
- ▶ Abbau des Konsumstaus wird im Sommer:
zum Wachstumstreiber 3. März 2021
- ▶ Zukunft des Automobilstandorts Deutschland:
Detroit lässt grüßen 19. Januar 2021
- ▶ Homeoffice – gekommen um zu bleiben 17. Dezember 2020
- ▶ Die COVID-19-Pandemie: Wahrnehmung,
Verwirrung und Verschwörungstheorien 15. Dezember 2020

© Copyright 2021. Deutsche Bank AG, Deutsche Bank Research, 60262 Frankfurt am Main, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die vorstehenden Angaben stellen keine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung dar. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers wieder, die nicht notwendigerweise der Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen entspricht. Alle Meinungen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die Meinungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen von der Deutsche Bank veröffentlichten Dokumenten, einschließlich Research-Veröffentlichungen, vertreten werden. Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

In Deutschland wird dieser Bericht von Deutsche Bank AG Frankfurt genehmigt und/oder verbreitet, die über eine Erlaubnis zur Erbringung von Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen verfügt und unter der Aufsicht der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) steht. Im Vereinigten Königreich wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Filiale London, Mitglied der London Stock Exchange, genehmigt und/oder verbreitet, die von der UK Prudential Regulation Authority (PRA) zugelassen wurde und der eingeschränkten Aufsicht der Financial Conduct Authority (FCA) (unter der Nummer 150018) sowie der PRA unterliegt. In Hongkong wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Hong Kong Branch, in Korea durch Deutsche Securities Korea Co. und in Singapur durch Deutsche Bank AG, Singapore Branch, verbreitet. In Japan wird dieser Bericht durch Deutsche Securities Inc. genehmigt und/oder verbreitet. In Australien sollten Privatkunden eine Kopie der betreffenden Produktinformation (Product Disclosure Statement oder PDS) zu jeglichem in diesem Bericht erwähnten Finanzinstrument beziehen und dieses PDS berücksichtigen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.