

**Daniel Koch**

## **Wählerpotentiale für die Piratenpartei**

Anschrift: Wilhelminenhofstraße 13, 12459 Berlin

Tel.: +49 171 1475805

e-Mail [sundstroem@hotmail.de](mailto:sundstroem@hotmail.de)

Stand: 22. Juli 2009

# 1. Einleitung

Wahlkampf richtet sich an Teile der Gesellschaft, die sich in den Themen und Werten einer Partei wiedererkennen. Dementsprechend ist eine Segmentierung der Zielgruppe für den bevorstehenden Wahlkampf essentiell.

Als Grundlage für eine Zielgruppenbildung liegt das Wahlverhalten bei der Europawahl 2009 zu Grunde. Zu den Kernwählern der Piratenpartei gehören Männer, unter 30 Jahren. Viele der Wähler haben zuvor die Grünen oder die FDP gewählt.<sup>1</sup> Außerdem spielt die intensive Internetnutzung eine Rolle, da die Piratenpartei besonders Fragen des Internets thematisiert.

## 1.1 Vorgehensweise

Zunächst wurde festgestellt, welchen Einfluss die Häufigkeit der Internetnutzung mit der Partei- und Wertorientierung hat. Hierbei ergab sich, dass es bei den Menschen, für die die Werte Unabhängigkeit und Eigenverantwortung sehr wichtig sind eine hohe Übereinstimmung mit der Parteiorientierung zu den Grünen und der FDP gab.

Aus diesen Koordinaten wurde eine Kernzielgruppe mit einer hohen Internetaffinität bestimmt, für die die Werte Unabhängigkeit und Eigenverantwortung wichtig ist. In einem zweiten Schritt wurde eine weitere Zielgruppe mit einer geringeren Internetaffinität gebildet, für die die Werte Unabhängigkeit und Eigenverantwortung eine Rolle spielen und gleichzeitig mit die Grünen, die FDP oder keine Partei zum damaligen Zeitpunkt der Befragung präferierten.

Für die Zielgruppenbildung wurde die Onlinezählung der Allensbacher WerbeträgerAnalyse gewählt. Sie fragt neben soziodemografischen, verhaltensbezogenen Merkmalen auch die Werte- und Parteiorientierung ab.

## 1.2 Methodische Kritik

Die Ergebnisse verstehen sich als Erkenntnisse aus der angewandten Methodik der Onlinezählung, mit der man Zielgruppenpotentiale anhand fester Merkmalswerte definiert. Es ist nicht auszuschließen, dass es potentielle Wähler gibt, die nicht anhand gleicher Merkmalen zu identifizieren sind. Auch Unterschiede hinsichtlich soziodemografischer Faktoren werden hierbei nicht berücksichtigt, so dass je nach Region unterschiedliche Ergebnisse zu erwarten sind. Auch kann man davon ausgehen, dass es sich bei einem Großteil der Zielgruppenvertreter um Stammwähler von Parteien handelt, die nur schwer von ihrer parteipolitischen Grundüberzeugung abzuholen sind.

---

<sup>1</sup> SWR2 Forum, 15.7.2009, im Gespräch mit Prof. Dr. Ulrich Eith, Universität Freiburg und Mitarbeiter bei der Forschungsgruppe Wahlen

## **2. Ergebnisse**

### **2.1 Generation C64 – Die potentiellen Stammwähler**

Das Kernsegment bilden Wahlberechtigte Männer im Alter von 18 bis 44 Jahren und Frauen zwischen 18 und 34 Jahren mit einer mehrmals täglichen – überdurchschnittlichen – Internetnutzung. Auffallend ist, dass dieses Segment eine hohe Affinität für die Grünen, die FDP und Wahlalternativen – insbesondere bei den Männern – aufweist. Die CDU, SPD und Linke werden nur unterdurchschnittlich sympathisiert. Allerdings ist die Affinität für die FDP bei den Frauen in dieser Zielgruppe deutlich geringer als bei den Männern. Stattdessen präferieren die Frauen andere Parteien. Programmmatische Schnittmengen gibt es mit der persönlichen Wertorientierung: Unabhängigkeit und/oder Eigenverantwortung sind für sie wichtig.

### **2.2 Gelegenheitspiraten – Die potentiellen Gelegenheitswähler**

Daraus öffnet sich in der Öffentlichkeit ein weiteres Zielgruppenfeld, das eine durchschnittliche Internetaffinität aufweist, sich aber mit den Werten der Stammwähler deckt. Ihre geringere Internetaffinität kann dazu führen, dass sie zwar nicht unmittelbar sich mit den Zielen der Piratenpartei identifizieren, sie jedoch die Wahrung von Bürger-, Grundrechten, Transparenz als wichtig erachten. Auch hier erweist sich eine höhere Sympathie mit den Zielen der Grünen und der FDP.

### **2.3 Zusammenfassung des Wählerpotentials**

Aus der Studie ergibt sich für die Piratenpartei ein Wählerpotential von gerundet 12 Millionen Bundesbürgern für das gesamte Bundesgebiet. Die Zahl hängt auch davon ab, in welchen Bundesländer die Piratenpartei zur Wahl zugelassen wird. Da der Landesverband Sachsen bereits auf eine Teilnahme an der Bundestagswahl verzichtet hat, ist mit einem geringeren Wählerpotential (ca. 6% weniger) zu rechnen.

<b>Bezeichnung</b>	<b>Beschreibung</b>	<b>Potential</b>
Generation C64 (Potentielle Stammwähler)	<p>Soziodemografie: Männer, 18-44 Jahre alt Frauen, 18-34 Jahre alt</p> <p>Verhalten: Mehrmals tägliche Internetnutzung</p> <p>Wertorientierung: Unabhängigkeit und/oder Eigenverantwortung wichtig</p> <p>Parteiorientierung: hohe Sympathien zu den Grünen und der FDP, sonstigen Parteien oder keine Parteipräferenz</p>	5,7 Mio. (9,21%)
Gelegenheitspiraten (Potentielle Gelegenheitswähler)	<p>Soziodemografie: Männer und Frauen, 18-39 Jahre alt</p> <p>Verhalten: Gelegentliche Internetnutzung (einmal die Woche, mehrmals die Woche, einmal täglich)</p> <p>Wertorientierung: Unabhängigkeit und/oder Eigenverantwortung wichtig</p> <p>Parteiorientierung: hohe Sympathien zu den Grünen und der FDP oder keine Parteipräferenz</p>	7,27 Mio. (11,74%)
<b>Wählerpotential 12,97 Mio.</b>		
Anteil von 61,9 Mio. Wahlberechtigten (2002) 20,95%		

Quelle: Allensbacher Werbeträgeranalyse 2009, Onlinezählung